

تحلیل واکنش‌های بی‌ادبانه کاربران به قرمزپوشی بازار سهام از دیدگاه نیوروتر - کسلز و بوسفیلد

حسین رحمانی*

چکیده

با ورود بسیاری از افراد ناآشنا به بازار سرمایه‌گذاری، علی‌رغم هشدار کارشناسان، بورس همواره سبزه‌پوش از اواخر اسفند ۹۸ تا مرداد ۹۹ به یک‌باره سقوط کرد و عده‌ای را به - ورطه نابودی کشاند؛ این، واکنش بعضاً شدید و هرازگاهی بی‌ادبانه برخی از کاربران را در وبسایت تجارت‌نیوز به دنبال داشت. پژوهش حاضر با بررسی تهدید وجهه بر اساس مدل نیوروتر-کسلز (۲۰۱۱)، و بی‌ادبی بر اساس مدل بوسفیلد (۲۰۰۸)، در پی پاسخ به پرسش‌های ۱- در بخش نظرات کاربران وبسایت تجارت‌نیوز چه نوع حمله‌ای به وجهه بیشتر صورت گرفته است؟ و ۲- کدام نوع بی‌ادبی دارای بیشترین فراوانی است؟ و ۳- مخاطبی که وجهه‌اش مورد تهدید قرار گرفته است، با چه واکنشی به مقابله با تهدید وجهه می‌پردازد؟، است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بیشترین حمله به وجهه، مربوط به عدم ثبات سرمایه‌گذاران بازار سهام است؛ رایجترین نوع بی‌ادبی، بی‌ادبی مستقیم است و واکنش به تهدید وجهه، اغلب تهاجمی است. اهمیت این پژوهش در این است که به بررسی وجهه و بی‌ادبی در سایه پیشرفت‌های نوین در گفتگوهای مجازی که کمتر مورد کاوش قرار گرفته است، می‌پردازد؛ بعلاوه، بی‌ادبی از نظر شنونده مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و نه با تمرکز بر هدف گوینده، آن‌چنان که تا بحال مرسوم بوده است.

کلیدواژه‌ها: بی‌ادبی، ارتباطات آنلاین، بازار سهام، وجهه، وبسایت تجارت‌نیوز

* استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، Hosein_rahmani@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۷، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

۱. مقدمه

ارتباطات رایانه‌بنیان به نوعی از ارتباط گفته می‌شود که «بین انسان‌ها با ابزارهای کامپیوتری صورت می‌گیرد» و از «جنبه‌های تکنولوژیک، موقعیتی و جامعه‌شناختی» قابل بررسی هستند (هرینگ S. C. Herring، ۱۹۹۶: ۱) و عموماً به دو نوع همزمان و غیرهمزمان تقسیم می‌شوند؛ ارتباطات همزمان، هر گفتگویی که در زمان واقعی روی می‌دهد، مانند گفتگوی رودرو، را دربرمی‌گیرد و ارتباط غیرهمزمان نیازمند ورود همزمان برای تبادل پیام میان کاربران نیست و این به آنها اجازه می‌دهد که نوشتارشان را ویرایش کنند و ساختارهای پیچیده‌تری را تولید کنند (انگوری J. Angouri J. a و سلیگا T. Tseliga، ۲۰۱۰؛ هرینگ، ۲۰۰۷). رسانه‌های جمعی همواره جریانی از اطلاعات را به وجود آورده‌اند که یک‌سویه بوده است ((بایرز H. Beyers، ۲۰۰۴)، (چانگ D. S. Chung، ۲۰۰۸)، (هادکینسون P. Hodkinson، ۲۰۰۷) و (نیوهیگن J. Newhagen و لوی M. Levy، ۱۹۹۸))، اما این رویکرد دچار دگرگونی شده است و در بسیاری از روزنامه‌های آنلاین و سایت‌های خبری، بخشی به نام نظرات کاربران وجود دارد که در آن، به عنوان مکانی برای «گردهمایی‌های غیر رسمی»، کاربران با «نوشتارهای غیررسمی، خودجوش و حتی تهاجمی و غریزی» به تعامل و اظهار نظر درباره‌ی خبر یا نظرات دیگر کاربران می‌پردازند (ریش Z. Reich، ۲۰۱۱: ۹۷). این نوع تعامل به نام‌های ژورنالیسم مشارکتی participatory journalism، محتوای تولیدی کاربر user-generated content و نیز ژورنالیسم شهروندی citizen journalism موسوم است و برای توصیف مشارکت «مردمی که قبلاً مخاطب نامیده می‌شدند» (جی روزن Jay Rosen، ۲۰۰۶؛ به نقل از سینگر J. B. Singer و دیگران، ۲۰۱۱: ۲) استفاده می‌شود. هرמידا A. Hermida و ثورمن N. Thurman (۲۰۰۸) نظرات کاربران را «متداولترین نوع ژورنالیسم مشارکتی» می‌دانند و اهمیت آن را وو-یانگ C. Woo-Young (۲۰۱۰) در حدی می‌داند که گاهی مردم با خواندن آن‌ها بیشتر از اصل خبر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. این نظرات که نشان‌دهنده عقاید کاربران در موضوعات بااهمیت است (هانریش N. Heinrich و هلمز B. Holmes، ۲۰۱۳) دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد: «شکل زبانی مورد استفاده، نوشتاری است اما سبک کلامی، غیررسمی و سریع است و در نتیجه بیشتر شبیه گفتار در مکالمه است؛ استفاده از شکلک‌های نشان‌دهنده احساس emoticons و سرواژه‌ها» acronyms (هرینگ، ۱۹۹۶: ۷) متداول است. از آنجایی که سلسله مراتب اجتماعی، موقعیت، مقام و منزلت، جنسیت، سن و تحصیلات افراد، به عبارتی «هویت افراد در پشت نام‌های درج شده در

تحلیل واکنش‌های بی‌ادبانه کاربران به قرمزپوشی بازار سهام از دیدگاه ... ۳

صفحه نمایشگر» ریچ (۲۰۱۱: ۹۷) پنهان می‌ماند، گفتار/نوشتار آن‌ها از صراحت بیشتری برخوردار است و این ممکن است به تهدید وجهه دیگران بیانجامد، مرزهای ادب را درنوردیده و به بی‌ادبی ختم شوند.

بورس همواره سبزپوش و رشد فزاینده ارزش سهام از اواخر ۹۸ تا مرداد ۹۹، بسیاری از افراد ناآشنا با بازار سرمایه‌گذاری را علی‌رغم هشدار متخصصان و کارشناسان خبره به این بازار سرازیر کرد. اما بازاری که همواره با نوسان همراه بوده است و خواهد بود به یکباره سقوط کرد و همچون سیلی پرتوان عده‌ای را در خود پیچید و به ورطه نابودی کشاند و این واکنش بعضاً شدید و هرازگاهی بی‌ادبانه برخی از کاربران را در وبسایت تجارت نیوز (<https://tejaratnews.com>) که یکی از سایت‌های مشهور در بازار سرمایه است، به دنبال داشت. پژوهش حاضر با دسته‌بندی انواع تهدید وجهه بر اساس مدل تهدید وجهه نیوروتر - کسلز (۲۰۱۱)، و شناسایی بی‌ادبی‌های صورت‌گرفته و نیز واکنش به انواع تهدید وجهه بر اساس مدل بی‌ادبی بوسفیلد (۲۰۰۸)، در پی آن است که پاسخی برای این سؤال‌ها فراهم کند: ۱- در بخش نظرات کاربران وبسایت تجارت نیوز چه نوع حمله‌ای به وجهه بیشتر صورت گرفته است؟ و ۲- کدام نوع از بی‌ادبی دارای بیشترین فراوانی است؟ و ۳- مخاطبی که وجهه‌اش مورد تهدید قرار گرفته است، با چه واکنشی به مقابله با تهدید وجهه می‌پردازد؟ نتایج پژوهش حاکی از آن است که بیشترین حمله به وجهه، مربوط به عدم ثبات سرمایه‌گذاران بازار سهام است؛ رایج‌ترین نوع بی‌ادبی، بی‌ادبی مستقیم است و واکنش به تهدید وجهه اغلب تهاجمی است. این پژوهش از این نظر حائز اهمیت است و وجهه و بی‌ادبی را در بخش نظرات کاربران سایت (گفتگوهای مجازی) که محل تضارب آراء افراد ناشناس است در سایه پیشرفت‌های نوین در حوزه ادب و بی‌ادبی مورد بررسی قرار می‌دهد که کمتر مورد توجه پژوهندگان قرار گرفته است و از این نظر به گسترش دانش‌زبان-شناسی کمک می‌کند؛ همچنین این پژوهش، بی‌ادبی را نه از نظر هدف گوینده، آنچنان که تابحال مرسوم بوده است، بلکه از نظر شنونده مورد بررسی قرار می‌دهد و تمرکز اصلی بر نوع واکنش شنونده است.

