

**ORIGINAL ARTICLE**

## Politeness and Speech Acts in Digital Space: Analyzing the Interactions of Iranian Users on Instagram and X (Twitter)

Elahe Kamari<sup>\*1</sup>, Hossein Azizian<sup>2</sup>, Hasan Nazari<sup>3</sup>

1. Assistant Professor, Department of English Language Teaching, Farhangian University, P.O. Box 14665-889, Tehran, Iran.

2. Master in Geography and Urban Planning, faculty of Literature and Human Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

3. Master of Arts in Clinical Psychology, Young Researchers and Elite Club, Ilam Islamic Azad University, Ilam, Iran

Correspondence:

Elahe Kamari

Email: [Elaheh.kamari@cfu.ac.ir](mailto:Elaheh.kamari@cfu.ac.ir)

Received: 17/May/2025

Revised: 09/Jun/2025

Accepted: 09/July/2025

**How to cite:**

Kamari, E.; Azizian, H.; Nazari, H (2026). Politeness and Speech Acts in Digital Space: Analyzing the Interactions of Iranian Users on Instagram and X (Twitter), *Journal of Sociolinguistics*, 9 (34), 1-15.

(DOI: [10.30473/il.2025.74587.1688](https://doi.org/10.30473/il.2025.74587.1688))

### ABSTRACT

This study analyzes users' speech acts on Iranian social media platforms-Instagram and X (formerly Twitter)-through the lens of Speech Act Theory and Politeness Theory. The primary aim is to understand how language is employed for communicative acts (such as requests, apologies, criticisms, and activism) within Iran's digital environment, considering cultural restrictions and censorship. The research adopts a qualitative discourse analysis approach, focusing on interactive user samples. Data were collected from 200 public examples (100 posts and comments from each platform) between March and November 2024, using purposive sampling. The analysis was carried out in three stages, utilizing the frameworks of Searle (types of speech acts) and Brown and Levinson (politeness strategies): first, identifying and categorizing speech acts; second, analyzing linguistic strategies (direct and indirect) and politeness components; and third, interpreting the discourses within their cultural and technological contexts. Findings reveal that Iranian users predominantly employ indirect strategies (72–81%) for requests and criticisms, along with a blend of positive and negative politeness, influenced by concepts such as “saving face” and “courtesy.” Significant differences emerged between Instagram, which emphasizes visual content and social relations, and X, which is more text-based and news-oriented. On Instagram, emotional speech acts comprise 48% and politeness is more frequently observed, whereas X focuses more on assertive acts (53%) and more explicit criticisms. Moreover, these platforms play vital roles in fostering social-political activism and expressing user identities. The study underscores the importance of understanding the cultural-linguistic complexities of speech acts in Iran's digital space and advocates for future research employing mixed methodologies.

### KEYWORDS

Instagram, X (Twitter), Speech acts, face, ta'arof, Politeness.



## Introduction

In the current era, social media platforms such as Instagram and X (formerly Twitter) have become vital spaces for social interaction, identity expression, and activism in Iran. In these digital environments, language is not merely a tool for conveying information but also a means for performing speech acts such as requests, apologies, criticisms, and mobilization. This research aims to gain a profound understanding of how Iranian users utilize language on these platforms by conducting a systematic and comparative analysis of speech acts within a context where cultural norms like politeness and maintaining face intersect with technological features and social-political constraints. Built upon Speech Act Theory and Politeness Theory, the study seeks to investigate what types of speech acts and associated strategies (direct or indirect) users employ, and how these norms influence their linguistic choices.

## Methodology

Adopting a qualitative discourse analysis approach, this study's population comprises active Iranian users of Instagram and X. Through purposive sampling, a total of 200 samples of publicly shared content—including posts, comments, and tweets—were collected from March to November 2024. Data analysis was carried out in three stages: first, identifying and classifying speech acts based on Searle's fivefold framework (representatives, directives, commissives, expressives, and assertives); second, examining linguistic and politeness strategies by applying Brown and Levinson's (1987) politeness theory to analyze the use of direct and indirect strategies in executing face-threatening acts such as requests and criticisms; and finally, conducting interpretive analysis of notable samples within cultural contexts—focusing on concepts like politeness and face, and comparing the technological distinctions between the visual-oriented Instagram and the text-centric X platform.

## Findings

The analysis of the data revealed that Iranian users employ a wide range of speech acts across both platforms; however, there are significant differences in their distribution and nature. The predominant pattern on Instagram includes emotional acts—such as expressing feelings, gratitude, condolences, and politeness—with a frequency of 48%, aligning with the platform's visual, personal, and relationship-oriented nature. Conversely, on X, the dominant pattern comprises informative and evaluative acts—such as expressing opinions, informing, and criticizing—accounting for 53% of the speech acts, reflecting the platform's journalistic, discussion-driven, and more public function. These differences were statistically significant ( $p < .01$ ). Regarding linguistic strategies for specific acts: requests and criticisms—users tend to favor indirect strategies (72% for requests and 81% for criticisms). This pattern, rooted in the cultural norm of 'face-saving,' involves linguistic tools such as sarcasm, preliminary questions, and minimization of criticism. Criticisms on X were more direct (19%) compared to Instagram (less than 10%), indicating a slightly more open approach. Apologies typically appear directly (using phrases like "Sorry") but are often accompanied by face-restoring strategies, such as explanations or suggestions for reparation.

