

مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک

حمید عبداللهیان*

مهین شیخ‌انصاری**

چکیده

با استفاده از روش‌های مشاهده مشارکتی و مشاهده مستقیم به مطالعه اظهارنظرهای کاربران در صفحه خصوصی محققان مقاله و ۲۲ صفحه عمومی با موضوع‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، سرگرمی، و ورزشی در فیس‌بوک پرداختیم. براساس نظریه هابرماس و داده‌های تحقیق مفاهیم گفت‌وگوی بی‌قیدوبند، عقلانیت ارتباطی، و انواع کنش - گفتارها در فیس‌بوک مفهوم‌سازی و عملیاتی شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انواع کنش - گفتارهای نمایش‌نامه‌ای، گفت‌وگو، و راه‌بردی در بین کاربران ایرانی در فیس‌بوک صورت می‌گیرد، اما کنش - گفتارهای نمایش‌نامه‌ای (خودافشایی) در صفحه‌های خصوصی بیش‌تر از صفحه‌های عمومی انجام می‌پذیرد. هم‌چنین اکثر کاربران به گفت‌وگوی بی‌قیدوبند در فیس‌بوک معتقدند و عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفت‌وگو را دارند. بنابراین امکان تشکیل حوزه‌های عمومی در فیس‌بوک وجود دارد؛ البته بعضی از کاربران که بردباری اجتماعی نداشتند در پاسخ به اظهارنظرهایی که با عقاید آنان مغایرت داشت به‌جای بیان استدلال به فحاشی و ناسزاگویی متوسل می‌شدند که نشان می‌دهد هنوز به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفت‌وگو نرسیده‌اند.

کلیدواژه‌ها: حوزه عمومی، کنش - گفتار، عقلانیت ارتباطی، فیس‌بوک، هابرماس.

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

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

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

۱. مقدمه

فیس‌بوک رسانه‌ای اجتماعی (Cray, 2012: 1) با بیش از ۱/۴ میلیارد کاربر فعال در جهان در سال ۲۰۱۵ است.^۱ تخمین زده می‌شود که تعداد کاربران ایرانی فیس‌بوک حدوداً هفده میلیون نفر باشند و فیس‌بوک بخشی از زندگی روزمره آنان را تشکیل می‌دهد. نتایج تحقیق عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که کاربران ایرانی صفحه‌های خصوصی و عمومی خود را در فیس‌بوک تشکیل می‌دهند و با کاربران دیگری با دیدگاه‌های متفاوت درباره مسائل گوناگون به تعامل و گفت‌وگو می‌پردازند. پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا کاربران ایرانی به عقلانیت ارتباطی لازم برای گفتمان رسیده‌اند؟ آیا امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبند در بین کاربران ایرانی فیس‌بوک وجود دارد؟ به عبارتی آیا حوزه‌های عمومی در بین کاربران ایرانی فیس‌بوک تشکیل می‌شود؟ این مقاله در این زمینه با مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن الگوی کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک سعی دارد که انواع کنش - گفتارها را در بین کاربران ایرانی فیس‌بوک ارزیابی کند و پاسخی برای این پرسش‌ها پیدا کند. بدین ترتیب، نخست توضیحاتی درباره الگوی کنش ارتباطی هابرماس ارائه می‌دهیم.

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

هابرماس کنش‌ها را به دو نوع کنش ارتباطی و استراتژیک دسته‌بندی کرده است (جدول ۱). فلسفه کنش ارتباطی هابرماس «فلسفه دیالوگ و گفت‌وگو است» (ابادری، ۱۳۷۷: ۷۴). کنش ارتباطی به معنای «نوع هم‌کنشی‌ای که در آن همه مشارکت‌کنندگان نقشه‌های فردی کنش خود را با یک‌دیگر هماهنگ می‌کنند و بنابراین هدف‌های ارتباطی خود را فارغ از قیود عارضی دنبال می‌کنند» است (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۴۰۰). هدف کنش‌گران در کنش ارتباطی حصول تفاهم است و اگر هرگونه علت دیگری به‌جز این در کنش ارتباطی مداخله داشته باشد، کنش از حالت ارتباطی درمی‌آید. «حصول تفاهم» به این معناست که مشارکت‌کنندگان درباره اعتبار یک پاره‌گفتار به تفاهم برسند و توافق به رسمیت‌شناختن اعتبار ادعایی است که گوینده برای گفتار خود طرح می‌کند (همان: ج ۲، ۱۷۱). هابرماس معتقد است که هنگامی حوزه عمومی و گفتمان آرمانی صورت می‌پذیرد که امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبندی را پیش‌فرض بگیریم که همه سخن‌گویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی استدلال بهتر حکم می‌کند (ویت، ۱۳۸۶: ۶۴). هابرماس بحث

نظری دربارهٔ عقلانیت ارتباطی را با یک پرسش شروع می‌کند: «وقتی می‌گوییم که فلان کس در فلان موقع عاقلانه رفتار کرد یا حرف او را می‌توان عقلانی ارزیابی کرد منظور چیست؟». او می‌گوید که عقلانی بودن کنش کنش‌گر را شیوہ طرح ادعای او مطرح می‌کند؛ مثلاً اگر یک فرد با عصبانیت و برخورد تند قصد دارد توافق دیگران را جلب کند، روش او غیرعاقلانه محسوب می‌شود (ہابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۶۱). بر این اساس، برای مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن الگوی کنش ارتباطی ہابرماس در فیس‌بوک باید مفہیم امکان گفت‌وگوی بی‌فیدوبند، عقلانیت ارتباطی، و انواع کنش - گفتارها به شرحی که در جدول ۱ آمده است مفهوم‌سازی و عملیاتی شوند.

جدول ۱. انواع کنش‌ها از دیدگاه ہابرماس

روابط جهانی	داعیہ‌های اعتبار	ایستارهای اساسی	جهت‌گیری‌های کنش	کارکردهای گفتار	کنش‌های گفتاری ویژه	خصوصیات کاربردی صورتی	
						انواع کنش	
دنیای عینی	اثر بخشی	عینیت بخشی	در پی موفقیت	اثرگذاری در جبهہ مقابل	احکام از طریق بیانی	کنش استراتژیک	
دنیای عینی	حقیقت	عینیت بخشی	در پی دست‌یابی به فہم	بازنمود وضع امور	داعیہ‌ها	کنش گفت‌وگو	کنش ارتباطی
دنیای اجتماعی	حقانیت	هم‌نوایی با ہنجار	در پی دست‌یابی فہم	استقرار روابط بین‌شخصی	تنظیم‌کنندہ‌ها	کنش تنظیم‌شدهٔ ہنجاری	
دنیای ذهنی	صداقت	ابرازگر	در پی دست‌یابی به فہم	خود - بازنمود	ابرازها	کنش نمایش نامہ‌ای	

منبع: ویت، ۱۳۸۶: ۷۷؛ ہابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۴۴۰.

در این جا اهداف و پرسش اصلی تحقیق را بیان می‌کنیم.

۱.۲ اهداف تحقیق

- طراحی و ارائهٔ مدل تحلیلی صورتی‌گرا (مدل ۱) براساس نظریہ ہابرماس برای تحلیل اظهارنظر کاربران فیس‌بوک در نمونه‌های مورد مطالعه (جدول ۲):

۲. مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن مفاهیم «گفت‌وگویی بدون قیدوبند»، «عقلانیت ارتباطی»، و «کنش - گفتار» در فیس‌بوک و ارزیابی امکان وجود آن‌ها در فیس‌بوک؛
۳. مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن انواع کنش - گفتارهای هنجاری، نمایش‌نامه‌ای، گفت‌وگو، و استراتژیک در فیس‌بوک و ارزیابی امکان وجود آن‌ها در فیس‌بوک.

۲.۲ پرسش تحقیق

پرسش اصلی تحقیق به شرح زیر است:

۱. آیا حوزه عمومی در بین کاربران ایرانی فیس‌بوک تشکیل می‌شود؟
برای ارزیابی این پرسش براساس مباحث نظری تحقیق آن را به دو پرسش زیر عملیاتی کرده‌ایم:
۱. آیا امکان گفت‌وگویی بی‌قیدوبند (آزادی گفتمان) در فیس‌بوک وجود دارد؟
۲. آیا کاربران فیس‌بوک به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفت‌وگو رسیده‌اند؟