۲. پیشینه

وقتی که شبکه‌های کامپیوتری در دهه ۱۹۶۰ برای اولین بار طراحی شدند، هدف اصلی آن‌ها تسهیل انتقال پروتکل‌های اطلاعاتی بین کامپیوترها بود. هیچ‌کس، حداقل طراحان آن، تصور

نمی‌کرد که شبکه‌های این‌چنینی به طور گسترده در رابطه انسان با انسان بکار گرفته شوند. (لیکلایدر J.C. R. Licklider و همکاران، ۱۹۶۸). اولین پژوهش در این زمینه، پروژه‌ای است که با حمایت مالی دولت وقت آمریکا در ۱۹۷۸ توسط هلیتز A. R. Hiltz و توروف M. Turoff انجام شد تا امکان استفاده از شبکه‌های کامپیوتری در ارتباطات دولتی را بررسی کنند. یکی از پژوهش‌های برجسته در این زمینه، کار تجربی سارا کیسلر S. Kiesler و همکارانش (۱۹۸۴) است که به مقایسه رفتارهای رو در رو با رفتارهای رایانه - بنیان پرداختند. پژوهشگران ارتباطات (کتکارت R. Cathcart و گومپرت G. Gumpert (۱۹۸۳)، چزبرو J. W. Chesebro (۱۹۸۵) و رایس R. E. Rice (۱۹۸۴)) نیز در میان علاقمندان به ارتباط رایانه - بنیان بوده‌اند. پژوهش‌های عملی در روابط رایانه - بنیان نیز در حوزه تجاری و سازمانی به انجام رسید (سپرول و کیسلر (۱۹۸۶) و زوبوف S. Zuboff (۱۹۸۸)). سپس پژوهشگران حوزه نگارش (کوپر M. M. Cooper و سلفی C. L. Selfe (۱۹۹۰)، فیگلی L. Faigley (۱۹۹۰) و پیتون J. K. Peyton (۱۹۸۹)) به پژوهش‌های ارتباطی رایانه - بنیان روی نهادند و شبکه‌های اینترنتی را برای تدریس نوشتن مورد پژوهش قرار دادند. اگرچه اساس روابط رایانه - بنیان مبتنی بر متن و منحصراً بر اساس نشانه‌های زبانی است در نتیجه عرصه خوبی برای جولان زبان‌شناسی است، اما این حوزه یا «اغلب نادیده گرفته شده است» (ترایس، ۲۰۱۱: ۲۳۷؛ زمیث R. Zamith و لويس S.C. Lewis (۲۰۱۴)) و یا دیر توجه زبان-شناسان را به خود جلب کرده است؛ به همین دلیل تعداد معدودی پژوهش، این دسته از مرادفات را از نظر زبان‌شناختی بررسی کرده‌اند. کولوت M. Collot و بلمور N. Belmore (۱۹۹۶)، ویژگی‌های واژگانی و دستوری پیکره‌ای از پیام‌های رایانه‌ای را که برای یک سیستم تابلوی اعلانات در کانادا فرستاده شده بود، بررسی کردند. آنها در مقایسه پیکره الکترونیکی با پیکره‌های نوشتاری و گفتاری بر اساس تحلیل عاملی factor analysis بیبر D. Biber (۱۹۹۱، ۱۹۹۲) دو نوع زبان الکترونیکی - آنلاین و آفلاین - را شناسایی کردند و آن‌ها را در امتداد شش بُعد آموزندگی informativity، روایتگری narrativity و وضوح explicitness، ترغیب persuasion، انتزاع abstraction و شرح و تفصیل elaboration قرار دادند. در واقع، آنچه آن‌ها انجام دادند ویژگی‌های زبان الکترونیکی را برشمردند و آن را با زبان گفتاری یا نوشتاری مورد مقایسه قرار ندادند. یاتس S. J. Yates (۱۹۹۶) ویژگی‌های یک پیکره دیگر را مورد بررسی قرار می‌دهد. او پیام‌های رد و بدل شده در سیستم کنفرانسی رایانه‌ای در دانشگاه آبن در بریتانیا را بر اساس مدل هیلیدی M. A. K. Halliday و

با نگاهی به عملکردهای متنی textual، بینافردی interpersonal و اندیشگانی ideational مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد ارتباط رایانه - بنیان از نظر استفاده از استفاده از واژگان (متنی) بیشتر شبیه زبان نوشتاری و از نظر استفاده از ضمائر شخصی (بینافردی) بیشتر شبیه زبان گفتاری است؛ در ارتباط رایانه - بنیان استفاده از افعال کمکی معین (اندیشگانی)، بیشتر از زبان نوشتاری و گفتاری است. وری (C.C. Werry) (۱۹۹۶) از شیوه همزمان ارتباط رایانه - بنیان برای بررسی جلسات گفتگوی اینترنتی به زبان انگلیسی (در یک کانال استرالیایی) و فرانسوی استفاده می‌کند و ادعا می‌کند که در این نوع ارتباط مشارکین سعی می‌کنند زبان گفتاری را با جنبه‌های گرافیکی و تصویری همراه کنند. کوندون S. L. Condon و چک C. G. Cech (۱۹۹۶) در یک مطالعه تجربی تعاملات رودرو را با تعامل رایانه - بنیان مقایسه می‌کنند؛ آنها از افراد دو نفره که با هم به صورت رو در رو یا با رایانه گفتگو می‌کنند، می‌خواهند که ۴ کار تصمیم‌گیری را انجام دهند که دربرگیرنده برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های اجتماعی است. نتایج نشان داد که افراد دو گروه از نظر فراوانی استفاده از عملکردهای تعاملی مانند فرازبان، تکرار و نشانگرهای کلامی متفاوت بودند. به طور کلی، تعاملات رایانه بنیان کارایی بیشتری داشتند و تعاملات رودرو به طرح‌هایی با جزئیات بیشتر انجامید. هرینگ S. C. Herring (۱۹۹۶) پیام‌های الکترونیکی ارسال شده به دو لیست ایمیل آکادمیک - یکی از آنها غالباً زنان و دیگری غالباً مردان - را از نظر سازماندهی طرحواره‌ای مورد بررسی قرار می‌دهد تا مشخص کند که آیا زنان و مردان از ایمیل برای اهداف متفاوت (تبادل اطلاعات در مقابل تعامل اجتماعی) استفاده می‌کنند؟ نتایج با کلیشه‌های مربوطه همخوانی نداشت. هر دو جنسیت ایمیل را برای کسب اطلاعات ارسال کردند ولی پیام‌های آنها دارای ساختار متفاوتی بود؛ در برخورد با مخاطب، زنان بیشتر همراه بودند و مردان مخالف. لنوات Z. Livnat و دوری - هاکوهن G. Dori (۱۹۹۶) Hacoohen با تجزیه و تحلیل ۱۷ تعامل رادیویی و بررسی اظهارات طنزآلود میزبان نسبت به کسانی که زنگ زدند، به این نتیجه می‌رسد که میزبان از طنز برای کنترل برنامه، حفظ برتری، اجرای بهتر برنامه و نیز نمایش شخصیت اجتماعی خویش استفاده می‌کند. نویسنده، چون رعایت ادب را در مباحث سیاسی ضروری می‌داند، از پتانسیل طنز برای اهداف انتقادی، مقابله‌ای و تهاجمی استفاده می‌کند. سینگر J. Singer و اشمن I. Ashman (۲۰۰۹) بی‌ادبی در نظرات کاربران سایت‌های خبری را به گمنامی آنها نسبت می‌دهند؛ اگرچه گاهی افراد دارای اسامی مستعار هستند ولی از نظر آنها بازهم نوعی گمنامی