## Discussion and Conclusion

This study demonstrates that the linguistic interactions of Iranian users in the digital space are a complex reflection of the intersection between cultural norms and technological affordances. The predominance of indirect and polite strategies confirms that core values like politeness and face-saving, fundamental to Iranian culture, are preserved online. These findings are consistent with previous research on Persian culture and language. A key distinction between Instagram and X was identified: Instagram, with its focus on personal and visual connections, serves as a space to strengthen emotional bonds and social relationships, whereas X, due to its textual structure and rapid information exchange, functions as a platform for public discourse, news,

and political engagement, where more explicit and critical expressions are possible—though still often cautious. These platforms are not merely communication tools but vital spaces for identity expression and digital activism within Iranian society. Ultimately, Iranian users skillfully adapt their linguistic strategies to reconcile cultural norms with emerging technological environments, creating unique communication patterns.

**Keywords**

Instagram, X (Twitter), Speech acts, face, ta'arof, Politeness.

«مقاله پژوهشی»

## ادب و کنش‌های گفتاری در فضای دیجیتال: تحلیل تعاملات کاربران ایرانی در «اینستاگرام» و «ایکس» («تویتر»)

الهه کمري\*<sup>۱</sup>، حسین عزیزیان<sup>۲</sup>، حسن نظری<sup>۳</sup> iD

### چکیده

این مقاله کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی در سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی «اینستاگرام» و «ایکس» (تویتر سابق) را با استفاده از چارچوب نظریه کنش گفتاری و نظریه ادب تحلیل می‌کند. هدف اصلی، درک چگونگی به‌کارگیری زبان برای اعمال ارتباطی (درخواست، عذرخواهی، انتقاد، کنشگری) در فضای دیجیتال ایران، با توجه به محدودیت‌های فرهنگی و سانسور است. روش پژوهش، تحلیل گفتمان کیفی با تمرکز بر نمونه‌های تعاملی کاربران است. داده‌ها از ۲۰۰ نمونه عمومی (۱۰۰ فرسته و دیدگاه از هر سکو) از فروردین تا آذر ۱۴۰۳، با نمونه‌گیری هدفمند گردآوری شد. تحلیل با به‌کارگیری چارچوب‌های سرل (انواع کنش‌های گفتاری) و براون و لوینسون (راهبردهای ادب) در سه مرحله انجام شد: نخست، شناسایی و طبقه‌بندی کنش‌های گفتاری؛ دوم، تحلیل راهبردهای زبانی (مستقیم و غیرمستقیم) و مؤلفه‌های ادب؛ و سوم، تفسیر گفتمان‌ها با توجه به بافت فرهنگی و فناورانه. یافته‌ها نشان داد کاربران ایرانی بیشتر از راهبردهای غیرمستقیم (۷۲ تا ۸۱ درصد درخواست‌ها و انتقادها) و ادب ترکیبی (سلبی و ایجابی) که تحت تأثیر مفاهیمی مانند «حفظ وجهه» و «تعارف» قرار دارند، بهره می‌برند. تفاوت‌های معناداری بین سکوی «اینستاگرام»، با تمرکز بر اطلاعات دیداری و روابط اجتماعی، و «ایکس»، با ماهیت متنی-خبری، مشاهده شد؛ در «اینستاگرام»، کنش‌های عاطفی (۴۸ درصد) و رعایت ادب بیشتر است، در حالی که در «ایکس»، تمرکز بر کنش‌های اظهاری (۵۳ درصد) و انتقادات صریح‌تر است. این سکوها، علاوه بر این، نقش مهمی در کنشگری اجتماعی-سیاسی و ابراز هویت کاربران ایفا می‌کنند. این مقاله بر اهمیت درک پیچیدگی‌های فرهنگی-زبانی کنش‌های گفتاری در فضای دیجیتال ایران تأکید دارد و نیازمند پژوهش‌های آینده با رویکردهای ترکیبی است.

### واژه‌های کلیدی

کلیدی: اینستاگرام، ایکس (تویتر)، کنش گفتاری، وجهه، تعارف، ادب.

۱. استادیار، گروه آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه فرهنگیان، کد پستی ۱۴۶۶۵-۸۸۹، تهران، ایران.
۲. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۳. کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی ایلام، ایلام، ایران.

نویسنده مسئول:

الهه کمري

ایمانامه: [elaheh.kamari@cfu.ac.ir](mailto:elaheh.kamari@cfu.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۱۸

### استناد به این مقاله:

کمري، الهه؛ عزیزیان، حسین؛ نظری، حسن (۱۴۰۵). ادب و کنش‌های گفتاری در فضای دیجیتال: تحلیل تعاملات کاربران ایرانی در «اینستاگرام» و «ایکس» («تویتر»). *فصلنامه زبان‌شناسی اجتماعی*، ۹ (۳۴)، ۱۵-۱.

(DOI: [10.30473/IL.2025.74587.1688](https://doi.org/10.30473/IL.2025.74587.1688))



## مقدمه

در عصر حاضر، رسانه‌های اجتماعی به عنصری جدایی‌ناپذیر از تعاملات انسانی در سراسر جهان، از جمله ایران، بدل شده‌اند. سکوهایی نظیر «اینستاگرام» و «ایکس» («توییتر» سابق) از ابزارهای صرفاً ارتباطی فراتر رفته و به فضاهایی پویا برای کنش‌های اجتماعی، شکل‌دهی به افکار عمومی، ابراز هویت و حتی فعالیت‌های سیاسی مبدل گشته‌اند (وان دایک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). در این چشم‌انداز دیجیتال، زبان نه تنها به عنوان وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، بلکه به مثابه ابزاری برای انجام اعمال ارتباطی یا «کنش‌های گفتاری»<sup>۲</sup> عمل می‌کند. بررسی این کنش‌های گفتاری در بافت پویای رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه در زمینه‌ای فرهنگی و اجتماعی ویژه مانند ایران، که در آن سانسور بر ارتباطات برخط سایه افکنده است، می‌تواند به درک عمیق‌تری از نحوه تعامل افراد، ساخت معنا، حفظ روابط و پیگیری اهدافشان در فضای مجازی منجر شود.