۳. ملاحظات روش‌شناختی کاربرد نظریه کنش ارتباطی در فیس‌بوک

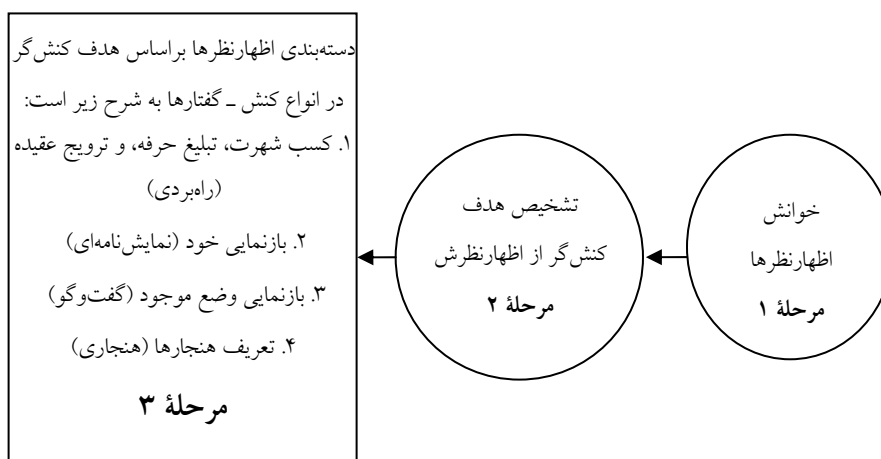
داده‌های این تحقیق با استفاده از روش‌های مشاهده مشارکتی و مشاهده مستقیم جمع‌آوری شده‌اند. در روش مشاهده مشارکتی، محققان مقاله عضو فیس‌بوک شده و صفحه‌های خصوصی خود را در فیس‌بوک تشکیل داده‌اند و به مدت بیش از یک سال به مشاهده مشارکتی در فیس‌بوک پرداخته‌اند. در روش مشاهده مستقیم، محققان مقاله با استفاده از سایت «سوشیال بکرز» و گزینه «فایند فرندز» در فیس‌بوک و گوگل صفحه‌های عمومی با بیش‌ترین لایک را مشخص کردند و ۲۲ نمونه با موضوع‌های سیاسی، ورزشی، فرهنگی، اجتماعی، و سرگرمی را که فعال بودند به شکل هدف‌مند انتخاب کردند و به مشاهده مستقیم در این نمونه‌ها پرداختند (جدول ۲). علاوه بر آن پست‌های عمومی دانشجویان هنر و جامعه‌شناسی در صفحه‌های خصوصی‌شان در فیس‌بوک مطالعه شدند که قابل رؤیت برای محققان مقاله بودند.

اظهارنظرهای کاربران در صفحه‌های عمومی در سه مقطع زمانی مرداد و آبان ۱۳۹۳ و آبان ۱۳۹۴ انتخاب شدند و با روش تحلیلی صوری‌گرا (مدل ۱) ارزیابی شدند. شایان ذکر است که محققان مقاله برای تحلیل اظهارنظرهای کاربران براساس نظریه هابرماس مدل

تحلیلی صوری گرا را، که یکی از اهداف تحقیق است، طراحی کردند که لازم است در این جا آن را شرح دهیم.

۱.۳ شرح مدل تحلیلی صوری گرای تحقیق

در کنش ارتباطی هابرماس جنبه عملی و صوری زبان در نظر گرفته می‌شود و نظام نحوی یا معنایی آن مورد نظر نیست (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۲، ۱۷۱-۱۷۲؛ ویت، ۱۳۸۶: ۸۳؛ کلانتری، ۱۳۹۱: ۷۵). هابرماس اعتقاد دارد که شنونده در یک کنش از پاره‌گفتار گوینده متوجه می‌شود که هدف او حصول تفاهم است یا هدف او معطوف به موفقیت است؟ یا قصد تأثیر و سوءاستفاده را دارد؟ هم‌چنین هابرماس حرکت‌های بدنی معنادار و عملیات جسمانی را، که هم‌زمان با کنش انجام می‌شوند و فقط در وهله دوم از طریق جای‌گرفتن می‌توانند استقلال کسب کنند، از کنش‌ها متمایز می‌داند (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۱۶۹). در نتیجه رویکرد کنش ارتباطی رویکردی معناگرا نیست و حضور فیزیکی نداشتن نمی‌تواند مانعی برای کنش ارتباطی در فضای مجازی باشد. براساس این دو اصل، مدل تحلیلی صوری گرای ۱ را طراحی و براساس آن اظهار نظر کاربران فیس‌بوک را ارزیابی کردیم.



مدل ۱. مدل تحلیلی صوری گرا

جدول ۲. نمونه‌های ارزیابی‌شده در این مقاله

تعداد	نام صفحه	تاریخ ارزیابی	موضوع	تعداد لایک‌ها در مرداد ۱۳۹۳	تعداد لایک‌ها در آبان ۱۳۹۳	آبان ۱۳۹۴	تاریخ آخرین پست بر صفحه ۱۳۹۴	توضیحات
۱	صفحه فیس‌بوک محققان پایان‌نامه	-	تعامل و گفت‌وگو	-	-		ارزیابی ۲ نوامبر ۱۳۹۴	صفحه خصوصی
۲	پست‌های عمومی (دانشجویان هنر و جامعه‌شناسی)	-	تعامل و گفت‌وگو					صفحه خصوصی بیش از ۲۰ نمونه از اظهارنظر کاربران فیس‌بوک با دوستان فیس‌بوکی‌شان (به تعداد پنج تا ده نفر) درباره یک مسئله مشخص
۳	کافه کتاب	۸ مرداد (۹۳)	فرهنگی	۳۰۴۵۹۴	۳۰۵۹۵۱	۳۲۱۶۶۰	۱ نوامبر تصویر روی جلد یک کتاب و آدرس تلگرام این صفحه	وابسته به انتشارات فیروزی
۴	حامیان حجاب اسلامی	۸ مرداد		۲۹۸۴۵	۲۹۹۷۱	۳۰۶۳۶	۲ نوامبر عکس با عنوان صلوات را فراموش نکن	در ارتباط با حجاب
۵	فروغ فرخزاد	۸ مرداد	فرهنگی	۷۳۰۹۹۲	۷۳۱۰۳۳	۶۶۶۳۳۷	۲۲ سپتامبر یک عکس و شعر از فروغ	اشعار فروغ
۶	بمب خنده	۹ مرداد	سرگرمی	۱۰۳۱۲۴۷	۱۰۳۱۵۰۵	۹۷۰۳۴۸	۲۵ اکتبر عکس یک کودک	ویدئو یا عکس‌های خنده‌دار
۷	کارتون‌های زمان ما	۹ مرداد		۷۱۸۳۹۷	-	۶۵۳۱۷۳	۱۶ اکتبر ویدئو از دو کودک	کارتون‌های دهه ۶۰

۸	پرسپولیس	۹ مرداد	ورزشی	۳۹۸۶۹۰	۳۹۸۸۹۹	۳۷۴۱۳۳	۲ نوامبر بازی پرسپولیس	پرسپولیس
۹	استقلال	-	-	-	-	۲۴۰۷۵۵	۳۰ اکتبر داوری باز استقلال و پرسپولیس	
۱۰	کافه جامعه‌شناسی	۹ مرداد	فرهنگی	۱۱۱۶۵	۱۱۲۰۲	۱۱۷۶۵	۳۰ سپتامبر یک اطلاع‌رسانی درباره تشکیل شبکه جامعه‌شناسی در تلگرام	درباره جامعه‌شناسی
۱۱	جواد ظریف	۹ مرداد	سیاسی	۹۰۷۴۰۴	۹۱۶۴۴۸	۹۳۳۸۹۳	۲۴ اکتبر عکس صفحه را عوض کرده‌اند	صفحه دکتر ظریف
۱۲	صفحه رسمی دکتر روحانی	-	سیاسی	-	-	۲۵۶۳۴۹	۳۰ اکتبر سیل در لرستان	
۱۳	شیراز ما پرچمش همیشه بالاست	۹ مرداد	مکان	۹۹۶۸۶	۹۹۷۵۰	۹۶۴۵۳	۲ نوامبر یک جوک	درباره شهر شیراز
۱۴	بام تهران	۹ مرداد	مکان	۳۸۰۶۰۸	۳۸۱۲۶۴	۳۵۶۷۶۵	۲۷ اکتبر یک ویدئو	درباره بام تهران
۱۵	به‌روزرسانی	۹ مرداد	اینترنت/ کامپیوتر	۴۴۸۶۶۹	۴۵۶۶۱۰	۶۱۲۰۱۱	۲ نوامبر چه افراد مشهوری از مشتریان گوشی‌های بلک‌بری هستند؟	بازی‌های کامپیوتری و فناوری
۱۶	شیعه مذهب حق	۹ مرداد	مذهبی	۱۵۵۲	۱۵۶۸	۳۱۳۰	۲۰ ژوئیه یک روایت درباره عمر	مناظره بین شیعه و سنی
۱۷	دانشکده فنی دانشگاه آزاد تبریز	۱۰ مرداد	انجمن	۳۸۲۴	۳۸۳۰	۳۸۵۸	۸ سپتامبر قبولی‌های ارشد	انجمن

۱۸	شب‌های تبریز	۱۰ مرداد	۱۱۵۶۷	۱۱۵۷۸	۱۰۶۳۵	۲۰ مارس یک شعر ترکی
۱۹	متولدین دهه ۶۰	۹ مرداد	۲۰۱۵۱۶	۲۰۱۵۵۹	۱۸۳۴۴۲	۱۶ سپتامبر یک عکس درباره کارتون‌هایی که در دهه ۶۰ پخش می‌شد
۲۰	خانه سینما	۱۱ مرداد	۷۱۱۶۱	۷۱۱۷۶	۶۵۹۷۶	۱۷ نوامبر ۲۰۱۴ (یک سال پیش)
۲۱	مهران مدیری	۱۲ مرداد	۱۴۹۳۷۷۸	۱۴۹۳۹۱۲	۱۴۱۵۱۵۴	۱۳ اکتبر یک عکس از بازیگران سریال در حاشیه
۲۲	محک	انجیو			۴۵۱۹۹۱	۲ نوامبر سفال‌گری پدران کودکان محک در اقامتگاه
۲۳	خانه امن	آموزشی			۱۱۰۰۱۷	۳۱ اکتبر خودکشی کودک اشنویه‌ای
۲۴	جمعیت دانشجویی امام علی	انجیو			۸۵۴۸۳	۲ نوامبر بخشش حلقه ازدواج دو زوج جوان برای آزادی یک زندانی

۴. تحلیل و تفسیر یافته‌ها

هم‌چنان‌که در بخش ملاحظات نظری مطرح شد، مفاهیم اصلی نظریه کنش هابرماس عبارت‌اند از: ۱. امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبند؛ ۲. کنش - گفتار؛ ۳. عقلانیت ارتباطی؛ و ۴. انواع کنش - گفتارها. در این‌جا ما این مفاهیم را براساس نظریه هابرماس و نتایج زمینه‌ای به شرح زیر در فیس‌بوک مفهوم‌سازی، عملیاتی، و ارزیابی کرده‌ایم.