محسوب می‌شود که به رفتارهای مخرب افراد دامن می‌زند. از نظر بینز A. Binns (۲۰۱۲) و هلاواک L. Hlavach و فریوگل W. H. Freivogel (۲۰۱۱) در اثر گمنامی، افراد خود را از کلمات و جملات هتاکانه مبری می‌دانند و در قبال آن احساس مسئولیت کمتری می‌کنند. هلاواک و فریوگل (۲۰۱۱: ۲۴) معتقدند «افراد چهره‌های خود را در پشت گمنامی یا اسامی مستعار پنهان می‌کنند درحالی‌که با عصبانیت فریاد می‌کشند، و از قید و بندهای رایج شهروندی آزادند». تورلو C. Thurlow و همکاران، (۲۰۰۴) اظهارات خلاف عفت و عرف عمومی و هنجارهای پذیرفته شده را به گمنامی نسبت می‌دهند ولی آن را همواره یک ویژگی منفی نمی‌دانند. سانتانا A. Santana (۲۰۱۴: ۲۳) این مسئله را به عدم تفکیک (کاربر اعمال آنلاین را از اعمال آفلاین تفکیک نمی‌کند)، ناپیدایی invisibility (کاربر احساس می‌کند که به صورت آنلاین دیده یا شنیده نمی‌شود و این به وی احساس غلط آزادی می‌دهد)، عدم همزمانی asynchronicity (عدم نیاز به عکس‌العمل فوری)، درونگرایی خودمدارانه solipsistic introjection (کاربر در ذهن خود تصویر یا صدایی از اشخاصی که با وی مراد می‌کنند و یا پیام‌ها و پست‌های آنلاین آنها را می‌خواند، خلق می‌کند)، تصور تفکیکی dissociative imagination (کاربر فکر می‌کند قوانین دنیای واقعی در دنیای آنلاین کاربرد ندارند) و به حداقل رسیدن مقام و منزلت (به دلیل نبود اطلاعات در رابطه با مقام و منزلت افراد، کاربران خود را برابر با یکدیگر می‌دانند و کسی را برتر از دیگران نمی‌پندارند) نسبت می‌دهد. پاسکین D. Paskin (۲۰۱۰) معتقد است که روزنامه‌ها برای شمولیت بیشتر و نیز برای زنده کردن مفهوم «ژورنالیسم شهروندی» به عموم خوانندگان اجازه اظهار نظر می‌دهند. این پژوهش به روش تحلیل محتوا نظرات ارسالی کاربران به ده روزنامه مشهور آمریکایی را مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که خوانندگان از قسمت نظرات سوء استفاده کرده و از آن به عنوان محفلی برای ابراز نظرها و نیز حملات شخصی استفاده می‌کنند. او نظرات کاربران را از جهت ارتباط مخاطب با انتشارات و نیز ترویج دموکراسی و آزادی بیان مهم ارزیابی قلمداد می‌کند. انگوری J. Angouri و سلیگا T. Tseliga (۲۰۱۰) بر دریافت بی‌ادبی عمدی از سوی مخاطب و در ارتباطات غیرهمزمان کامپیوتری می‌پردازند. آنها واژگان بی‌ادبانه را در بافت ارتباطی رایانه - بنیان جستجو می‌کنند و در بررسی ۲۰۰ نمونه تعامل مباحثه‌ای، بیشتر بر جاهایی متمرکز می‌شوند که هنجارهای رفتار بی‌نشان شکسته می‌شوند و رفتار نشاندار روی می‌دهد. نتایج تحقیق آنان نشان می‌دهد که بی‌ادبی در بافت خرد (گفتمان)^۱ و کلان (اجتماعی)^۲ ریشه

تحلیل واکنش‌های بی‌ادبانه کاربران به قرمزپوشی بازار سهام از دیدگاه ... ۷

دوانیده است. مشارکین در تعامل دریافت‌های متفاوتی از بی‌ادبی دارند. بوفرانس P. Bou-Franch و بلیتیچ P. G. Blitvitch, P.G (۲۰۱۴) به بررسی چگونگی شروع، حل و پایان تعارض در گفتگوی چندجانبه در یوتیوب می‌پردازد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که مدل‌های حل تعارضات محلی، دونفره و همزمان، برای حل تعارضات یوتیوب مناسب نیست. به‌طورکلی، پژوهش‌های انجام شده در زمینه اظهارنظر انگشت‌شمارند (زنگ Q. Zeng و لی X. Li, ۲۰۰۶) و بیشتر بر تکنولوژی و یا داده‌های روزنامه‌های آنلاین بوده‌اند. این پژوهش با تمرکز بر خود نظرات می‌کوشد تا آنها را از منظر حمله به وجهه بر اساس مدل نیوروتر-کسلز مورد بررسی قرار دهد و بر قلمرو دانش در این زمینه بیافزاید و از این لحاظ در نوع خود حائز اهمیت است.

۳. چارچوب‌های نظری پژوهش

دو چارچوب عمده برای این پژوهش انتخاب شده است: ۱- چارچوب حمله به وجهه نیوروتر-کسلز M. Neurauter-Kessels (۲۰۱۱) و ۲- مدل بی‌ادبی بوسفیلد D. Bousfield (۲۰۰۸) است که در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۱.۳ چارچوب حمله به وجهه نیوروتر-کسلز

چارچوب حمله به وجهه نیوروتر-کسلز از نه نوع حمله به جنبه‌هایی از وجهه کاربران تشکیل شده است. این چارچوب برای تقسیم‌بندی و تحلیل مضمونی حملات به وجهه کاربران بکار برده می‌شود:

۱.۱.۳ نداشتن توازن، یکپارچگی، انصاف و بی‌طرفی lack of balance, wholeness, fairness, and objectivity

در این نوع از تعامل، کاربران وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه یکی از آنها نتوانسته است تصویری کلی از موضوع ارائه کند، و از دیدگاه‌ها، مسائل و راه‌حلهایی که برای ذکر متعادل و مناسب آن حادثه خبری ضروری هستند، استفاده نکرده است، تهدید می‌کند. این تهدید وجهه این مطلب را به ذهن متبادر می‌کند که کاربر در خبر خود متعصب و جانبدارانه عمل کرده است.

۲.۱.۳ فقدان قضاوت *lack of judgment*

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی تهدید می‌کنند؛ یکی از افراد دیگری را متهم می‌کند که قضاوت درستی درباره واقعیات و حادثه خبری ندارد و یا نتوانسته است که واقعه خبری و منابع مربوط به آن را به درستی ارزیابی کند.

۳.۱.۳ فقدان ابتکار/اصالت *lack of originality*

در این نوع از تعامل، کاربران وجهه مخاطب را با بیان ضمنی اینکه کاربر فاقد بینش و اصالت است (نتوانسته است نکته اساسی را بیان کند) و کارش یکتا، نوآورانه، جالب و روشنگر برای مخاطب نیست، مورد تهدید قرار می‌دهد.