مسئله اصلی این پژوهش، بررسی و تحلیل عمیق و نظام‌مند کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی در دو سکوی محبوب رسانه اجتماعی، یعنی «اینستاگرام» و «ایکس» است. این مطالعه در پی آن است که مشخص سازد کاربران ایرانی چگونه از ظرفیت‌های زبانی برای انجام طیف وسیعی از اعمال ارتباطی، از جمله درخواست، عذرخواهی، انتقاد و کنشگری اجتماعی، در این محیط‌های دیجیتال بهره می‌برند. با توجه به حساسیت‌های فرهنگی و اجتماعی و محدودیت‌های موجود در فضای برخط ایران، فهم این پویایی‌های زبانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

این پژوهش برای دستیابی به اهداف خود، بر دو ستون نظری یعنی نظریه «کنش‌های گفتاری» و «نظریه ادب»<sup>۳</sup> استوار است. نظریه نخست که توسط آستین<sup>۴</sup> (۱۹۶۲) پایه‌گذاری و توسط سرل<sup>۵</sup> (۱۹۶۹، ۱۹۷۵) توسعه یافت، بر این اصل بنا شده است که زبان تنها برای توصیف جهان به کار نمی‌رود، بلکه خود ابزاری برای انجام کارها است. هر «گفته»<sup>۶</sup> دارای سه سطح عملکردی است: کنش بیانی یا لفظی<sup>۷</sup>، کنش غیربیانی<sup>۸</sup> یا منظوری، و کنش تأثیری<sup>۹</sup>. کنش

بیانی که به معنای لغوی و ساختار فیزیکی گفته اشاره دارد؛ کنش غیربیانی یا منظوری که قصد و نیت گوینده در پس گفته را منعکس می‌کند (مانند دستور دادن، قول دادن، عذرخواهی کردن)؛ و کنش تأثیری که به تأثیر گفته بر شنونده می‌پردازد. سرل (۱۹۷۵) پنج دسته کلی از کنش‌های غیربیانی یا منظوری را معرفی کرد: اظهارهای<sup>۱۰</sup> که گوینده را به صدق گزاره‌ای متعهد می‌کنند؛ ترغیبی‌ها<sup>۱۱</sup> که گوینده سعی می‌کند مخاطب را به انجام کاری وادارد؛ تعهدی‌ها<sup>۱۲</sup> که گوینده خود را به انجام عملی در آینده متعهد می‌کند؛ عاطفی‌ها<sup>۱۳</sup> که گوینده حالت روانی یا احساس خود را بیان می‌کند؛ و اعلانی‌ها<sup>۱۴</sup> که با بیان شدنشان، واقعیتی را در جهان تغییر می‌دهند. تمرکز این پژوهش بر کنش غیربیانی یا منظوری است، زیرا این سطح به بهترین نحو نشان می‌دهد که کاربران با پیام‌های خود چه «اعمالی» را انجام می‌دهند. همچنین، کنش‌های گفتاری می‌توانند به صورت مستقیم<sup>۱۵</sup> یا غیرمستقیم<sup>۱۶</sup> تحقق یابند، که انتخاب بین این دو اغلب تحت تأثیر ملاحظات فرهنگی و موقعیتی است. نظریه ادب به ویژه در چارچوبی که توسط براون<sup>۱۷</sup> و لوینسون<sup>۱۸</sup> (۱۹۸۷) ارائه شده، به تحلیل چگونگی استفاده از زبان برای مدیریت روابط اجتماعی و حفظ وجهه<sup>۱۹</sup> در تعاملات می‌پردازد. «وجهه» به تصویر عمومی از خود اشاره دارد که هر فردی تمایل دارد دیگران از او داشته باشند و در تعاملات حفظ شود. این مفهوم دارای دو جنبه است: وجهه مثبت<sup>۲۰</sup> که به تمایل فرد برای تأیید، پذیرش و تعلق به گروه اشاره دارد؛ و وجهه منفی<sup>۲۱</sup> که به تمایل فرد برای داشتن استقلال عمل، آزادی از تحمیل دیگران و حفظ قلمرو شخصی مربوط می‌شود. بسیاری از کنش‌های گفتاری ذاتاً تهدیدکننده<sup>۲۲</sup> وجهه هستند. افراد معمولاً از راهبردهایی برای کاهش این تهدید استفاده می‌کنند.

براون و لوینسون (۱۹۸۷) پنج راهبرد اصلی را بر اساس

10. Assertives/Representatives  
11. Directives  
12. Commissives  
13. Expressives  
14. Declarations/Performatives  
15. direct  
16. indirect  
17. Brown  
18. Levinson  
19. face  
20. Positive Face  
21. Negative Face  
22. Face-Threatening Acts - FTAs

1. van Dijk  
2. Speech acts  
3. Politeness Theory  
4. Austin  
5. Searle  
6. utterance  
7. locutionary  
8. illocutionary  
9. perlocutionary