۱.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن گفت‌وگوی بی‌قیدوبند در فیس‌بوک و امکان آن در فیس‌بوک

گفت‌وگوی بی‌قیدوبند در فیس‌بوک به این معنی است که: الف) هر کاربری مجاز است درباره هر ادعایی پرسش داشته باشد و ب) هر کاربری مجاز است هر ادعایی را که می‌خواهد طرح کند. براساس این تعریف و داده‌های تحقیق عواملی را که در فیس‌بوک می‌توانند مانع از گفت‌وگوی بی‌قیدوبند شوند به شرح زیر تقسیم کرده‌ایم:

- اعمال‌نظر بعضی از کاربران درباره فرایند تعامل و گفت‌وگو در بین دوستان فیس‌بوکی؛

- «دید جنسی» بعضی از کاربران مرد به فعالیت‌های زنان در فیس‌بوک (شفرز، ۱۳۸۲: ۹۱).

نتایج مشاهده مشارکتی و مستقیم در صفحه‌های خصوصی و عمومی نشان می‌دهد که کاربران درباره موضوعات موردبحث در فیس‌بوک با یک‌دیگر اختلاف‌نظر دارند، اما اکثر آن‌ها آزادانه نظرهای خود را بیان می‌کنند. اظهارنظرهای کاربران در صفحه‌های عمومی «دکتر ظریف»، «صفحه رسمی دکتر روحانی»، «حامیان حجاب»، «شیعه مذهب حق»، و «پرسپولیس» بیش‌تر از نمونه‌های دیگر گویای این ادعاست که کاربران با عقاید متفاوت نظرهای خود را آزادانه درباره پست‌های صاحب صفحه یا اظهارنظر کاربران دیگر بیان می‌کنند. هم‌چنین اظهارنظر کاربران در صفحه‌های خصوصی هم نشان می‌دهد که آن‌ها این حق را برای خود و دیگران قائل‌اند که آزادانه اظهارنظرهای خود را درباره مسائل مطرح‌شده بیان کنند. در این‌جا، برای مستندشدن، نمونه‌هایی از اظهارنظرهای کاربران را در صفحه‌های عمومی و خصوصی آورده‌ایم.

رضا در «صفحه رسمی دکتر روحانی» نوشته است:

آقای روحانی در جریان کارگاه‌های کوچک تولیدی هستید؟ در جریان هستید که طبق آمار خود دولت در چهار سال پیش بالای شش میلیون نفر از جوانان ایران به کشورهای مختلف پناهنده شدند؟ آیا می‌دانید آمار ازدواج و طلاق را به‌خاطر مشکلات اقتصادی؟ آمار چک‌های برگشتی؟

حسن کاربر دیگری در «صفحه رسمی دکتر روحانی» نوشته است:

فقط به کارمند ادارات دولتی هم رسیدگی شه، مخصوصاً اداره ثبت اسناد شهر ری.

فرشید کاربر دیگری نوشته است:

جناب رئیس‌جمهور عزیز خواهشاً تردد موتورسیکلت‌های حجم بالا رو آزاد کنید با قیمتی که مالیات هم معاف کنید که ما بتونیم بخریم. به خدا مشکل ترافیک هم حل خواهد شد خسته شدیم از هوندای ۵۰ سال پیش.

هومان کاربر دیگری نوشته است:

زمانش فرارسیده است که آن دولت ارزشمند بتواند پروژه جاده هراز را بعد از ۳۸ سال که از انقلاب می‌گذرد فعال کند؛ بی‌توجهی به توریسم بزرگ‌ترین خطاست.

علی در صفحه «دکتر ظریف» نوشته است:

دکتر عزیز سلام. لطف کنید این قانون جدید صدور روادید سفارت تایلند را به پی‌گیری بفرمایید خیلی سخت‌گیرانه شده. تشکر.

احمد کاربر دیگری نوشته است:

سلام آقای دکتر، لطفاً پی‌گیر ایجاد کنسول‌گری عراق در ایلام باشید؛ مرز مهران مهم‌ترین، امن‌ترین، و نزدیک‌ترین مرز به شهرهای کربلا و نجف و فکر کنم بغداد هست، ولی کنسول‌گری نداره! بیش‌ترین حجم صادرات و تردد زوار، ولی کنسول‌گری نداره.

فرزاد نوشته است:

دکتر داستان فرودگاه جده واقعاً فاجعه بود و مردم رو ناراحت کرد ... انتظار واکنش محکم داریم.

در صفحه «طرف‌داران پرسپولیس»، مهرداد نوشته است:

در مورد صحبت‌های آقای رهبری فرد باید گفت که ایشان با تعصب هستند، اما متأسفانه در بین ورزش‌کاران ما از دیرباز دانش جایی نداشته. فوتبال امریکایی که یکی از خشن‌ترین ورزش‌هاست از دبیرستان‌ها آغاز می‌شود و لیگ مهمی در سطح کالج‌ها دارند و بعد از آن به لیگ ...

مهدی در صفحه «استقلال» نوشته است:

به جای عکس، ویدئو بزارین کاری که صفحات رسمی همه باشگاه‌های دنیا می‌کنند، مثل آرسنال، لیور، بارسا، و ...

کوهیار به عکسی که یکی از کاربران برای پروفایل خود گذاشته است معترض است، اما به آزادی بیان در فیس‌بوک معتقد است. او در صفحه خود می‌نویسد:

به‌رحال مهم آن است که آزادی در این فضای مجازی باشد، دوم بی‌احترامی نباشد.

کاربر دیگری از رفتار بعضی دوستان فیس‌بوکی خود انتقاد می‌کند، ولی او نیز به آزادی در فضای مجازی اقرار می‌کند و می‌نویسد:

هرکس آزاد است هرگونه می‌خواهد در فیس‌بوک رفتار کند.

کارن به دوستان فیس‌بوکی خود متذکر می‌شود که کسی حق ندارد برای دیگران تصمیم بگیرد که درباره چه چیز بنویسند. دیگران فقط می‌توانند نوشته او را نقد یا از آن دفاع کنند، او می‌گوید:

... در ضمن، این که افراد در صفحه خود از قرمه‌سبزی می‌نویسند یا اسطوره و یا سیاست و هر یا چرت‌وپرت دیگر امری انتخابی و کاملاً خصوصی است.

هم‌چنان که گفته شد، دید بعضی از کاربران مرد به فعالیت‌های زنان در فیس‌بوک دیدی جنسی است، اما کاربران زن با این دید جنسی به فعالیت‌هایشان در فیس‌بوک شدیداً مخالف می‌کنند. مریم در پاسخ به یکی از کاربران از نگاه جنسی او به نوشته‌هایش انتقاد کرده است و می‌گوید:

چون الان من یک «زن» هستم، هر کاری بخواهم بکنم درصدد جلب توجه هستم! پس بهتر است متین باشم و خفه شم!

ریحان قلمی قوی دارد و به همین علت هم نوشته‌هایش را تعداد زیادی از کاربران لایک می‌کنند، عده‌ای از کاربران لایک زیاد نوشته‌های او را به‌علت جنسیتش می‌دانند. او از این «دید جنسی» به فعالیت‌هایش شدیداً انتقاد می‌کند و می‌نویسد:

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

۲.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن کنش - گفتار در فیس‌بوک

قبل از عملیاتی‌کردن انواع کنش - گفتارها در فیس‌بوک نخست لازم است «کنش متقابل نمادین» و «کنش - گفتار» را در فیس‌بوک تعریف کنیم. کنش متقابل نمادین در فضای مجازی شامل تمامی فعالیت‌هایی است که کاربران در فیس‌بوک انجام می‌دهند از قبیل قراردادن نوشتارها، اظهارنظرها، عکس‌ها، ترول، ویدئوها بر پست، و هم‌چنین لایک‌کردن، پوکه‌کردن، بلوکه‌کردن، ریمووکردن، و ادکردن (عبداللهیان و همکاران، ۱۳۹۲)، اما کنش - گفتار در فیس‌بوک عبارت است از نوشتارها، اظهارنظرها، ترول، ویدئو، و عکس‌هایی که کاربران بر پست‌های خود می‌گذارند و موجب «هم‌کنشی» (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۴۰۰) بین کاربران می‌شوند و کاربران درباره آن‌ها با یک‌دیگر به تعامل و گفت‌وگو می‌پردازند. باید متذکر شد که لایک‌کردن، پوکه‌کردن، نوشته‌ها، و عکس‌هایی که هم‌کنشی کاربران را در پی ندارند کنش - گفتار محسوب نمی‌شوند.