۴.۱.۳ عدم اقناع *lack of persuasiveness*

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه بحث‌های کاربر فاقد استدلال قانع‌کننده، منطقی و عقلانی برای ادعاها و یا اظهاراتش است، تهدید می‌کنند.

۵.۱.۳ عدم درک درست واقعیت *out of touch with reality*

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه کاربر درک درستی از واقعیت ندارد، تهدید می‌کنند.

۶.۱.۳ فقدان صحت و صداقت *lack of accuracy and truthfulness*

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه کاربر یا به بیان واقعیت پرداخته است و یا تحقیقاتش را کامل و مبسوط انجام نداده است و در نتیجه نتوانسته است واقعیت را آنطور که باید، ارائه کند، تهدید می‌کنند.

۷.۱.۳ نداشتن تخصص در موضوع *lack of topic expertise*

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه کاربر فاقد صلاحیت لازم برای صحبت در این زمینه مذکور است، تهدید می‌کنند.

۸.۱.۳ عدم ثبات lack of consistency

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه عقاید و موضعگیری‌های کاربر در این موضوع با کارهای پیشین وی و یا با بحث‌های قبلی وی در تعارض است، تهدید می‌کنند.

۹.۱.۳ فقدان ارتباط با مخاطبین out of touch with the audience

در این نوع از تعامل، کاربران، وجهه یکدیگر را با بیان ضمنی اینکه کاربران به خواسته‌های مخاطبین احترام نمی‌گذارند و یا وقتی به آنها نمی‌نهند، تهدید می‌کنند.

۲.۳ مدل بی‌ادبی بوسفیلد (۲۰۰۸)

برای بررسی بی‌ادبی‌های صورت گرفته و نیز تحلیل واکنش‌های مقابله‌ای کاربران از مدل بی‌ادبی بوسفیلد استفاده می‌شود. بوسفیلد (۲۰۰۷: ۲۱۸۷ و ۲۰۰۸: ۱۳۲) در تعریف بی‌ادبی عنوان می‌کند که «اعمال تعارضی تهدیدکننده وجهه که از روی عمد انجام شوند: ۱- از شدت آن‌ها در جایی که کاستن از آن لازم است (جایی که کاستن برابر با رعایت ادب است)، کاسته نشود و/یا ۲- با تهاجم عمدی، یعنی با تشدید، تقویت و یا به حداکثر رسانی تهدید وجهه، صدمه بیشتری به وجهه وارد کند. بعلاوه برای اینکه بی‌ادبی، بی‌ادبی موفقیت آمیزی باشد، قصد گوینده (یا نویسنده) برای آزردن زدن (تهدید و یا صدمه به وجهه) بایستی توسط کسانی که در نقش دریافت‌کننده هستند، درک شود.» بوسفیلد پژوهش‌های بی‌ادبی لاجینیشت L. G. Lachenicht (۱۹۸۰)، کالپپر J. Culpeper (۱۹۹۶، ۲۰۰۵) و کالپپر و دیگران (۲۰۰۳) را بر اساس مدل ادبی براون P. Brown و لوینسون S. C. Levinson و در جهت عکس و تقابل با آن قلمداد می‌کند و ناقص می‌داند. در مدلی که خود از بی‌ادبی را ارائه می‌دهد در کنار اینکه راهکارهای شناسایی بی‌ادبی کالپپراز جمله راهکارهای شناخت بی‌ادبی غیرمستقیم^۳ را قبول دارد (بوسفیلد، ۲۰۰۸: ۹۹) ولی مدل کالپپر را در ذیل دودسته فراراهکار super-strategy بی‌ادبی می‌گنجاند:

۱.۲.۳ بی‌ادبی مستقیم on record impoliteness

استفاده از استراتژی‌هایی که آشکارا الف) به وجهه مخاطب آسیب می‌زند ب) وجهه مخاطب را به شیوه‌ای نامتعادل و یا متناقض ترسیم می‌کند و ج) خواسته‌ها، نیازها و حقوق مخاطب را نادیده می‌گیرد و یا از ترکیبی از آن‌ها استفاده می‌کند. این حملات به صورت مستقیم در بافت کلامی صورت می‌گیرد.

۲.۲.۳ بی‌ادبی غیرمستقیم off record impoliteness

استراتژی‌هایی که وجهه مخاطب را به صورت تلویحی و غیر مستقیم مورد تهدید یا آسیب قرار می‌دهد را می‌توان لغو کرد (برای مثال مورد انکار قرار گیرد، توضیحی برای آن ارائه شود، یا تعدیل شود) اما «...یکی از مقاصد و اهداف گوینده بیشتر از دیگر مقاصد وی جلوه می‌کند» (کالپیر، ۲۰۰۵: ۴۴). طعنه sarcasm و خودداری از ادب، withholding politeness جایکه انتظار ادب می‌رود، تحت این عنوان قرار می‌گیرد.

۱.۲.۲.۳ طعنه

طعنه استفاده از استراتژی‌ها و یا ترکیبی از استراتژی‌ها است که در ظاهر متناسب با حفظ وجهه‌اند ولی منظور از بکار بردن آن‌ها دقیقاً عکس آن است. به عبارتی دیگر بیانی که در ظاهر خواسته‌ها و نیازهای وجهه‌ای مخاطب را برآورده می‌کند و به آنها احترام می‌گذارد اما در واقع با هدف حمله و آسیب به وجهه مخاطب مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

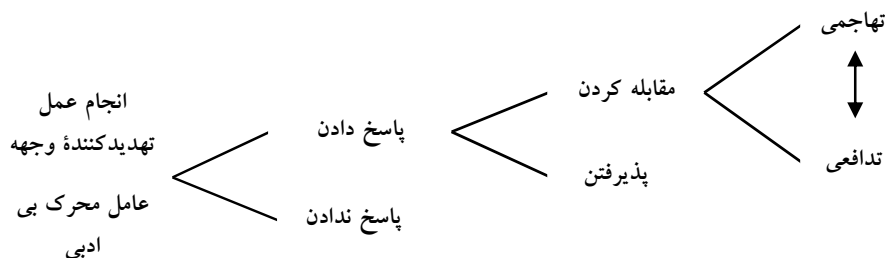
۲.۲.۲.۳ خودداری از ادب

خودداری از ادب دقیقاً در جایی که انتظار ادب می‌رود و یا ضروری می‌نماید.

۳.۳ واکنش‌های مخاطب در برابر بی‌ادبی

مخاطبی که با بی‌ادبی روبرو بوده است دو راهکار در پیش روی خود دارد. او یا باید سکوت کند و در برابر بی‌ادبی گوینده پاسخی ندهد و یا پاسخ بدهد. در صورتی که پاسخ دهد نیز دو راه وجود دارد؛ یا بی‌ادبی گوینده را بپذیرد و یا با آن مقابله کند. در صورتی که تصمیم به تقابل گرفته باشد وی یا بایستی تدافعی defensive عمل کند و از خود در برابر

بی‌ادبی گوینده دفاع کند و یا باید به وی حمله کند (تهاجمی Offensive). این رویکردها در نمودار زیر آمده است.