### پیشینه پژوهش

مطالعه کنش‌های گفتاری در محیط‌های دیجیتال، به ویژه با در نظر گرفتن زمینه‌های فرهنگی خاص، یکی از حوزه‌های پویا و رو به گسترش در علوم انسانی و اجتماعی، به خصوص در زبان‌شناسی کاربردی و مطالعات رسانه، محسوب می‌شود. با فراگیر شدن اینترنت و سکوها ارتباطات واسطه‌ای رایانه‌ای<sup>۵</sup>، پژوهشگران به بررسی چگونگی تحقق، تفسیر و تأثیر کنش‌های گفتاری در این فضاها نوین علاقه‌مند شده‌اند. نظریه کنش گفتاری، که توسط آستین (۱۹۷۵) و سرل (۱۹۶۹، ۱۹۷۵) مطرح شد، با تفکیک سطوح مختلف یک «گفته» (کنش بیانی، کنش منظوری و کنش تأثیری)، چارچوبی قدرتمند برای تحلیل نحوه استفاده از زبان به منظور انجام «اعمال» ارتباطی فراهم آورده است. این نظریه به سرعت از فلسفه زبان به حوزه‌های کاربردی‌تری مانند تحلیل گفتمان، آموزش زبان و زبان‌شناسی بین فرهنگی گسترش یافت. مطالعات اولیه در زمینه ارتباطات واسطه‌ای رایانه‌ای (برای مثال، هرینگ<sup>۶</sup>، والش<sup>۷</sup>، ۱۹۹۶) نشان دادند که ویژگی‌های خاص محیط‌های برخط، مانند فقدان نشانه‌های غیرکلامی، همزمانی متغیر و ماندگاری متن، می‌توانند تأثیرات قابل توجهی بر نحوه اجرا و درک کنش‌های گفتاری داشته باشند.

پژوهش‌های بعدی در این حوزه، به بررسی کنش‌های گفتاری خاص در سکوها متنوع دیجیتال پرداختند. به عنوان مثال، کنش‌هایی نظیر درخواست (بلوم-کالکا و همکاران<sup>۸</sup>، ۱۹۸۹)، شکایت (باکسر<sup>۹</sup>، ۱۹۹۳)، عذرخواهی (الشتاین<sup>۱۰</sup> و کوهن<sup>۱۱</sup>، ۱۹۸۳) و «تعارف» (فریزر<sup>۱۲</sup>، ۱۹۹۰) در محیط‌هایی چون ایمیل، تالارهای گفتگو<sup>۱۳</sup> و شبکه‌های اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند (برای مثال، داینل<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۱؛ لورنزو-داس و همکاران<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۱). این مطالعات به طور کلی نشان داده‌اند که کاربران، راهبردهای زبانی خود را برای اجرای این کنش‌ها با توجه به محدودیت‌ها و امکانات خاص هر سکو تطبیق می‌دهند؛

میزان خطر برای «وجهه» و ملاحظات اجتماعی پیشنهاد می‌کنند: ۱) انجام کنش‌های گفتاری تهدیدکننده وجهه بدون «تعارف» و مستقیم<sup>۱</sup>؛ ۲) انجام کنش‌های گفتاری تهدیدکننده وجهه با ادب ایجابی<sup>۲</sup> که بر نزدیکی و اشتراک تأکید دارد؛ ۳) انجام کنش‌های گفتاری تهدیدکننده وجهه با ادب سلبی<sup>۳</sup> که بر احترام به استقلال و قلمرو مخاطب و به حداقل رساندن تحمیل تأکید می‌کند؛ ۴) انجام کنش‌های دقیق کنش‌های تهدیدکننده وجهه مهم است و گوینده می‌تواند مسئولیت آن را انکار کند؛ و ۵) انجام ندادن کنش‌های تهدیدکننده وجهه بافت فرهنگ ایرانی. از آنجا که مفاهیمی چون «وجهه» و «تعارف» (پویایی پیچیده‌ای از ادب آیینی) در فرهنگ ایرانی اهمیت بسزایی دارند، انتظار می‌رود راهبردهای ادب سلبی و بیان غیرمستقیم نقش برجسته‌ای در اجرای کنش‌های تهدیدکننده وجهه داشته باشند تا از تهدید وجهه مخاطب کاسته شود.

با اتکا به مبانی نظری مذکور و با هدف روشن ساختن پویایی‌های کنش گفتاری کاربران ایرانی در «اینستاگرام» و «ایکس»، پرسش‌های زیر مطرح می‌شوند:

۱. کاربران ایرانی بیشتر چه نوعی از کنش‌های گفتاری را در سکوها «اینستاگرام» و «ایکس» به کار می‌گیرند؟
۲. کاربران ایرانی برای اجرای کنش‌های گفتاری خاص (مانند درخواست، عذرخواهی، انتقاد، ابراز موافقت/مخالفت) در این دو سکو، از چه راهبردهای زبانی (مستقیم و غیرمستقیم) استفاده می‌کنند؟
۳. هنجارهای فرهنگی ایرانی، به ویژه مفاهیم «تعارف» و «حفظ وجهه»، چگونه در انتخاب راهبردهای کنش گفتاری کاربران در «اینستاگرام» و «ایکس» منعکس می‌شوند؟
۴. چه تفاوت‌های معناداری در الگوی کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی بین سکوی «اینستاگرام» و «ایکس» مشاهده می‌شود؟ در صورت وجود، این تفاوت‌ها چگونه قابل تبیین هستند؟

۵. کنش‌های گفتاری چگونه توسط کاربران ایرانی در این سکوها برای دستیابی به اهداف اجتماعی و سیاسی (مانند کنشگری و ابراز هویت) به کار گرفته می‌شوند؟

5. Computer-Mediated Communication - CMC

6. Herring

7. Walther

8. Blum-Kulka

9. Boxer

10. Olshtain

11. Cohen

12. Fraser

13. Discussion forum

14. Dynel

15. Lorenzo-Dus et al.

1. Bald On-Record

2. Positive Politeness

3. Negative Politeness

4. Off-Record

مطالعات عموماً بر اهمیت غیرمستقیم بودن، توجه به سلسله مراتب اجتماعی و نقش محوری ادب در تعاملات ایرانیان صحنه گذاشته‌اند. برای نمونه، جلیلی‌فر (۲۰۰۹) نشان داد که دانشجویان ایرانی در مقایسه با انگلیسی‌زبانان، تمایل بیشتری به استفاده از راهبردهای غیرمستقیم قراردادی (مانند پرسش‌های مقدماتی) هنگام درخواست کردن دارند. اسلامی و اسلامی‌راسخ (۲۰۰۸) نیز دریافتند که ایرانیان در بیان انتقاد، اغلب از راهبردهای غیرمستقیم و کاهش‌دهنده شدت انتقاد<sup>۱۷</sup> استفاده می‌کنند تا از تهدید و وجهه مخاطب بکاهند.