۳.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن و ارزیابی کنش - گفتارهای هنجاری و عقلانیت ارتباطی در فیس‌بوک

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کنش‌های کاربران ایرانی در فیس‌بوک تعاملی است. در نتیجه می‌توان گفت کنش - گفتارهای هنجاری هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را در بین کاربران فیس‌بوک تنظیم می‌کنند و کارکردشان «استقرار روابط» بین کاربران است (همان: ج ۱، ۱۵۶-۱۷۴). شایان ذکر است که رویکرد این مقاله در ارزیابی هنجارها ارزشی نیست، بلکه

«روا» (همان) یا ناروا بودن هنجارها مطرح است؛ هنجارهای ناروا در فیس‌بوک هنجارهایی‌اند که از عقلانیت ارتباطی به معنی «کنارزدن جنبه‌ها و ابعادی از ارتباط که موجب مخدوش‌سازی ارتباطات می‌شود» (هولاب، ۱۳۷۸: ۱۴۷) پیروی نمی‌کنند. بر این اساس، می‌توان گفت که دو مفهوم عقلانیت ارتباطی و کنش - گفتارهای هنجاری با هم هم‌پوشانی معنایی دارند. در این جا براساس نظریه الگوی کنش ارتباطی و داده‌های تحقیق این دو مفهوم را به شرح زیر در فیس‌بوک مفهوم‌سازی و عملیاتی می‌کنیم. برای عملیاتی کردن کنش - گفتارهای هنجاری در فیس‌بوک نخست باید ارزیابی درستی از فعالیت‌های معمولی و رایج در فیس‌بوک داشته باشیم. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فعالیت‌های معمولی کاربران در فیس‌بوک شامل گذاشتن یک عکس، اظهارنظر، تروپ، و یا ویدئو در صفحه خصوصی و یا صفحه عمومی است که پست نامیده می‌شود. در پاسخ به این پست، دوستان فیس‌بوکی کاربر یا اعضای صفحه عمومی توضیحاتی می‌نویسند که آن را کامنت می‌نامند و یا آن را لایک می‌کنند یا به‌اشتراک می‌گذارند. نتایج تحقیقات رایت (Wright, 2004 cited Hew, 2011) و عبداللهیان و همکاران (۱۳۹۲) نشان می‌دهند که شیوه‌های حفظ روابط شامل انجام دادن فعالیت‌های روزانه، درگیر شدن در فعالیت‌ها، و موارد دیگری که کنش‌گران در روابط چهره‌به‌چهره به کار می‌برند (Canary and Stafford, 1994; Dindia and Baxter, 1987; Dindia and Cannry, 1993 cited Hew, 2011) در فیس‌بوک هم رعایت می‌شوند. در جمع‌بندی، کنش - گفتارهای هنجاری در فیس‌بوک به شرح زیرند:

- اظهارنظرهایی که کاربران در آن‌ها هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را تعریف کرده‌اند؛
- اظهارنظرهایی که کاربران در آن‌ها هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را رعایت کرده‌اند و با رعایت آن‌ها به این هنجارها عینیت بخشیده‌اند؛
- اظهارنظرهایی که در آن‌ها کاربران از برخورد ناسنجیده خود عذرخواهی کرده‌اند یا به حلقه آشنایان خود در این باره تذکر داده‌اند.

در فیس‌بوک عقلانی‌بودن کنش یک کاربر در شیوه طرح ادعا و استدلال‌هایی نمایان می‌شود که می‌آورد (هولاب، ۱۳۷۸: ۱۴۷) و هم‌چنین در شیوه پاسخ کاربر به انتقاداتی که دوستان فیس‌بوکی‌اش به ادعای او می‌کنند. مثلاً اگر کاربری با عصبانیت و برخورد تند ادعایی را مطرح کند و یا به انتقادهای دوستان فیس‌بوکی خود پاسخ دهد روش او غیرعقلانه محسوب می‌شود و بین او و دوستانش تنش رخ می‌دهد. به‌نظر می‌رسد که

کاربران فیس‌بوک از شیوه‌های «رفع تنش» برای حفظ روابط با دوستان فیس‌بوکی خود استفاده می‌کنند (Wright, 2004؛ عبداللهیان و همکاران، ۱۳۹۲). با این توضیحات عقلانیت ارتباطی در فیس‌بوک را به شرح زیر عملیاتی کرده‌ایم:

الف) طرح ادعا یا پاسخ به انتقادهای حلقه‌آشنایان با استدلال؛

ب) برطرف کردن ابعدی که روند تعامل و گفت‌وگو را مختل می‌کند که شامل موارد زیر است:

- عذرخواهی کاربر از حلقه‌آشنایان به علت برخورد تند به جای بیان استدلال (رفع تنش)؛

- برخورد با طنز و کنایه حلقه‌آشنایان کاربر برای آرام‌سازی و هم‌چنین تذکر به کاربر که برخوردش نابه‌جا بوده است (رفع تنش).

- تذکر به حلقه‌آشنایان که توضیحات باید با اظهارنظرها مرتبط باشند.

در این جا نمونه‌هایی از کنش - گفتارهای هنجاری و عقلانیت ارتباطی در فیس‌بوک را برای مستندشدن آورده‌ایم. ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیس‌بوک در صفحه‌های عمومی «کافه کتاب»، «کافه جامعه‌شناسی»، «خانه سینما»، «فروغ فرخزاد»، «کارتون‌های زمان ما»، «دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز»، «بام تهران»، «مهران مدیری»، و «متولدین دهه ۶۰» نشان می‌دهد که کاربران درباره‌ی پست ادمین (مالک صفحه) بر صفحه‌اش اظهارنظرهای خود را نوشته و از توهین و ناسزاگویی پرهیز کرده و هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را رعایت کرده‌اند. اظهارنظرهای این کاربران از نوع کنش - گفتارهای هنجاری است. درحالی که ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیس‌بوک در صفحه‌های عمومی «دکتر ظریف»، «شیعه مذهب حق»، «حامیان حجاب»، و «شب‌های شیراز» نشان می‌دهد که با وجود این که اکثر کاربران هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را رعایت می‌کنند، اما بعضی از کاربران به این علت که نظرهای مخالف خود را بر نمی‌تابند به جای طرح استدلال به فحاشی و ناسزاگویی پرداخته‌اند که نشان می‌دهد هنوز به عقلانیت ارتباطی نرسیده‌اند. هم‌چنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مروارید، زینب، طاهره، مجتبی، افروز، سانا، فرشته، آدینه، بیتا، کنایون، و کاربران دیگر در صفحه‌های خصوصی خود با دوستان فیس‌بوکی‌شان درباره‌ی مسائل گوناگون تعامل و گفت‌وگو می‌کنند. آنان هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را رعایت و در بعضی از موارد این هنجارها را تعریف می‌کنند و یا رعایت این هنجارها را به حلقه‌آشنایان خود تذکر می‌دهند. در این جا چند نمونه از اظهارنظرهای کاربران را در فیس‌بوک آورده‌ایم.

یکی از کاربران فیس‌بوک را رسانه‌تعالی می‌داند و از تک‌گویی حلقه‌آشنایان خود انتقاد می‌کند. او هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را برای حلقه‌آشنایان خود این‌گونه تعریف می‌کند.

در این فضا هنوز در گفت‌وگومندی راه نیافته‌ایم، زیرا هنوز تک‌گویی می‌کنیم و هنوز به جهان رسانه‌های دوجانبه و تعاملی نرسیده‌ایم مثل زندگی اجتماعی‌مان فقط آمده‌ایم که بگوییم «من»، «مرا ببینید»؛ کمی اجازه بدهیم دیگری هم بگوید و این «من» بشنود کمی متعادل باشیم. هر جامعه‌ای الگوی خودش را می‌طلبد.

هم‌چنین ارزیابی اظهارنظرهای کاربران نشان می‌دهد که اگر یکی از کاربران برخورد تند و نابه‌جایی بکند (هنجار ناروا)، با برخورد کنایه‌آمیز کاربران دیگر متوجه برخورد اشتباهش می‌شود و روش خود را اصلاح می‌کند. مریم از قضاوت اندام ناراحت شده است و از او می‌خواهد در بحث شرکت نکند، او می‌نویسد:

بهتر است در همان حد یک ناظر دور بمانید و وقتی در جایی با چیزی درگیر نشدید اجازه‌صحبت کردن به خود ندهید!

اندام به او هنجارهای درست تعامل را یادآوری می‌کند و وظیفه‌مریم می‌داند که نکات مبهمی را که برای حلقه‌آشنایانش پیش آمده است روشن کند؛ هم‌چنین به او تذکر می‌دهد که اگر بخواهد این‌گونه برخورد کند، دیگر در بحث‌های او شرکت نمی‌کند. او می‌نویسد:

اما اگر حداقل خودتان پای‌بند آنچه از دیگران توقع دارید بودید، گام‌به‌گام بحث را پیش می‌بردید و نقاط مبهم را می‌پرسیدید و روشن می‌شدید و یا می‌شدم، اما این طرز برخورد همان به که برویم به قرمه‌سبزی‌مان برسیم، شاید که در حین پختن به درک شهودی این واقعه برسیم.

مریم که می‌داند عقلانی رفتار نکرده است برای رفع دل‌خوری و تنش از اندام معذرت‌خواهی می‌کند و می‌نویسد:

اگر هم در کامنت بالا کمی صریح حرف زدم، عذر می‌خواهم ... ممنون از این‌که وقت گذاشتید و ممنون از حضورتان.

ریحان از ابراز صمیمیت یکی از حلقه‌آشنایانش ناراحت شده و اظهارنظری در این مورد بر پست خود می‌گذارد او می‌نویسد:

آن دسته از دوستانی که در طول زندگی فقط دو یا سه بار هم‌دیگر را دیده‌اند، لطف کنند و به اندازه همان دو سه بار از دوستی مشترکشان خاطره تعریف کنند. لحن گفتار ریحان موجب رنجش دوستان فیس‌بوکی او می‌شود و آن‌ها با طنز و کنایه در جواب پست او کامنت‌هایی می‌گذارند و او را متوجه نارو بودن و غیرعقلانی بودن برخوردش می‌کنند. رها به کنایه به ریحان می‌فهماند که برخوردش بسیار بد بوده است او می‌گوید:

زندگی خودش عضوی از همین مردم زودصمیمی‌شونده است عزیزم ...