۴.۳ روش پژوهش

وبسایت تجارت نیوز نظرات کاربران درباره سقوط ارزش سهام و ریزش بازار بورس را در ذیل سه گزارش مرتبط - «واکنش توئیتری مردم به ریزش‌های اخیر بازار سهام/ بی‌اعتمادی مردم به بورس»، «تحلیل سهامداران از علت ریزش بورس / مقصر کیست؟» و «نگرانی‌های مردم از وضعیت بازار سهام / ریزش بورس ادامه دارد؟» - منتشر کرد که در آن برخی از افراد با توجه به تجربیات خود و نیز دانش بورسی که داشتند، به ابراز نظر، حمله به دیگران، به خصوص افراد تازه‌وارد و ناآشنا با بورس، پرداختند. در این میان افراد ناآشنا به بازار و یا حتی افراد بادیدگاه‌های متفاوت از گروه اول، که هرازگاهی نوک تیز انتقاد را متوجه خود می‌دیدند، با واکنش‌های خاصی نسبت به آن تهدیدات و جبهه و بی‌ادبی‌ها واکنش نشان می‌دادند. در ابتدا، همه نظرات مطرح شده در ذیل هر سه گزارش در تاریخ‌های متفاوت برای بررسی کپی شدند و مورد شمارش قرار گرفتند. سپس، در بررسی اولیه اظهار نظرهایی که در آن کاربر مرتکب تهدید و جبهه و یا بی‌ادبی شده بود، های‌لایت شدند و بقیه موارد از بررسی مجدد حذف گردیدند؛ به عبارتی، داده‌های پژوهش طوری فیلتر شدند که فقط نظراتی را دربرگیرند که شامل تهدید و جبهه باشد تا بتوان از رویکرد صعودی (پایین - بالا) نیوروتر- کسلز (۲۰۱۱)، برای دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل موضوعی استفاده کرد. نوع تهدید و جبهه صورت گرفته در هر یک از اظهار نظرهای مشخص شده، بر اساس مدل تهدید و جبهه نیوروتر- کسلز که از نوع حمله به جنبه‌هایی از وجهه کاربران تشکیل شده است،

شناسایی و در کنار آن نوشته شد. سپس بر اساس مدل بی‌ادبی بوسفیلد، بی‌ادبی‌های صورت گرفته مورد شناسایی و دسته‌بندی قرار گرفتند و نیز بر همان اساس واکنش کاربران به این بی‌ادبی‌ها دسته‌بندی شد. با توجه به فراوانی‌های هریک از داده‌های حاصل از بررسی انجام گرفته، پاسخ مناسب برای سؤالات فراهم شد.

۵.۳ داده‌های پژوهش

داده‌های این پژوهش از وبسایت تجارت نیوز در دوره سقوط ارزش سهام در بازار بورس ایران در مرداد و شهریور ۹۹ برگرفته شده است. پروفایل کاربران در وبسایت وجود ندارد و اغلب ناشناس هستند؛ اگر کاربری نامی برای خود انتخاب کرده است این نام فرضی است. بنابر اعلام سایت، «نظرات حاوی الفاظ رکیک، تهمت، افترا منتشر نخواهد شد»؛ با این وجود کاربر می‌تواند نظر خویش را مستقیم در کادر طراحی شده برای این منظور وارد کند بدون اینکه اجباری برای نام و نام خانوادگی و یا حتی واردکردن ایمیل داشته باشد. در این بین، بعضی کاربران به نظرت دیگر کاربران واکنش نشان دهند که تعدادی از این واکنش‌ها ممکن است مصداق تهدید وجهه باشد، که همه آنها داده‌های پژوهش را می‌سازند و مورد بررسی قرار خواهد گرفت (اگرچه اظهار نظرهای کاربران خالی از اشکالات تاییدی و نگارشی نیستند، بدلیل اصل وفاداری عیناً در متن مقاله آورده شده‌اند). داده‌ها شامل ۳۷۷ نظر می‌باشد که در بررسی اولیه اول تعداد ۹۳ نظر حاوی مطالب تهدیدکننده وجهه انتخاب شد و بقیه موارد حذف گردید.

۴. تحلیل داده‌ها

بررسی‌ها نشان داد که ۹ نوع حمله به وجهه در مدل نیوروتر-کسلز (۲۰۱۱) در داده‌ها وجود دارد. جدول زیر فراوانی انواع حمله کاربران به وجهه دیگرکاربران را نشان می‌دهد:

جدول ۱- انواع حملات یافت‌شده به وجهه در نظرات کاربران

ردیف	انواع تهدید وجهه یافت شده در بخش نظرات (دسته‌بندی موضوعی)	فراوانی	درصد
۱	نداشتن توازن، یکپارچگی، انصاف و بی‌طرفی	۲	۲/۱۷
۲	فقدان قضاوت	۱۲	۱۳/۰۴
۳	فقدان صحت و صداقت	۷	۷/۶۰
۴	نداشتن تخصص در موضوع	۱۸	۱۹/۵۶
۵	فقدان اصالت	۱	۱/۰۸
۶	عدم اقتناع	۸	۸/۶۹
۷	عدم درک درست واقعیت	۱۸	۱۹/۵۶
۸	عدم ثبات	۲۶	۲۸/۲۶
۹	فقدان ارتباط با مخاطبین	۰	۰
	مجموع	۹۲	۱۰۰

جدول ۱ نشان می‌دهد که در ۹۲ مورد وجهه کاربران از سوی دیگر کاربران مورد تهدید واقع شده است. بیشترین فراوانی تهدید وجهه به ترتیب مربوط به عدم ثبات (۲۶ مورد = ۲۸/۲۶ درصد)، نداشتن تخصص در موضوع (۱۸ مورد = ۱۹/۵۶) و عدم درک درست واقعیت (۱۸ مورد = ۱۹/۵۶) است.

نداشتن ثبات و صبر مهمترین عامل ریزش بورس قلمداد شده و وجهه افراد به همین خاطر مورد بیشترین تهدید قرار می‌گیرد. با هر سبز و قرمز شدنی، افراد فاقد ثبات به سوی فروش یا خرید هجوم می‌برند و ریزش یا صعود ناگهانی را به وجود می‌آورند و در این روزها اغلب باعث ریزش شده‌اند؛ نمونه‌هایی از این مورد در اینجا ذکر می‌شود:

- همین افراد نالایق که وقتی عدد سبز میبینن می‌خرن یه ذره قرمز شد میفروشن
- خیلی گاو بازی درمیارن یا در صف فروشن یا خرید. یکم صبر کنید نفروشید اینهایی که میفروشن اگه یک هفته دیگه همون سهم که صف خرید بشه با کله میرن با قیمت بالا از حقوقی‌ها بخرن.
- ۹۰ درصد بورسی‌ها افراد جدید الوردی هستن ک بدون دانش وارد بورس شدن و با اولین اصلاح انقدر در صف فروش رفتند و ماندند تا اصلاح بیشتر ب ریزش شبیه شد.
- در بورس کسانی موفق هستن ک بلندمدت سرمایه‌گزاری کنن. ن اینکه هر سهمی سبز بود بخری و هرکدوم قرمز بود بفروشی