با گسترش روزافزون استفاده از سکوهایی مانند «اینستاگرام» و «ایکس» در ایران، پژوهشگران به بررسی جنبه‌های مختلف کاربرد این رسانه‌ها در بافت ایرانی پرداخته‌اند. برخی مطالعات بر نقش این سکوها در شکل‌دهی به هویت فردی و جمعی، به ویژه در میان جوانان، تمرکز کرده‌اند (چالاک<sup>۱۸</sup>، ۲۰۲۱؛ راودراد و شمسی، ۱۴۰۰). این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که کاربران از این فضاها برای ارائه تصویری مطلوب از خود<sup>۱۹</sup> (راودراد و شمسی، ۱۴۰۰) و مذاکره بر سر هویت‌های جنسیتی، اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌کنند. مطالعات دیگری به نحوه استفاده از زبان طنز و کنایه برای بیان مسائل اجتماعی در توییتر فارسی (جلیلی‌فر و سوادعی<sup>۲۰</sup>، ۲۰۲۴) پرداخته‌اند. گروه دیگری از مطالعات بر نقش این سکوها در اطلاع‌رسانی، بحث‌های عمومی و کنشگری اجتماعی و سیاسی تأکید کرده‌اند (عینی‌فر<sup>۲۱</sup> و کوشری<sup>۲۲</sup>، ۲۰۲۰؛ رحیمی، ۲۰۱۱؛ سهرابی‌حقیقت<sup>۲۳</sup>، ۲۰۱۱). این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که چگونه در شرایط محدودیت رسانه‌های رسمی، «اینستاگرام» و «ایکس» به ابزارهای مهمی برای گردش اطلاعات، بسیج افکار عمومی و سازماندهی اعتراضات تبدیل شده‌اند، هرچند این کاربردها با خطرها و محدودیت‌هایی نیز همراه است.

مرور پیشینه نشان می‌دهد که اگرچه مطالعات ارزشمندی در زمینه‌های مرتبط با کنش‌های گفتاری، فرهنگ ایرانی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران انجام شده است، اما خلاً مشخصی در تحلیل نظام‌مند و مقایسه‌ای کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی در دو سکوی مهم «اینستاگرام» و

برای مثال، استفاده از شکلک‌ها<sup>۱</sup>، گیف‌ها<sup>۲</sup> و سایر علائم نگارشی می‌تواند به عنوان نشانه‌های فرازبانی برای کمک به تفسیر نیروی کنش منظوری یک گفته عمل کند (واندرگراف<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳).

مفهوم کلیدی دیگری که در این پژوهش‌ها به طور گسترده مورد توجه قرار گرفته، «ادب<sup>۴</sup>» است. «ادب»، که ارتباط تنگاتنگی با اجرای موفقیت‌آمیز کنش‌های گفتاری، به ویژه آن دسته از کنش‌ها که ذاتاً «تهدیدکننده وجهه» هستند، دارد، در فضای برخط نیز به دقت بررسی شده است (براون و لوینسون، ۱۹۸۷). پژوهشگران نشان داده‌اند که کاربران برخط از طیف متنوعی از راهبردهای ادب برای حفظ وجهه خود و دیگران استفاده می‌کنند. با این حال، پدیده‌هایی مانند «بی‌ادبی برخط<sup>۵</sup>» و «ترولینگ<sup>۶</sup>» نیز به عنوان جنبه‌های تاریک‌تر تعاملات دیجیتال، نشان‌دهنده پیچیدگی مدیریت وجهه در این فضاها هستند (کالپر<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱؛ زلنکاسکایت<sup>۸</sup> و بیوسی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۶).

در رابطه با فرهنگ ایرانی، مطالعات متعددی بر ویژگی‌های متمایز ارتباطی که بر الگوهای کنش گفتاری تأثیر می‌گذارند، تأکید کرده‌اند. مفاهیمی چون اهمیت بالای «وجهه» و نظام پیچیده «تعارف» (که شامل مجموعه‌ای از تعاملات کلامی و غیرکلامی مؤدبانه و گاه اغراق‌آمیز است)، منجر به تمایل گسترده به استفاده از بیان غیرمستقیم و راهبردهای ادب سلبی برای کاهش تهدیدهای بالقوه نسبت به وجهه مخاطب می‌شود (بیمن<sup>۱۰</sup>، ۱۹۸۶؛ کوتلاکی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۲). کنش‌های گفتاری خاصی مانند درخواست (اسلامی‌راسخ<sup>۱۲</sup>، ۱۹۹۳؛ جلیلی‌فر<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۹)، عذرخواهی (افغاری<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۹)، «تعارف» و قدردانی (شهیدی‌پور<sup>۱۵</sup>، ۱۳۹۶) و انتقاد (اسلامی<sup>۱۶</sup> و اسلامی‌راسخ، ۲۰۰۸) در زبان فارسی و فرهنگ ایرانی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. این

1. Emojis
2. GIFs
3. Vandergriff
4. politeness
5. online impoliteness
6. trolling
7. Culpeper
8. Zelenkauskait
9. Bucy
10. Beeman
11. Koutlaki
12. Eslami-Rasekh
13. Jalilifar
14. Afghari
15. Shahidipour
16. Eslami

17. mitigation devices
18. Chalak
19. self-presentation
20. Savaedi
21. Einifar
22. Kosari
23. Sohrabi-Haghighat

«ایکس»، با در نظر گرفتن همزمان چارچوب نظری کنش‌گفتاری، نظریه ادب، ویژگی‌های خاص هر سکو و بافت فرهنگی-اجتماعی ایران وجود دارد.