ریحان که متوجه می‌شود با برخورد ناسنجیده‌اش موجب دل‌خوری دوستان صمیمی‌اش شده است، برای رفع دل‌خوری در برابر دوستان اظهار تواضع می‌کند و با اشاره به خاطره مشترکش با دوستان می‌نویسد:

اون روز جزء عمرمون محسوب نمی‌شه.

مریم مرتبط‌نبودن کامنت‌ها را با اظهارنظرها روا نمی‌داند و اعتقاد دارد که باعث اختلال در روند تعامل و گفت‌وگو می‌شود. او می‌نویسد:

چیزی که به چشم می‌آید عدم بحث در کامنت‌ها حول آن موضوع است و اگر هم بحثی شود در حد این است که «تو در حال قرمه‌سبزی درست‌کردن به این نتیجه رسیدی؟» یا «من فدای تو شم که یکی هستی».

آرمن هم اعتقاد دارد که کامنت باید با موضوع اظهارنظر مرتبط باشد، اما آزادی در فیس‌بوک را مهم‌تر می‌داند. او هرگونه اعمال‌نظری درباره مضمون نوشته دیگران را جایز نمی‌داند. آرمن هنجارهای تعامل و گفت‌وگو در فیس‌بوک را که از نظر او رواست این‌گونه تعریف می‌کند:

انتخاب موضوع امر و انتخابی کاملاً خصوصی است و به همان شکل که خود دوست دارند و ترجیح می‌دهند خود را «بیان» می‌کنند. و البته ما هم به همان اندازه حق داریم که آن را نقد کنیم یا دفاع کنیم و یا از کنارش بگذریم.

اندام هم اعتقاد دارد که اعمال‌نظر درباره مضمون نوشته‌ها باعث مرکزگی در فیس‌بوک می‌شود و معتقد است که کاربر باید کامنت همه حلقه‌آشنایان خود را مطالعه کند، حتی کامنت‌هایی که با اظهارنظر او مرتبط نیستند. او در این باره می‌نویسد:

حمید عبداللهیان و مهین شیخ‌انصاری ۱۰۳

و اما این ناهم‌خوانی استاتوس‌ها و کامنت‌ها، از نظر من اتفاقاً باید این به‌ظاهر ناهم‌خوانی را با هم خوانده و تحلیل کرد. نه با جدا کردن که خوب‌ها یک طرف و بد‌ها طرف دیگر. همه یک مجموعه هستند.

می‌توان گفت اکثر کاربران در نمونه‌های مورد‌ارزیابی هنجارهای تعامل و گفت‌وگو را رعایت می‌کنند که ما در بخش کنش - گفتارهای تعامل و گفت‌وگو نمونه‌های بیش‌تری را برای مستند شدن می‌آوریم.

۴.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن و ارزیابی کنش - گفتارهای نمایش‌نامه‌ای در فیس‌بوک

کنش - گفتارهایی که کاربران در آن‌ها به ابزار احساسات، تمایلات، و عقاید خود در فیس‌بوک می‌پردازند از نوع کنش - گفتارهای نمایش‌نامه‌ای (ویت، ۱۳۸۶: ۷۷ به نقل از هابرماس، ۱۳۸۴) در فیس‌بوک‌اند. این اظهارنظرها به‌منظور دست‌یابی به تفاهم‌اند و کارکرد آن‌ها باز‌نمایی خود است (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۱۵۶-۱۷۴). کنش - گفتار نمایش‌نامه‌ای (خودافشایی) در فیس‌بوک شامل مورد زیر است:

- اظهارنظرهایی درباره احساسات و آرزوها؛

- اظهارنظرهایی درباره کارهایی که کاربر انجام داده است؛

- اظهارنظرهایی درباره عقاید کاربر.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کاربران درباره ایده‌ها، تمایلات، احساسات، و کارهایی که کرده‌اند در فیس‌بوک با حلقه آشناپانشان تعامل می‌کنند که تمامی این موارد خودافشایی است. به‌نظر می‌رسد که خودافشایی در فیس‌بوک بیش‌تر از دنیای واقعی انجام می‌گیرد.

دکتر ظریف در صفحه خود کارهایی را که انجام می‌دهد برای حلقه آشناپان خود شرح می‌دهد. او در پست خود نوشته است:

سلام دوستان ساعت ۵ و ۴۰ دقیقه صبح پنج‌شنبه به وقت وین (۸ و ۱۰ دقیقه صبح به وقت ایران عزیز) است. دور جدید مذاکرات از دیروز شروع شد و در دو هفته آینده به‌صورت فشرده ادامه خواهد داشت ... قبل از رفتن به وین یک پیام ویدئویی به زبان انگلیسی تهیه کردم که با زیرنویس به زبان‌های مختلف در فضای مجازی منتشر شد.

ادمین صفحه «کافه کتاب» که فروشنده کتاب است برخورد خود با یک خانم را برای اعضای صفحه شرح می‌دهد او بر پست خود می‌نویسد:

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

شب‌نم در صفحه «بام تهران» می‌نویسد:

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

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

پاسخ مهدی به مریم تأییدی بر خودافشایی در فیس‌بوک است؛ او در این‌باره می‌نویسد:

عزیزم وقتی در صفحه فیس‌بوکت از ساعتی که می‌خوابی یا از نوع غذایی که میل می‌کنی، از درونی‌ترین لحظات و احساس‌هایت صحبت می‌کنی، این‌کار مثل شریک‌کردن دیگران در حریم خصوصی روحیه و خلوت خودت است.

تعریفی که هوشنگ از فیس‌بوک به دوستان فیس‌بوکی‌اش ارائه می‌دهد اشاره به خودافشایی درباره عقاید، نگرش‌ها، و هم‌چنین مسائل شخصی در فیس‌بوک دارد؛ او می‌نویسد:

این فضا تنها محل بازنشر افکار و اعتقادات و هر آنچه را که می‌دانیم و می‌توانیم انتقال بدهیم هست و فیس‌بوک هم یک رسانه است نه خانه شخصی.

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

کچل شدم از دست این دوستان؛ عزیزم چرا حرف عاشقانتو به خودش نمی‌زنی؟ براش پیغام بفرست، به خدا بهتره، ۴۵۰۰ تا دوست، ۲۰۰ تاشون ناله کنن، ۱۰۰ تاشون بدویی‌راه بگن، و ۳۰۰ تاشون هم که کلاً همیشه دپرسن.

۵.۴ مفهوم‌سازی، عملیاتی کردن، و ارزیابی کنش - گفتارهای گفت‌وگو در فیس‌بوک

کنش - گفتارهایی که کاربران در آن ادعاهایی را دربارهٔ وضع امور فیس‌بوک یا دنیای واقعی در فیس‌بوک (ویت، ۱۳۸۶: ۷۷ به نقل از هابرماس، ۱۳۸۴ الف) مطرح می‌کنند از نوع کنش - گفتارهای گفت‌وگو هستند. این کنش - گفتارها برای دست‌یابی به تفاهم‌اند و کارکرد آن‌ها بازنمایی وضع فعلی است.

کنش - گفتارهای گفت‌وگو در فیس‌بوک شامل موارد زیر است:

- اظهارنظرهایی دربارهٔ بازنمایی وضع امور دنیای واقعی در فیس‌بوک: مسائل اجتماعی، سیاسی، و مشکلات اقتصادی؛
- اظهارنظرهایی دربارهٔ بازنمایی وضع امور دنیای مجازی؛
- و در بعضی از موارد حصول تفاهم و توافق بین کاربران فیس‌بوک دربارهٔ یک مسئلهٔ مشخص.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کاربران با یک‌دیگر دربارهٔ آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی (بازنمود وضع امور در دنیای مجازی) تعامل و گفت‌وگو می‌کنند و برای آن‌ها نام انتخاب می‌کنند. هم‌چنین کاربران دربارهٔ مسائل اجتماعی و سیاسی جامعه با یک‌دیگر تعامل می‌کنند (بازنمایی وضع امور دنیای واقعی) و در بعضی از موارد دربارهٔ مسئلهٔ مشخصی به تفاهم می‌رسند. در این‌جا چند نمونه از اظهارنظرها را برای مستندشدن آورده‌ایم.

بعضی از کاربران که اکثراً خانم‌اند با ژست‌های خاص عکس می‌گیرند و بر پروفایلشان قرار می‌دهند و از گزینهٔ عمومی استفاده می‌کنند. در نتیجه آن عکس قابل‌رؤیت برای کاربران دیگر فیس‌بوک است. ارزیابی اظهارنظر بعضی از کاربران نشان می‌دهد که تعداد این عکس‌ها در فیس‌بوک زیاد شده است. احمد و دوستان فیس‌بوکی‌اش این پدیدهٔ اجتماعی را «تب مدلینگ در فضای مجازی» نامیده‌اند و به تحلیل ریشه‌های این پدیدهٔ اجتماعی را پرداخته‌اند. مهدی علت‌زاد شدن این عکس‌ها را کمبود تحمیلی‌ای می‌داند که خانم‌ها در جامعه احساس می‌کنند، او می‌نویسد:

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

احمد ریشهٔ این پدیدهٔ اجتماعی را اعتمادبه‌نفس پایین زنان می‌داند او در این باره می‌نویسد:

فقط ناشی از آگاهی درونی به این واقعیت که «جذاب نیستم، زیبا هم نیستم» و به خاطر عدم باور خودآگاه به عقده‌ای تبدیل می‌شه که امروز تو مدلینگ نمود پیدا کرده.