- این روال بورس است کاهش، افزایش، کاهش، افزایش، البته بیشتر فروشندگان، تازه وارد بوده و بدون مطالعه و هیجانی عمل می‌کنند که بزودی این نزول تمام میشود و همین فروشندگان در صف خرید با قیمت بالا باید منتظر خرید بمانند
- دوست عزیز بازار بورس مثل همه بازارها تداوم و بردباری میخواد صبور باشید .
- بعد از عدم ثبات و نداشتن صبر، کاربران، وجهه دیگر کاربران را به دلیل نداشتن تخصص در موضوع مورد تهدید قرار می‌دهند. از تعداد ۹۲ مورد تهدید وجهه صورت گرفته ۱۸ مورد معادل ۱۹/۵۶ درصد موارد را به خود اختصاص داده است. کاربران معتقدند که بورس و بازار سرمایه بازاری تخصص است و افراد قبل از ورود به آن بایستی ابزار و دانش مربوط به آن را کسب کنند. در غیر اینصورت همانطوریکه یکی از کاربران عنوان می‌کند «بورس مانند دریاست، شنا بلد نباشی غرق می‌شوی». در اینجا مثال‌هایی از این نوع تهدید وجهه ذکر می‌شود:
- بورس شبیه دریاست شنا بلد نباشی غرق میشی.
- از تجارت سردر نمیاریین چرا دست به این کار زدین
- منشا همه مشکلات سازمان بورسه که هر ننه قمری را به واسطه کارگزاری کد بورسی میده
- سلام مردم ما هیچی رو رو اصول انجام نمیدن
- بازار بورس تمام دنیا بازار بلند مدت هستش ما ایرانیها تمام اصلها رو زیر پا میزاریم
- ۹۰ درصد بورسی ها افراد جدید الورودی هستند ک بدون دانش وارد بورس شدند
- اقا شما که مال این فعل نیستی یا نمیومدی از اول یا اگه اومدی توچیز هایی که سررشته نداری دخالت نکن تورا کنج میخانه بس است
- عدم درک درست واقعیت نیز مانند عامل قبلی در رتبه دوم قرار می‌گیرد. از تعداد ۹۲ مورد تهدید وجهه صورت گرفته ۱۸ مورد معادل ۱۹/۵۶ درصد موارد را به خود اختصاص داده است. کاربران دیگر کاربران به ویژه افراد جدیدالورود به بورس را به نداشتن درک درستی از واقعیت متهم می‌کنند؛ چراکه همواره در پی سود بودند و تصور اینکه ممکن است در این بازار نیز بمانند سایر بازارهای سرمایه ضرر وجود دارد، را نداشتند. نمونه‌هایی از این نوع به این شرح است:

تحلیل واکنش‌های بی‌ادبانه کاربران به قرمزپوشی بازار سهام از دیدگاه ... ۱۵

- سلام اینجا ایرانه یک دقیقه بیخیال اموات بشی نابود شده چه برسه به چند روز یا به گفته شما چند سال
- زمین با بورس مثل اینکه خیلی فرق داره زمین در طول زمان کسی ضرر نکرده جز سود ولی بورس بعد یه ماه نگاه نکنی تازه فهمیدی علاوه بر اینکه سرمایه ات رفته یه چیزی هم به بورس بدهکار شدی ههههه
- اگر زمین هم تابلو معاملات داشت نوسانش رو میدیدی بزرگوار.
- تازه واردها با این دیدگاه که دولت قیمت سهام را بالا می برد سهام خریده اند.
- مهم اینه که باید بدانیم معامله در بورس تضمین سود که ندارد هیچ بلکه تضمین اصل سرمایه هم ندارد.
- حتی شاید برا گول زدن امثال ما دوروز هم چند نماد رو سبز کنن ولی ریزش تا یه میلیون واحد ادامه داره نگی نگفتی خبر دارم که اطلاع رسانی میکنم.
- بورس را سرمایه دار و یا حقوقیه که داره خراب میکنه نه تازه واردها خبر موثق دارم.

جدول ۲- انواع بی‌ادبی‌های یافت‌شده در نظرات کاربران

غیر مستقیم ۱۵		مستقیم	انواع بی‌ادبی
خودداری از ادب	طعنه		
۲	۱۳	۳۲	
۴/۲۵	۲۷/۶۵	۶۸/۱	درصد

بر اساس یافته‌های درج شده در جدول شماره ۲ در نظرات ردوبدل شده کاربران، ۴۷ مورد بی‌ادبی مشاهده شد. این بی‌ادبی‌ها را براساس مدل بوسفیلد (۲۰۰۸) تقسیم‌بندی شدند. براین اساس ۳۲ مورد از ۴۷ مورد بی‌ادبی به بی‌ادبی غیر مستقیم اختصاص دارد و ۱۵ مورد به بی‌ادبی غیر مستقیم. بر طبق تقسیم‌بندی بی‌ادبی غیر مستقیم به طعنه و خودداری از ادب تعداد بی‌ادبی‌های غیر مستقیم از نوع طعنه ۱۳ مورد و تعداد بی‌ادبی‌های غیر مستقیم از نوع خودداری از ادب دو مورد می‌باشد. آنچه پرواضح است این است که افراد در این بخش - بخش نظرات کاربران - بدلیل اینکه همدیگر را نمی‌شناسند و جایگاه و منزلت اجتماعی محلی از اعراب ندارد، اغلب بی‌ادبی‌های، در حدود ۶۸ درصد موارد، صورت گرفته مستقیم است. فرد خود را ملزم به رعایت وجهه دیگران نمی‌بیند و بی‌ادبی‌های

ارتکابی بیشتر به صورت مستقیم انجام می‌شود. بعد از بی‌ادبی مستقیم با ۶۸/۱ درصد فراوانی، بی‌ادبی غیرمستقیم از نوع طعنه با ۲۷/۶۵ دارای بیشترین فراوانی است. نمونه‌هایی از انواع بی‌ادبی در اینجا ذکر می‌شود:

- حمید رضا: هر مثبتی فقط فرار از بورس. بورس تا پایان شهریور روی کانال ۱۱۰۰. شک نکنید مردم دارن بشدت پولشان رو خارج میکنن جریان مثل صعودی کاملاً نزولی شده. هر مثبتی فقط خروج نه خرید.

متفراز بلها!! همین امثال توی نادان (بی‌ادبی مستقیم) و ناشی (بی‌ادبی مستقیم) و بیمغز (بی‌ادبی مستقیم) باعث وبانی شدن عقل کل؟! (بی‌ادبی مستقیم) سبزشدورداربرو شرتو کم کن (بی‌ادبی مستقیم) اینوراهمپیدات نشه!!!! (بی‌ادبی مستقیم)

- این نق نقو ها آدمای بی سوادى هستند که فکر می کنند بورس دستگاه پول چاپ کنیه (بی‌ادبی مستقیم)

جدول ۳- واکنش مخاطبین به تهدید و جبهه

مقابله کردن		پذیرفتن	
تهاجمی	تدافعی		
۳۶	۱۸	۰	انواع واکنش در مقابل تهدید و جبهه
۳۶	۱۸	۰	مجموع
۶۶/۶۶	۳۳/۳۳	۰	درصد

بر اساس یافته‌های جدول شماره ۳ واکنش کاربران در برابر بی‌ادبی و تهدید و جبهه‌های صورت گرفته از سوی دیگر کاربران از راهکار مقابله کردن استفاده می‌کنند؛ به عبارت دیگر، افراد بر نظرات خود مصرند و کسی راهکار دیگران و بالتبع حمله به جبهه و بی‌ادبی از سوی دیگران را بر نمی‌تابد و واکنش تقابلی که از خود نشان می‌دهند اغلب به صورت تهاجمی ظاهر می‌شود. افراد در دوسوم موارد یعنی ۶۶/۶۶ درصد موارد بی‌ادبی و حمله به وجه را با واکنش مقابله و از نوع تهاجمی پاسخ می‌دهند و در یک سوم موارد از جبهه خویش دفاع می‌کنند؛ به عبارتی در ۳۳/۳۳ درصد موارد واکنش تدافعی دارند. مثال:

- آگه ذره ای آگاهی داشتن این حرفهای چرت و پرت رو نمی زدن. (واکنش تهاجمی).

- اقا شما که مال این فعل نیستی (واکنش تهاجمی) یا نمی‌ومدی از اول یا آگه اومدی توچیز هایی که سررشته نداری دخالت نکن تورا کنج میخانه بس است (واکنش تهاجمی)

- لطفا بفهمید که هیجان همین تازه واردا و قدرت نقدینگی‌شون بورس رو ۲ میلیون واحدی کرد (واکنش تدافعی) پس لطفا به تازه واردها احترام بگذارید.