بیشتر مطالعات یا بر یک سکوی خاص تمرکز کرده‌اند یا به جنبه‌های محدودی از تعاملات پرداخته‌اند. تحلیل مقایسه‌ای که بتواند تفاوت‌ها و شباهت‌های اجرای کنش‌های گفتاری را در «اینستاگرام» (با تأکید بر دیداری‌محوری) و «ایکس» (با تأکید بر متن‌محوری و سرعت) به طور همزمان بررسی کند، کمتر دیده می‌شود.

در حالی که برخی پژوهش‌ها به راهبردهای ادب در «فیسبوک ایرانی» پرداخته‌اند (منصوری‌نژاد و همکاران، ۲۰۲۲) یا تحلیل‌های موردی از گفتمان‌های خاص ارائه داده‌اند، اما کمتر مطالعه‌ای به طور مشخص و با استفاده نظام‌مند از چارچوب‌های نظری کنش‌گفتاری و ادب، به تحلیل طیف وسیعی از کنش‌های گفتاری روزمره کاربران ایرانی در این دو سکوی کلیدی پرداخته است.

چگونگی تأثیر متقابل هنجارهای فرهنگی ایرانی (مانند «تعارف» و حفظ وجهه)، ویژگی‌های سکو (مانند امکانات دیداری، محدودیت کاراکتر، امکان ناشناسی نسبی) و زمینه اجتماعی-سیاسی (مانند محدودیت‌ها و حساسیت‌ها) بر انتخاب راهبردهای کنش‌گفتاری توسط کاربران ایرانی، نیازمند بررسی‌های دقیق‌تر و عمیق‌تری است. برای مثال، چه تفاوتی در درخواست‌ها در نظرات «اینستاگرام» با درخواست‌ها در توییت‌ها وجود دارد؟ راهبردهای انتقاد از یک شخصیت عمومی در «ایکس» با انتقاد از یک دوست در پیام خصوصی «اینستاگرام» چه تفاوت‌هایی دارد؟ تأثیر ماهیت دیداری «اینستاگرام» بر کنش‌های گفتاری مانند تعریف و تمجید یا ابراز همدردی چیست؟

این پژوهش با تمرکز بر این خال‌ها، تلاش می‌کند تا با استفاده از رویکردی تحلیلی و تحلیل نمونه‌های گفتمانی، به پرسش‌های مطرح شده پاسخ دهد و درک عمیق‌تری از پویایی‌های ارتباطی کاربران ایرانی در مهم‌ترین فضاهای دیجیتال عمومی ارائه دهد.

## روش پژوهش

این پژوهش با اتخاذ یک رویکرد کیفی و بهره‌گیری از روش تحلیل گفتمان انجام شد (کراسول و پات، ۲۰۱۸). جامعه آماری پژوهش را کاربران ایرانی فعال در سکوهایی


«اینستاگرام» و «ایکس» طی دوره زمانی فروردین تا آذر ۱۴۰۳ تشکیل دادند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۲۰۰ نمونه تعاملی (متشکل از ۱۰۰ نمونه از هر سکو شامل فرسته‌ها، استوری‌ها، دیدگاه‌ها و توییت‌ها) انتخاب شدند. معیارهای انتخاب نمونه‌ها شامل استفاده از زبان فارسی، سطح تعامل بالا، تعلق به کاربران ایرانی و تمرکز محتوای آنها بر موضوعات اجتماعی-سیاسی بود. داده‌ها با رعایت اصول اخلاقی از محتوای عمومی و در دسترس این سکوها گردآوری شدند و در صورت نیاز به شواهد تکمیلی برای توضیح مفاهیم، نمونه‌گیری هدفمند موردی اضافی صورت پذیرفت.

تحلیل داده‌ها بر اساس چارچوب‌های نظری کلیدی زیر انجام شد: ۱) نظریه کنش‌گفتاری و طبقه‌بندی پنج‌گانه سرل (۱۹۷۵) برای شناسایی و دسته‌بندی کنش‌ها، و ۲) نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) برای بررسی راهبردهای ادب. فرآیند تحلیل به صورت چندمرحله‌ای و تفسیری پیش رفت. در مرحله اول، قصد ارتباطی اصلی هر واحد تعاملی (فرسته، دیدگاه، توییت، پاسخ) شناسایی و کنش‌های گفتاری بر اساس دسته‌بندی سرل (اظهاری، ترغیبی، تعهدی، عاطفی، اعلامی) طبقه‌بندی شدند تا الگوهای غالب در هر سکو مشخص گردد. در مرحله دوم، به‌ویژه برای کنش‌های تهدیدکننده وجهه (مانند درخواست و انتقاد)، راهبردهای تحقق آنها (مستقیم یا غیرمستقیم) و راهبردهای ادب به‌کاررفته (بی‌ادبانه/مستقیم، ادب ایجابی، ادب سلبی، غیرمستقیم/کنایی، انجام ندادن کنش) بر اساس مدل براون و لوینسون (۱۹۸۷) تحلیل شد تا چگونگی مدیریت تعامل و حفظ وجهه توسط کاربران ایرانی درک شود.