علی اکبر درباره تب مدلینگ و شایع شدن آن در فضای مجازی به طنز می‌نویسد:

دیگه کم‌مونده مادر بزرگ من هم لباس گل‌گلی بپوشه بره بالا پشت‌بوم از خودش عکس بی‌حجاب بگیره بذاره فیس بوک.

نازیلا که از گزینه خصوصی استفاده نکرده و عکس‌هایش قابل رؤیت برای عموم کاربران فیس‌بوک است از پوکه شدن به دست مردی مسن و پیام او که آن را چندش‌آور توصیف کرده است اظهار ناراحتی می‌کند و آن را آزار جنسی در فضای مجازی می‌داند.

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

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

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

یکی از موضوع‌هایی که کاربران ایرانی درباره آن تعامل و گفت‌وگو می‌کنند هنجارهای مردسالارانه است. اظهار نظر یک کاربر درباره یک پست یا عکس کافی است که به بحث درباره جایگاه زنان یا رابطه بین دختران و پسران در جامعه کشانده شود. در صفحه «شیراز پرچمش بالاست» ادمین صفحه عکسی از ماشینی را که در شهر تصادف کرده است بر صفحه گذاشته است و نوشته است: «شیراز، بولوار چمران، و هنرنمایی خانم راننده». بعضی از کاربران فیس‌بوک به قضاوت ادمین صفحه درباره رانندگی زنان اعتراض می‌کنند. اسماعیل نوشته است:

من به‌عنوان یک مرد بارها تصادف کردم ولی یک زن منو تحقیر نکرد. ادمین عزیز لطفاً به زنان جامعه و شهروندان شیرازی احترام بگذار.

عباد می‌نویسد:

منم رانندگی‌ام خوب نیست دلیل نمی‌شود زنان را مسخره کرد.

تعاملاتی که در فیس‌بوک درباره تفاوت‌های جنسیتی، آسیب‌های اجتماعی روابط بین دختران و پسران، و عمل‌های زیبایی زنان انجام می‌شود از چند جنبه قابل توجه است. یکی این‌که زنان و مردان، براساس تجربه زیسته خود، دیدگاه‌ها و نگرش‌های خود را درباره موضوع مورد بحث ابراز می‌کنند و این موجب شناخت زنان و مردان از دیدگاه‌ها و تجارب زیسته یک‌دیگر می‌شود. این شناخت به برقراری تفاهم بین دو جنسیت کمک می‌کند (حصول تفاهم). نکته قابل توجه دیگر این است که دانشجویان در روند تعامل و گفت‌وگو درباره مسائل اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی در فیس‌بوک به دایره معلومات خود اضافه می‌کنند. در این جا چند نمونه را برای مستندشدن آورده‌ایم.

مریم از قضاوت هادی ناراحت شده است و ریشه قضاوت او را در هنجارهای مردسالارانه جامعه می‌داند، او از تجربه زیسته خود در جایگاه یک زن در اجتماع صحبت می‌کند که باید همیشه به علت جنسیتش مراقب رفتار و اعمالش باشد. سینا در پاسخ مریم علت را نه در هنجارهای مردسالارانه، بلکه در نگرش زنان و رخنه تفکر مردسالارانه در زبان می‌داند. او در این باره می‌نویسد:

در بازی‌های زبانی زنان خودشان، خودشان را تحقیر می‌کنند و الفاظ زنانه و دخترانه برای موضوعی حمل بر بی‌احترامی است که این خود البته حاکی از رخنه تفکر مردسالار در جامعه است ... [زنان باید] با جنس مخالف نه حمله و تحقیر که با دیالوگ و گفت‌وگو این موضوع را بیان کنند. کمک‌گرفتن از فلسفه زبان ویتگنشتاین بسیار راه‌گشا است.

مریم از سینا به علت تحلیل علمی‌ای که ارائه داده است و او را با دیدگاه جدیدی درباره هنجارهای مردسالارانه آشنا کرده است تشکر می‌کند. مریم می‌نویسد:

ممنونم سینا جان از کامنت و راهنمایی‌ات.

کاربران در گروه «متولدین دهه ۶۰» با بیان خاطرات خود، که به صورت نوشته‌هایی کوتاه مطرح می‌شوند، به فهم مشترکی از خود به مثابه یک نسل رسیده‌اند. زری یکی از کاربران در گروه «متولدین دهه ۶۰» می‌نویسد:

ما ماهواره نداشتیم، ما را رستوران نمی‌بردند که بدانیم جوجه کباب چه شکلی است. ما خیلی قانع بودیم به خدا ... موبایل نداشتیم که اس‌ام‌اس بدهیم ما خودمان خودمان را شناختیم ...

یکی از کاربران فیس‌بوک در صفحه «متولدین دهه ۶۰» عکسی از قصه‌گوی دهه ۶۰ در تلویزیون، آقای حکایتی، گذاشته و نوشته است:

آقای حکایتی اسم قصه‌گوی ماست، زیر گنبد کبود شهر خوب قصه‌هاست.

بیش از ۲۳۲۰ نفر آن را لایک کرده‌اند. کاربران دیگر هم در پاسخ به این پست هرکدام اشاره‌ای به خاطرات دوران بچگی خود کرده‌اند.

نگار، علی‌رضا، سهیلا، محمدرضا، محدثه، امین، شیوا، محسن، سانا، و ... در صفحه «بمب خنده» درباره پیروزی تیم والیبال ایران در مقابل برزیل با یک‌دیگر گفت‌وگو می‌کنند. مستانه، ساحل، مسعود، میترا، سهیلا، سمانه، و میثم با بیش از ۴۵ نفر دیگر در صفحه «فروغ فرخزاد» درباره این شاعر ایرانی و شعرهایش با هم گفت‌وگو می‌کنند.

دکتر ظریف پستی در تاریخ ۲ جولای ۲۰۱۴ در صفحه‌اش به شرح زیر گذاشته است:

سلام دوستان ساعت ۵ و ۴۰ دقیقه صبح پنج‌شنبه به وقت وین (۸ و ۱۰ دقیقه صبح به وقت ایران عزیز) است. ...

بیش از ۴۰ نفر درباره این پست نظرهای خود را بیان کرده و گفت‌وگو کرده‌اند. در صفحه «شب‌های تبریز» درباره بانویی تبریزی که مکانی را برای نگه‌داری از سگ‌های ولگرد ایجاد کرده است عکسی گذاشته‌اند که یازده نفر آن را به اشتراک گذاشته و ۱۴۳ نفر آن را لایک کرده‌اند. لاله، کورش، پاشا، المیرا، حسام، سحر، ملیکا، سهیل، و ... درباره آن کامنت گذاشته‌اند. در صفحه «پرسپولیس» علی کریمی نوشته است:

سال‌های زیادی را در این فوتبال داشتم، سال‌هایی که پر از خاطرات تلخ و شیرین بود، خاطرات خوب و بد ...

۱۳۴۲ نفر آن را لایک کرده‌اند و ۱۲ نفر آن را به اشتراک گذاشته‌اند و ۱۱ نفر درباره آن کامنت گذاشته‌اند. در صفحه «حامیان حجاب» ادمین صفحه عکسی از دخترانی که ساپورت پوشیده‌اند گذاشته و نوشته است:

تویی که دنبال زندگی خوب و سالم هستی اینو بدون خیلی از جوون‌ها هنوز نتونستن ازدواج کنند و به خدا و دین هم اعتقاد دارند؛ وقتی این لباس‌های تحریک‌کننده رو می‌پوشی اون‌ها واقعاً اذیت می‌شن و رو ذهن و فکرشون اثر بد می‌ذاره.

او از اعضای صفحه خواسته است که مخالفان این‌گونه پوشش این عکس را لایک کنند. ۲۲۰ نفر این عکس را لایک کرده‌اند. مهدی، رضا، فاطمه، امیر، امیرعلی، حمید،

حمید عبداللهیان و مهین شیخ‌انصاری ۱۰۹

حسین، شهین، الهه، و ... در مخالفت و موافقت با این پست کامنت گذاشته‌اند. در صفحه «محک» کاربران درباره کمک به بچه‌های سرطانی با یک‌دیگر تعامل می‌کنند. جواد نوشته است:

من هر موقع بخوام کار خیر کنم یه مبلغی می‌ریزم به حساب محک ... مستحق‌تر از این وجود نداره ... بزار بگن گفتنش ریاست ... ولی من می‌گم تبلیغه.

سارا نوشته است:

شماره حسابتون چنده؟ و شیراز کجا مخصوص نگره‌داری بچه‌های سرطانی هست؟ لطفاً هرکی می‌دونه جواب من رو بده چون مدت‌هاست دنبالشم خوشحال شدم این‌جا دیدم. چون من کمک مثل ملافه و خرید مایحتاج برام راحت‌تره؛ اگر مکانی هست که تو شیراز می‌شناسید، بگید که برم ببینم ممنونم.

ادمین صفحه «دانشکده فنی دانشگاه تبریز» از دانشجویانی که کار می‌کنند خواسته است نظر خودشان را درباره مرتبط بودن کار و رشته‌شان بگویند او بر پستش نوشته است:

از دوستان کسانی هستند که در کنار درس‌خوندن کار هم بکنند؟؟ لطفاً بگین که آیا با رشته‌تون مرتبط هست یا نه و آیا به کاری که انجام می‌دید علاقه‌مند هستید؟؟

۵۰ نفر این پست را لایک کرده‌اند و مهدی، حمید، امید، سالار، اکبر، بابک، نیکولاس، رامین، معصومه، و ... تجربه‌ها و نظرهای خود را در این‌باره نوشته‌اند.