به طور کلی می‌توان گفت افراد عدم ثبات کاربران، نداشتن تخصص و عدم درک واقعیت از سوی دیگر کاربران را دستاویزی برای جمله به وجهه آنان قرار می‌دهند. این حمله به وجهه و واکنش به آن بیشتر به صورت بی‌ادبی مستقیم صورت می‌گیرد و دلیل آن ناشناس بودن کاربران و نامشخص بودن مقام و منزلت اجتماعی است. در واکنش به بی-ادبی‌های صورت گرفته و نیز تهدید و وجهه‌های صورت گرفته اغلب مخاطبین واکنشی تهاجمی به خود می‌گیرند و این به این دلیل است که افراد نظرات دیگران را برنمی‌تابند و هرکس بر مسیر و راه خود تأکید و اصرار می‌ورزد.

۵. نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش مشخص می‌شود که چارچوب نظری نیوروتر-کسلز (۲۰۰۱) را می‌توان برای تحلیل نظرات کاربران در بخش نظرات آنلاین وبسایت تجارت نیوز بکار برد. بر اساس یافته‌های پژوهش از ۹۲ مورد تهدید و وجهه کاربران از سوی دیگر کاربران، بیشترین فراوانی به ترتیب مربوط به عدم ثبات (۲۶ مورد = ۲۸/۲۶ درصد)، نداشتن تخصص در موضوع (۱۸ مورد = ۱۹/۵۶) و عدم درک درست واقعیت (۱۸ مورد = ۱۹/۵۶) است. نداشتن ثبات و صبر مهمترین عامل ریزش بورس قلمداد شده و وجهه افراد به همین خاطر مورد بیشترین تهدید قرار می‌گیرد. سپس، کاربران، وجهه دیگر کاربران را به دلیل نداشتن تخصص در موضوع مورد تهدید قرار می‌دهند؛ از تعداد ۹۲ مورد تهدید و وجهه صورت گرفته ۱۸ مورد معادل ۱۹/۵۶ درصد موارد به این امر مربوط بوده است. عدم درک درست واقعیت نیز از اهمیت بسزائی برخوردار است و از تعداد ۹۲ مورد تهدید و وجهه صورت گرفته ۱۸ مورد معادل ۱۹/۵۶ درصد موارد را به خود اختصاص داده است. کاربران دیگر کاربران به ویژه افراد جدیدالورود به بورس را به نداشتن درک درست از واقعیت متهم می‌کنند؛ چراکه همواره در پی سود بودند و تصور اینکه ممکن است در این بازار نیز بمانند سایر بازارهای سرمایه ضرر وجود دارد، را نداشتند. بعلاوه، ۴۷ مورد بی‌ادبی در داده‌ها

مشاهده شد که ۳۲ مورد از آن به بی‌ادبی مستقیم اختصاص دارد و ۱۵ مورد به بی‌ادبی غیرمستقیم. بر طبق تقسیم‌بندی بی‌ادبی غیر مستقیم به طعنه و خودداری از ادب، تعداد بی‌ادبی‌های غیر مستقیم از نوع طعنه ۱۳ مورد و تعداد بی‌ادبی‌های غیرمستقیم از نوع خودداری از ادب دو مورد می‌باشد. آنچه پرواضح است این است که افراد در این بخش - بخش نظرات کاربران - بدلیل اینکه همدیگر را نمی‌شناسند و جایگاه و منزلت اجتماعی محلی از اعراب ندارد، اغلب بی‌ادبی‌های صورت گرفته، در حدود ۶۸ درصد موارد، مستقیم است. فرد خود را ملزم به رعایت وجهه دیگران نمی‌بیند و بی‌ادبی‌های ارتكابی بیشتر به صورت مستقیم انجام می‌شود. بعد از بی‌ادبی مستقیم با ۶۸/۱ درصد فراوانی، بی‌ادبی غیرمستقیم از نوع طعنه با ۲۷/۶۵ دارای بیشترین فراوانی است. در آخر، کاربران در برابر بی‌ادبی و تهدید وجهه‌های صورت گرفته از سوی دیگر کاربران از راهکار مقابله کردن استفاده می‌کنند. این نشان می‌دهد که افراد بر نظرات خود مصرند و کسی راهکار دیگران و بالتبع حمله به وجهه و بی‌ادبی از سوی دیگران را بر نمی‌تابد و واکنش تقابلی که از خود نشان می‌دهند اغلب به صورت تهاجمی ظاهر می‌شود. افراد در دوسوم موارد یعنی ۶۶/۶۶ درصد موارد بی‌ادبی و حمله به وجهه را با واکنش مقابله و از نوع تهاجمی پاسخ می‌دهند و در یک سوم موارد از وجهه خویش دفاع می‌کنند؛ به عبارتی در ۳۳/۳۳ درصد موارد واکنش تدافعی دارند.

پی‌نوشت‌ها

۱. منظور از بافت خرد یا گفتمان همان عناصر نحوی و لغوی تشکیل دهنده جمله است.
۲. منظور از بافت کلان (اجتماعی) بررسی گفتمان، فراتر از سطح عناصر لغوی و نحوی، با توجه به عوامل بیرون از متن، یعنی بافت موقعیتی، بافت فرهنگی اجتماعی و غیره است.
۳. راهکارهای بی‌ادبی غیر مستقیم مشتمل بر نادیده‌گرفتن، بی‌اعتنایی به دیگری، دیگری را از فعالیتی محروم کردن، با دیگری همراهی نکردن، از نشستن با همدیگر اجتناب کردن، نشان ندادن علاقه، توجه و همدردی، استفاده از نشانگرهای هویتی نامناسب، استفاده از زبان سری یا مبهم، مطرح کردن موضوعات تنش‌زا، آشکارا مخالفت کردن، باعث ناراحتی / ناآرامی دیگری شدن، استفاده از کلمات تابو - فحش و یا دشنام و یا بدزبانی، استفاده از اسم‌های موهن و تحقیرآمیز برای شنونده، ترساندن، تحقیر کردن، خوارشمردن، به حریم دیگری تجاوز کردن - چه به صورت تحت‌اللفظی (برای مثال نشستن در کنار دیگری در مکانی نزدیک‌تر از آنچه روابط

تحلیل واکنش‌های بی‌ادبانه کاربران به قرمزپوشی بازار سهام از دیدگاه ... ۱۹

اجازه می‌دهد) و چه به صورت استعاری (برای مثال پرسیدن و یا صحبت کردن درباره‌ی اطلاعاتی که با توجه به نوع ارتباط بسیار خصوصی هستند)، ایجاد سد معبر و نوبت صحبت به دیگری ندادن و قطع کردن صحبت‌های وی) می‌باشد.

کتابنامه

صدر، عماد (۳ شهریور، ۱۳۹۹). واکنش توئیتری مردم به ریزش‌های اخیر بازار سهام/ بی‌اعتمادی مردم به بورس. تجارت نیوز. <https://tejaratnews.com>

صدر، عماد (۲۲ مرداد، ۱۳۹۹). تحلیل سهامداران از علت ریزش بورس / مقصر کیست؟ تجارت نیوز. <https://tejaratnews.com>

تجارت نیوز. (۲۱ مرداد، ۱۳۹۹). نگرانی‌های مردم از وضعیت بازار سهام / ریزش بورس ادامه دارد! <https://tejaratnews.com>

Angouri, J. and Tseliga, T. (2010). "you HAVE NO IDEA WHAT YOU ARE TALKING ABOUT!" From *e-disagreement* to *e-impoliteness* in two online fora. *Journal of Politeness Research* 6, 57-82.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

Beyers, H. (2004). Interactivity and online newspapers: A case study on discussion boards, *Convergence*, 10(4). PP: 11-20.

Biber, D. (1991). On the Exploitation of Computerized Corpora in Variation Studies. In K. Aijmer and B. Altenberg (eds.) *English Corpus Linguistics: Studies in Honor of Jan Svartvik*. London and New York: Longman. PP: 204-220.