در مرحله سوم، با به‌کارگیری تحلیل گفتمان تفسیری، نمونه‌های شاخص و الگوهای شناسایی شده با توجه عمیق به بافت تعامل مورد بررسی قرار گرفتند. این بافت شامل ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر سکو (مانند دیداری‌محوری «اینستاگرام» در مقابل متن‌محوری «ایکس»، محدودیت کاراکترها و امکان ناشناسی نسبی)، موضوع بحث و حساسیت‌های آن، روابط بین کاربران (در صورت قابل تشخیص بودن) و هنجارهای فرهنگی ایرانی به‌ویژه «تعارف» و «حفظ وجهه» بود. این تحلیل تفسیری به درک معانی ضمنی، پویایی‌های قدرت، چگونگی ساخت و نمایش هویت، و نقش زبان در کنشگری اجتماعی و سیاسی کمک شایانی کرد. در نهایت، یک مقایسه تطبیقی بین الگوهای

بر تشکر مستقیم («قربونت برم»)، از عبارات «تعارف» آمیز («چشمات قشنگ می‌بینم»، «لطف داری»، «کاری نکردم که») و حتی خودکوچک‌نمایی («شما خودت استادی») برای تقویت رابطه و حفظ وجهه مثبت طرفین استفاده شده است. این الگو در تعاملات اجتماعی ایرانیان رایج است و در فضای دیداری و رابطه‌محور اینستاگرام به خوبی بازتولید می‌شود.

### مثال ۲ (ابراز همدردی در اینستاگرام): پس از

اعلام خبر فوت یک شخصیت فرهنگی در یک پیج خبری، کاربری دیدگاه خود را قرار می‌دهد: «روحشون شاد چقدر متأثر شدم... واقعاً حیف شد» همراه با یک شکلک قلب شکسته . این دیدگاه، نمونه‌ای از ابراز تسلیت و همدردی است که با استفاده از عناصر دیداری (شکلک) و زبان عاطفی، در فضایی عمومی اما با حس مشارکت جمعی در غم، بیان می‌شود.

در «ایکس» کنش‌های عاطفی با فراوانی کمتر (۲۲٪) اما همچنان قابل توجه بودند، به ویژه در واکنش به اخبار یا توییت‌های شخصی.

### اظهاری‌ها: این دسته، شامل ابراز عقیده و نظر، گزارش

و اطلاع‌رسانی، انتقاد، و تأکید بر یک باور، با فراوانی غالب (۵۳٪) در «ایکس» مشاهده شد. ماهیت خبری، بحث‌محور، و سرعت بالای تبادل اطلاعات در «ایکس»، این سکوها را به فضایی ایده‌آل برای این نوع کنش‌ها بدل کرده است.

### نمونه با تحلیل بافت

**مثال ۱ (ابراز عقیده و نقد در «ایکس»):** در واکنش به یک سیاست اقتصادی جدید اعلام شده توسط دولت، کاربری توییت می‌کند: «این تصمیم جدید فقط فشار رو روی مردم بیشتر می‌کنه. به جای راه حل اساسی، همش مسکن‌های موقتی! تا کی قراره اینجوری ادامه پیدا کنه؟ #اقتصاد #تورم». این توییت نمونه‌ای از ابراز عقیده منفی و انتقاد مستقیم‌تر (نسبت به اینستاگرام) به یک موضوع عمومی است که با استفاده از هشتگ برای افزایش دیده شدن و طرح سؤال بلاغی برای تأکید بر نارضایتی همراه شده است. فضای «ایکس» امکان بیان چنین نظراتی را با صراحت بیشتری فراهم می‌کند.

### مثال ۲ (اطلاع‌رسانی در «ایکس»): یک کاربر

فعال در حوزه محیط زیست، تصویری از یک منطقه جنگلی

کنش گفتاری و راهبردهای ادب در دو سکوها «اینستاگرام» و «ایکس» انجام گرفت تا شباهت‌ها و تفاوت‌های آنها و دلایل احتمالی این تفاوت‌ها در چارچوب بافت فرهنگی و فناوریانه ایران شناسایی و تبیین شوند.

این رویکرد کیفی چندوجهی، امکان درک عمیق و چندبعدی از پدیده مورد مطالعه را در بافت طبیعی آن فراهم ساخت (کراسول و پات، ۲۰۱۸) و به پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش یاری رساند.

### یافته‌های پژوهش

این بخش به تحلیل و بیان داده‌های گردآوری شده از نمونه‌های گفتمانی کاربران ایرانی در «اینستاگرام» و «ایکس»، در راستای پاسخ به پرسش‌های پژوهش می‌پردازد.

### پاسخ به پرسش اول: کاربران ایرانی بیشتر چه نوعی از کنش‌های گفتاری را در سکوهایی «اینستاگرام» و «ایکس» به کار می‌گیرند؟

تحلیل داده‌ها نشان داد که کاربران ایرانی در هر دو سکوها طیف وسیعی از کنش‌های گفتاری را مطابق با طبقه‌بندی پنج‌گانه سرل (۱۹۷۵) به کار می‌گیرند. با این حال، توزیع فراوانی این کنش‌ها بین دو سکوها تفاوت‌های معناداری را نشان می‌دهد:

### انواع کنش‌های گفتاری غالب در «اینستاگرام» و «ایکس»

**عاطفی‌ها:** در «اینستاگرام» این دسته از کنش‌ها، شامل ابراز احساسات (شادی، غم، خشم، عشق، نفرت)، تشکر، قدردانی، عذرخواهی، تبریک، تسلیت، و اجرای آیین‌های «تعارف»، با فراوانی غالب (۴۸٪) مشاهده شد. ماهیت دیداری‌محور و شخصی‌تر «اینستاگرام» و تمرکز آن بر روابط اجتماعی، این سکوها را به بستری مناسب برای این نوع کنش‌ها تبدیل کرده است.