درباره جراحی‌های زیبایی زنان بحث‌های فراوانی در فیس‌بوک انجام می‌شود. با آوردن اظهارنظر نازیلا در حلقه‌آشنایانش نشان می‌دهیم که در بعضی از موارد کاربران به فهم مشترکی درباره مسائل اجتماعی می‌رسند. نازیلا در مخالفت با عمل‌های زیبایی می‌نویسد:

من با بعضی از تغییرات موافق‌ام گاهی، ولی موضوع این‌جاست که امروز یه داستان رو تین شده. چندی پیش می‌خواستم از دوستان عکاسی کنم و دلم می‌خواست بنویسم از کسانی عکس می‌گیرم که هیچ جراحی زیبایی انجام نداده باشند، بعد دیدم به بیش از نیمی از دوستان مجازی برمی‌خورم ... !! دلم می‌خواد بینی‌ای ببینم که نافرمه. لبی که باریکه ولی ترکیب زیبایی داره. واقعاً دلم واسه دیدن چهره‌های معمولی ولی یونیک تنگ شده ...

علی علت جراحی‌های زیبایی زنان را در سلیقه ایرانی می‌داند؛ او می‌نویسد:

کاملاً موافق‌ام. حرف دل من و خیلی‌ها رو زدید. نازیلا جان مشکل خیلی عمیقه و آرایش و ملاک زیبایی چهره یکی از نموده‌های مشکل اصلیه.

کارن به هنر پست‌مدرن اشاره می‌کند و سعی می‌کند تحلیلی علمی از این مسئله اجتماعی ارائه دهد:

مشکل اصلی چیزیه که اسمشو می‌ذارم سلیقه آماتور، سبک، جلف. شما به‌راحتی می‌تونید همین سلیقه جلف رو در موسیقی پاپ ایرانی هم ببینید. نه؟ در سینما هم در قالب فیلم فارسی و کم‌دی‌های آبی که هنوزم با جدیت تمام ساخته می‌شه وجود داره. در رنگ‌بندی‌های بیش‌تر قالی‌های ایرانی هم این زندگی و استفاده از رنگ‌های زننده به‌چشم میاد و ...

نازیلا به اصطلاح «کیچ» لیوتار درباره هنر کوچه‌بازاری اشاره می‌کند و می‌نویسد:

دقیقاً چه قدر خوب گفتمی کارن جان سلیقه کیچ پسند.

کارن در تأیید اظهار نظر نازیلا این مشکل را مختص همه کشورهای جهان سوم می‌داند. او می‌گوید:

این مشکل مختص ایران هم نیست. کلاً ملت‌ها و فرهنگ‌های جهان سوم تو این داستان شریکن. فرهنگ عمومی خاورمیانه، امریکای لاتین رو بررسی کنید.

کارن راه‌حل مسائل اجتماعی را مهندسی جامعه می‌داند و پدram معتقد است که باید قبل از مهندسی جامعه مهندسی ارزش‌ها در جامعه انجام شود. نمونه این‌گونه بحث‌های جدی اجتماعی - علمی در هر زمینه‌ای در فیس‌بوک بسیار است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کاربران ایرانی درباره مسائل اجتماعی جامعه تعامل و گفت‌وگو می‌کنند و در بعضی موارد به درک و فهم مشترکی از علل مسائل اجتماعی می‌رسند (هابرماس، ۱۳۸۴ ب: ۵۳).

۶.۴ مفهوم‌سازی، عملیاتی‌کردن، و ارزیابی کنش - گفتارهای راه‌بردی در فیس‌بوک

کنش - گفتارهای راه‌بردی از «قواعد انتخاب عقلانی پیروی می‌کنند و کارآیی آن‌ها در اثرگذاری بر تصمیم‌های یک حریف عاقل دیگر سنجش می‌شود» (هابرماس، ۱۳۸۴ الف: ج ۱، ۳۹۰). کنش - گفتارهای راه‌بردی در فیس‌بوک شامل اظهار نظرهای زیر است:

- اظهارنظرها و عکس‌هایی که کاربران با نیت به دست آوردن تعداد لایک بیش‌تر برای کسب شهرت و محبوبیت بر پست خود می‌گذارند؛
- اظهارنظرها و عکس‌هایی که کاربران به منظور تبلیغ حرفه و جلب مشتری بر پست خود در صفحه‌های خصوصی یا عمومی می‌گذارند؛
- اظهارنظرها و عکس‌هایی که کاربران برای ترویج یک ایده و عقیده بر پست خود می‌گذارند.

فیس‌بوک این امکان را برای کاربران فراهم آورده است تا بتوانند صفحه‌هایی برای تبلیغ کسب‌وکارهای محلی و برند ایجاد کنند. تمامی کنش - گفتارهایی که در این صفحه‌ها برای تبلیغ کسب‌وکار صورت می‌گیرند از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی‌اند. در صفحه «به‌روزرسانی» ادمین صفحه بر پست خود نوشته است:

تعطیلات تابستون با چند تا بازی جذاب حسابی سرگرم بشین!! فروش اینترنتی گیفت کارت با تحویل لحظه‌ای، فروش اینترنتی اپل آیدی با تحویل لحظه‌ای ...

این اظهارنظرها از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی‌اند. نکته قابل توجه این است که با وجود این‌که این صفحه‌ها به منظور تبلیغ کسب‌وکار ایجاد شده‌اند، اما رابطه بین صاحبان مشاغل و مشتریان در این صفحه‌ها تعاملی است. هم‌چنین در این صفحه‌ها امکان تعامل بین مشتریان با مشتریان فراهم آمده است. پست ادمین صفحه «به‌روزرسانی» را ۱۲۰ نفر لایک کرده‌اند و علی، سینا، پوریا، شهین، پری، رضا، و ساسان در این باره سؤالاتی را مطرح کرده یا تجارب خود را با کاربران دیگر در میان گذاشته‌اند. برای نمونه رضا دو تا بازی جدید را معرفی می‌کند. در صفحه‌های عمومی «بام تهران» و «شب‌های شیراز» هم دیده می‌شود که بعضی از کاربران به تبلیغ یا معرفی صفحه تجاری فیس‌بوک خود می‌پردازند که تمامی این‌گونه اظهارنظرها از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی‌اند.

تعداد لایک‌های یک عکس و اظهارنظر نشان‌دهنده این است که آن اظهارنظر یا عکس موردپسند کاربران دیگر قرار گرفته است و برای کاربر و یا صفحه محبوبیت یا اعتبار به همراه می‌آورد. همین مسئله باعث می‌شود که صفحه‌های با لایک بالا بین کاربران مبادله شود یا به فروش برسد. در بعضی از صفحه‌ها این نوشته دیده می‌شود که «این صفحه با این تعداد لایک فروخته می‌شود» یا این‌که آگهی و تبلیغاتتان را برای این صفحه بفرستید. هم‌چنین بعضی از کاربران از گزینه عمومی استفاده می‌کنند تا عکس یا اظهارنظری که بر

پروفایلشان گذاشته‌اند تعداد لایک بیش‌تری بگیرد. بعضی از کاربران صفحه‌های عمومی برای ترویج عقایدشان ایجاد کرده‌اند و هدف آن‌ها تعامل و گفت‌وگو برای رسیدن به تفاهم نیست. تمامی اظهارنظرهایی که با هدف دست‌یابی به تفاهم انجام نگرفته‌اند از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی‌اند. در این‌جا نمونه‌هایی را برای مستندشدن می‌آوریم.

کوهیار، یکی از کاربران، به عکسی اشاره می‌کند که زنی از ساق پای خود بر پروفایلش گذاشته است و تعداد لایک‌ها و کامنت‌های آن به ۴۰۰ تا رسیده است؛ این کنش از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی است. کوهیار در این‌باره می‌نویسد:

شاید بعضی توجه به خانم‌ها برایشان بسیار مهم باشد که حتماً هست و حقیقت را نباید انکار کرد، خانمی یک عکس از ساق پاش گذاشته ۴۰۰ تا کامنت گذاشتن.

ادمین صفحه‌های «حامیان حجاب» و «شیعه مذهب حق» صفحه‌های عمومی خود را برای ترویج و تبلیغ عقاید خود ایجاد کرده‌اند. اظهارنظرهایی که آن‌ها بر صفحه خود می‌گذارند از نوع کنش - گفتارهای راه‌بردی‌اند.

۷.۴ ارزیابی امکان تشکیل حوزه‌های عمومی در فیس‌بوک

هابرماس معتقد است:

هنگامی حوزه عمومی و گفتمان آرمانی صورت می‌پذیرد که امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبندی را پیش‌فرض بگیریم که همه سخن‌گویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی استدلال بهتر حکم می‌کند (ویت، ۱۳۸۶: ۶۴).

بنابراین برای تشکیل حوزه عمومی در فیس‌بوک باید دو شرط امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبند و عقلانیت ارتباطی وجود داشته باشد.