----- (1992). On the Complexity of Discourse Complexity: A Multidimensional Analysis. *Discourse Processes*, 15. 133-163.

Binns, A. (2012). Don't Feed the Trolls! *Journalism Practice* 6 (4): 547-562. doi:10.1080/17512786.2011.648988.

Bou-Franch, P. and Blitvitch, P.G. (2014). Conflict Management in Massive Polylogues: A Case Study from YouTube. *Journal of Pragmatics*, 73, PP: 19-36.

Bousfield, D. (2008). *Impoliteness in Interaction*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin Publishing Company.

Bousfield D. and Locher, M. (2008). *Impoliteness in Language*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Cathcart, R., and Gumpert, G. (1983). Mediated Interpersonal Communication: Toward a New Typology. *Quarterly Journal of Speech*, 69. 267-277.

Chesebro, J. W. (1985). Computer Mediated Interpersonal Communication. In Roben , B.D. (ed.) *Information and Behavior*. New Brunswick, NJ: Transaction Books. PP: 202-222.

- Chung, D.S. (2008). Interactive features of online newspapers: Identifying patterns and predicting use of engaged readers, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13. PP: 658 - 679.
- Collot, M and Belmore N (1996). Electronic Language. In Herring S. C. (Ed.). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. PP: 13-28.
- Condon, S, L. and Cech, C. G. (1996). Functional Comparisons of Face-to-Face and Computer-Mediated Decision Making Interactions. In Herring S. C. (Ed.). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. PP: 65-80.
- Cooper, M. M., Selfe, C. L. (1990). Computer Conferences and Learning: Authority, Resistance, and Internally Persuasive Discourse. *College English*, 52: 847-869.
- Dahlberg, L. (2007). The Internet, Deliberative Democracy, and Power: Radicalizing the Public Sphere. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 3 (1): 47-64. doi:10.1386/macp.3.1.47/1
- Daiker D, and Morenberg, M. (1990). *The Writing Teacher Researcher*. Portsmouth: Cook Publishing.
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism Practice*, 1(3), 322-338.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Faigley, L. (1990). Subverting the Electronic Workbook: Teaching Writing Using Networked Computers. In Daiker D, and Morenberg, M. (Eds.). *The Writing Teacher Researcher*. Portsmouth: Cook Publishing. PP: 290-311.
- Fetzer, A. (2013). *The Pragmatics of Political Discourse: Explorations across cultures*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Hermida, A., & Thurman, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper Web sites. *Journalism Practice*, 2(3), 343-356.
- Herring S. C. (1996). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Herring, Susan C. 2007. A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*. <https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761> (accessed August, 8th, 2020).
- Hiltz, S. R. and Turoff, M. (1993). *The Network Nation: Human Communication via Computer* (2nd. ed.) Massachusetts: MIT Press.
- Hlavach, L. and Freivogel W. H. (2011). Ethical Implications of Anonymous Comments Posted to Online News Stories. *Journal of Mass Media Ethics*, 26 (1): 21-37. doi:10.1080/08900523.2011.525190.

- Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualization, *New Media and Society*, 9(4), PP: 625 - 649.
- Kiesler, S., Siegel, J. and McGuire, T. (1984). Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
- Larsson, A. O. (2012). Understanding Nonuse of Interactivity in Online Newspapers: Insights from Structuration Theory. *The Information Society*, 28 (4): 253–263. doi:10.1080/01972243.2012.689272.
- Li, J. J. Seu, M. Evans, J. Michael and A. Rovick (1992). Computer Dialogue System (CDS): A System for Capturing Computer-Mediated Dialogue in *Behavior Research Methods, Instruments and Computers*, 24. 535-540.
- Licklider, J.C. R., Taylor R. W., Herbert, E. (1968). The Computer as a Communication Device. *Science and Technology: For the Technical Men in Management*, April, 21-31.
- Livnat, Z. and Dori-Hacohen, G. (2013). The effect of irony in radio talk-back programs in Israel. In Fetzer, A. (ed.). *The Pragmatics of Political Discourse: Explorations across cultures*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. PP. 193-218.
- Newhagen, J. & Levy, M. (1998). The future of journalism in a distributed communication architecture, in D.L. Borden & K. Harvey (eds). *The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation, and Reporting in the New On-line Environment*, Mahwah, NJ: Erlbaum, PP: 9-21.
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ong, W. (1982). *Orality and Literacy: the Technologizing of the World*. New York: Methuen.
- Paskin, D. (2010). Say What? An Analysis of Reader Comments in Bestselling American Newspapers. *The Journal of International Communication*, 16:2, 67-83.
- Peyton, J. K. (1989). Computer Networks for Real-Time Interaction in Writing Classroom: An Annotated Bibliography in *Computer and Composition* 6(3). 105-122.
- Reich, Zvi. 2011. User Comments. In Jane Singer, Alfred Hermida, David Domingo, Ari Heinonen, Steve Paulussen, Thorsten Quandt, Zvi Reich, and Marina Vujnovic. (Eds.) *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. 96–117. UK: John Wiley & Sons.
- Rice, R. E. (1984). *The New Media: Communication, Research, and Technology*. London: Sage Publication.
- Roben, B.D. (1985). *Information and Behavior*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Robinson, S. (2007) Someone's gotta be in control here: The institutionalization of online news and the creation of a shared journalistic authority, *Journalism Practice* 1(3), PP: 305-321.
- Ruiz, C., Domingo, D. Mico, J. L., Diaz-Noci, Javier, Meso, K., and Masip, P. (2011). Public Sphere 2.0? the Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers. *International Journal of Press/Politics*, 16 (4): 463–487. doi:10.1177/1940161211415849.
- Santana, Arthur. 2014. Virtuous or vitriolic: The effect of anonymity on civility in online newspaper reader comment boards. *Journalism Practice* 8(1). 18–33. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.813194>.

- Seu, J., R. Change, J. Li, M. Evans, J. Michael and A. Rovick (1991). Language Differences in Face-to-Face and Keyboard-to-Keyboard Tutoring Sessions in *Proceedings of the Cognitive Science Conference*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associate, 576-580.
- Singer, Jane & Ian Ashman. 2009. "Comment is free, but facts are sacred": User-generated content and ethical constructs at the *Guardian*, *Journal of Mass Media Ethics* 24. 3-21. <http://dx.doi.org/10.1080/08900520802644345>.
- Sproull, L. and Kiesler S. (1986). *Connections: New Ways of Working in the Network Organization*. Cambridge: MIT Press.
- Tannen, D. (1982). *Spoken and Written language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood, Nj: Ablex.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel & Alice Tomic. 2004. *Computer mediated communication*. London: Sage Publishers.
- Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 10(1), 139-157.
- Werry, C. C. (1996) Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat. In Herring S. C. (Ed.). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. PP: 47-64.
- Woo-Young C (2005). Online civic participation, and political empowerment: Online media and public opinion formation in Korea, *Media, Culture & Society*, 27(6), PP: 925-935
- Yates. S. J. (1996). Oral and Written Linguistic Aspects of Computer Conferencing. In Herring S. C. (Ed.). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. PP: 29-46.
- Zeng, Q. & Li, X. (2006). Factors influencing interactivity of internet newspapers: A content analysis of 106 U.S. newspapers' web sites, in X. Li (ed) *Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium*, NewYork, NY: Routledge, PP: 139-58.
- Zuboff, S. (1988). *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power*. New York: Basic Books.
- Henrich, N. and Holmes, B. (2013). Web news readers' comments: Towards developing a methodology for using on-line comments in social inquiry. *Journal of Media and Communication Studies*, Vol. 5(1), pp. 1-4.
- Zamith, R. and Lewis, S. C. (2014). From public spaces to public sphere: Rethinking systems for reader comments on online news sites. *Digital Journalism*, 2(4), PP: 558-574. doi: 10.1080/21670811.2014.882066