در بخش‌های قبلی ما به این دو پرداختیم و در این‌جا فقط به بیان نتایج اکتفا می‌کنیم. ارزیابی اظهارنظرهای کاربران در صفحه‌های عمومی «دکتر ظریف»، «صفحه رسمی دکتر روحانی»، و «پرسپولیس» بیش‌تر از نمونه‌های دیگر گویای این ادعاست که کاربران با عقاید متفاوت آزادانه نظرهای خود را درباره پست‌های ادمین صفحه یا اظهارنظر کاربران دیگر بیان می‌کنند. هم‌چنین ارزیابی اظهارنظرهای کاربران در صفحه‌های خصوصی نشان می‌دهد که آن‌ها این حق را برای خود و دیگران قائل‌اند که اظهارنظرهای خود را درباره مسائل مطرح‌شده بیان کنند. نتایج تحقیق نشان داد که بعضی از کاربران مرد به فعالیت‌های زنان در

فیس‌بوک دیدی جنسی دارند، اما کاربران زن با این دید جنسی به فعالیت‌هایشان در فیس‌بوک شدیداً مخالفت می‌کنند. در جمع‌بندی می‌توان گفت که امکان گفت‌وگوی بی‌قیدوبند که اولین شرط برای تشکیل حوزه‌های عمومی است در فیس‌بوک وجود دارد. اما درباره این که آیا تمامی کاربران ایرانی فیس‌بوک به عقلانیت ارتباطی برای تعامل و گفت‌وگو رسیده‌اند؟ نمی‌توان قاطعانه نظر داد. ارزیابی اظهارنظرهای کاربران نشان می‌دهد که در گروه‌های «کافه کتاب»، «کافه جامعه‌شناسی»، «بام تهران»، و صفحه‌های خصوصی کاربران با استدلال ادعاهای خود را مطرح می‌کنند و یا پاسخ منتقدان خود را می‌دهند، اما در صفحه‌های «حامیان حجاب»، «شیعه مذهب حق»، «دکتر ظریف»، و «شب‌های تبریز» بعضی از کاربران پاسخ منتقدان خود را نه با استدلال، بلکه با فحش و ناسزا می‌دهند. در این‌جا چند نمونه برای مستندشدن می‌آوریم.

حمید در گروه «حامیان حجاب» در پاسخ به علی می‌گوید:

مزخرف نگو مستر خارجی فیلم هالیوودی کم‌تر ببین ...

یا در صفحه «شیعه مذهب حق» علی اکبر به ناسزاگویی به عمر می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رعایت نکردن هنجارهای تعامل و گفت‌وگو در صفحه‌های عمومی مانند «حامیان حجاب» یا «شیعه مذهب حق»، که به‌منظور تبلیغ و ترویج عقیده خاصی ایجاد شده‌اند، بیش‌تر است. می‌توان گفت فیس‌بوک مکان مناسبی برای این است که افراد با دیدگاه‌های مختلف بتوانند با یک‌دیگر به مناظره بپردازند به همین علت اختلاف‌نظرها در فیس‌بوک بازتاب بیش‌تری دارند. در جمع‌بندی می‌توان گفت که در اکثر صفحه‌های خصوصی و عمومی کاربران درباره موضوع‌های متنوع نظرهای خود را بیان می‌کنند و در بعضی از موضوع‌ها به تفاهم می‌رسند.

۵. نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که تعداد لایک بیش‌تر گروه‌های مورد مطالعه مانند «پرسپولیس»، «کافه جامعه‌شناسی»، «فروغ فرخزاد»، «بمب خنده»، «کارتون‌های زمان ما»، «شیراز ما پرچمش همیشه بالاست»، «بام تهران»، «متولدین دهه ۶۰»، «خانه سینما»، و «مهران مدیری» بعد از یک سال کاهش یافته است. افزایش تعداد لایک در گروه‌های دیگر نیز بسیار اندک بوده است. یکی از علل این کاهش می‌تواند گسترش شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه باشد.

چنان‌که روی صفحه‌ی بعضی از گروه‌ها آدرس تلگرام گروه قرار داشت که حاکی از این بود که این گروه در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه تشکیل شده است. در بعضی گروه‌ها مانند «پرسپولیس»، «استقلال»، «به‌روزرسانی»، «محک»، و «جمعیت دانشجویی امام علی» تقریباً هر روز، یا با تأخیر چند روز، پست‌های جدید گذاشته می‌شد، اما بعضی از گروه‌ها مانند «متولدين دهه ۶۰»، «شیعه مذهب حق»، و «شب‌های تبریز» چندین ماه از تاریخ آخرین پست آن‌ها می‌گذشت.

هم‌چنین نتایج تحقیق نشان داد که کاربران در نمونه‌های مورد مطالعه درباره‌ی رویدادهای اجتماعی، سیاسی، ورزشی، و فرهنگی روز با یک‌دیگر تعامل و گفت‌وگو می‌کنند؛ از قبیل: تبریک روز عید فطر، روزه‌خواری، نوع پوشش زنان در تهران، خداحافظی علی کریمی، موفقیت تیم والیبال، انتخاب علی دایی در جایگاه سرپرست تیم، کتاب‌های جدید منتشرشده، تجاوز خانگی جنگ غزه، سال‌روز مرگ خسرو شکیبایی در سال ۱۳۹۳، مسابقه‌ی داربی استقلال و پرسپولیس، فوت نابه‌هنگام هادی نوروزی، توافق هسته‌ای، و عزاداری در ایام محرم در سال ۱۳۹۴.

براساس نظریه‌ی هابرماس و داده‌های تحقیق انواع کنش – گفتار را در فیس‌بوک مفهوم‌سازی و عملیاتی کردیم و نتایج تحقیق نشان داد که سه نوع کنش – گفتار هنجاری نمایش‌نامه‌ای، راه‌بردی، و گفت‌وگو در فیس‌بوک وجود دارد و اکثر کاربران به گفت‌وگوی بی‌قیدوبند در فیس‌بوک معتقدند. درباره‌ی این که آیا کاربران ایرانی فیس‌بوک به عقلانیت ارتباطی برای تعامل و گفت‌وگو رسیده‌اند؟ نمی‌توان قاطعانه نظر داد. نتایج تحقیق نشان داد که در بعضی از صفحه‌های عمومی مانند «کافه کتاب»، «کافه جامعه‌شناسی»، «بام تهران»، و صفحه‌های خصوصی کاربران با استدلال ادعاهای خود را طرح می‌کنند و یا پاسخ منتقدان خود را می‌دهند، اما در صفحه‌های دیگر مانند «حامیان حجاب»، «شیعه مذهب حق»، «دکتر ظریف»، و «شب‌های تبریز» بعضی از کاربران به منتقدان خود نه با استدلال، بلکه با فحش و ناسزا پاسخ می‌دهند. هم‌چنین نتایج نشان داد که رعایت نکردن هنجارهای تعامل و گفت‌وگو در صفحه‌های عمومی مانند «حامیان حجاب» یا «شیعه مذهب حق»، که به‌منظور تبلیغ و ترویج عقیده‌ی خاصی ایجاد شده‌اند، بیش‌تر است. می‌توان گفت فیس‌بوک مکان مناسبی برای این است که افراد با نظرهای مختلف بتوانند با یک‌دیگر به مناظره بپردازند به همین علت اختلاف‌نظرها در فیس‌بوک بازتاب بیش‌تری دارد. هم‌چنین می‌توان گفت با وجود این که گاهی مناظره بین کاربران

با ناسزا و توهین همراه است، اما فیس‌بوک این امکان را فراهم آورده است که این افراد درباره عقاید خود مناظره کنند و مناظره به شیوه مجاب‌سازی یا حداقل به دور از خشونت فیزیکی را در فضای مجازی تجربه کنند. نتایج تحقیق نشان داد که کاربران درباره موضوع‌های گوناگون دیدگاه‌های خود را بیان می‌کنند و گاهی درباره بعضی از موضوع‌ها به تفاهم می‌رسند. در جمع‌بندی می‌توان گفت که در فرایند هر تعامل یا گفت‌وگو بین کاربران در صفحه‌های خصوصی خود (که تعداد این صفحه‌ها تقریباً به یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر می‌رسد) با دوستان فیس‌بوکی‌شان یا در صفحه‌های عمومی با اعضای صفحه «در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل یا ایجاد می‌گردد» (نوذری، ۱۳۸۶: ۴۶۶ به نقل از هابرماس، ۱۳۸۴ الف).

پی‌نوشت

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

کتاب‌نامه

- اباذری، یوسف (۱۳۷۷). *خرد جامعه‌شناسی*، تهران: طرح نو.
- شفرز، برنارد (۱۳۸۴). *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه کرامت‌الله راسخ، تهران: نشر نی.
- عبداللهیان، حمید و مهین شیخ‌انصاری (۱۳۹۲). «تبیین برهم‌بستگی بین شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی»، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی اصفهان*، دوره بیست و چهارم، ش ۴، زمستان، پیاپی ۵۲.
- عبداللهیان، حمید، محمدجواد زاهدی، و مهین شیخ‌انصاری (۱۳۹۲). «ارزیابی ساختار، کنش‌های متقابل و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی»، *مجله رسانه و فرهنگ*، س ۳، ش ۲، پاییز و زمستان.
- کلاتری، عبدالحسین (۱۳۹۱). *گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناسی*، تهران: جامعه‌شناسان.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۶). *بازخوانی هابرماس*، تهران: چشمه.
- ویت، اوت ویلیام (۱۳۸۶). *هابرماس، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان*، تهران: اختران.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴ الف). *نظریه کنش ارتباطی*، ترجمه پولادی، ج ۱ و ۲، تهران: روزنامه ایران.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴ ب). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، ترجمه جمال محمدی، تهران: افکار.
- هولاب، رابرت (۱۳۷۸). *تقد در حوزه عمومی*، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشر نی.

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