### نمونه با تحلیل بافت

**مثال ۱ (تشکر و تعارف در اینستاگرام):** کاربری در پاسخ به دیدگاه تمجیدآمیز دوستش زیر عکس جدید پروفایل خود («چقدر این عکس عالی شده! همیشه خوشتیپ!»)، می‌نویسد: «قربونت برم عزیزم، چشمات قشنگ می‌بینم لطف داری شما خودت استادی کاری نکردم که» در اینجا، علاوه

همه‌تون جواب بدم».

جدول ۱، فراوانی نسبی هر یک از کنش‌های گفتاری را در تعداد کل نمونه تحلیل شده برای هر سکو (= ۲۰۰) نشان می‌دهد.

جدول ۱: توزیع فراوانی نسبی انواع کنش‌های گفتاری در «اینستاگرام» و «ایکس»

نوع کنش گفتاری	«اینستاگرام» (درصد فراوانی)	«ایکس» (توییت) (درصد فراوانی)
عاطفی	٪۴۸	٪۲۲
اظهاری	٪۳۲	٪۵۳
ترغیبی	٪۱۴	٪۱۵
تعهدی	٪۴	٪۷
اعلانی	٪۲	٪۳
جمع کل	٪۱۰۰	٪۱۰۰

همانطور که از داده‌های جدول مشاهده می‌شود، در «اینستاگرام»، کنش‌های عاطفی (مانند ابراز احساسات، تبریک، تشکر) با فراوانی ٪۴۸ بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند، که نشان‌دهنده ماهیت بیشتر رابطه‌محور و اجتماعی این سکو است. در مقابل، در «ایکس» (توییت)، کنش‌های اظهاری (مانند ابراز عقیده، اطلاع‌رسانی، نقد) با فراوانی ٪۵۳ غالب هستند، که بر نقش خبررسانی و بحث‌محوری این سکو تأکید دارد. این تفاوت با توجه به آزمون کای-اسکوئر  $\chi^2 (4) = 5.67, p < 0.001$  از نظر آماری معنادار است.

**پاسخ به پرسش دوم: کاربران ایرانی برای اجرای کنش‌های گفتاری خاص (مانند درخواست، انتقاد، و عذرخواهی) در این دو سکو، از چه راهبردهای زبانی (مستقیم و غیرمستقیم) استفاده می‌کنند؟**

تحلیل‌ها نشان داد که کاربران ایرانی، مطابق با هنجارهای فرهنگی خود، تمایل زیادی به استفاده از راهبردهای غیرمستقیم و راهبردهای ادب (به‌ویژه ادب سلبی و ادب ایجابی) در اجرای کنش‌های گفتاری، خصوصاً کنش‌های گفتاری تهدیدکننده و جبهه (درخواست، انتقاد و عذرخواهی) دارند.

### درخواست

بررسی رفتار کاربران ایرانی در سکوه‌های «اینستاگرام» و

در حال تخریب را به همراه توضیحی کوتاه و پیوندی<sup>۱</sup> به یک گزارش مفصل‌تر توییت می‌کند: «تصاویر جدید از منطقه حفاظت‌شده X نشون‌دهنده ادامه تخریب‌هاست. جزئیات بیشتر در لینک زیر. لطفاً ریتوییت کنید. #محیط‌زیست\_ایران». این کنش اظهاری (اطلاع‌رسانی) با یک کنش ترغیبی (درخواست ریتوییت) ترکیب شده و هدف آن آگاهی‌بخشی و بسیج افکار عمومی است، که از کارکردهای رایج «ایکس» محسوب می‌شود.

در «اینستاگرام» کنش‌های اظهاری نیز حضور داشتند (۳۳٪)، اما بیشتر در قالب به اشتراک گذاشتن تجربیات شخصی، دستور پخت، یا دیدگاه‌هایی در مورد موضوعات سبک زندگی بودند و کمتر به مباحث چالشی سیاسی و اجتماعی (در فضای عمومی فرسته‌ها) پرداخته می‌شد.

**ترغیبی‌ها:** در هر دو سکو این کنش‌ها (درخواست اطلاعات، پسندیدن، دنبال کردن، اشتراک‌گذاری، دستور، پیشنهاد) با فراوانی مشابه (حدود ۱۴-۱۵٪) مشاهده شدند.

### نمونه با تحلیل بافت

#### مثال (درخواست در ایکس/اینستاگرام با توجه به

**ادب):** کاربری در «ایکس» می‌نویسد: «دوستان کسی کتاب خوب تو حوزه فلسفه آگزیستانسیالیسم می‌شناسه معرفی کنه؟ ممنون میشم.» این درخواست با استفاده از عبارت مؤدبانه («ممنون میشم») و خطاب عمومی («دوستان») بیان شده است. در «اینستاگرام» نیز مشابه این درخواست‌ها برای پیشنهاد فیلم، موسیقی یا مکان‌های دیدنی رایج بود. راهبردهای ادب سلبی (مانند «بیخشید مزاحم میشم، می‌خواستم بپرسم...») یا ایجابی (مانند «عزیزان اگه کسی تجربه مشابهی داره ممنون میشم راهنمایی کنه») برای کاهش تحمیل درخواست به کار می‌رفت.

#### تعهدی‌ها و اعلانی‌ها: این دو دسته در تعاملات

روزمه کاربران عادی با فراوانی بسیار کمتری مشاهده شدند (به ترتیب حدود ۳-۷٪ و کمتر از ۲٪). تعهدی‌ها بیشتر در قالب قول‌های شخصی در روابط نزدیک و اعلانی‌ها تقریباً در داده‌های کاربران عادی مشاهده نشدند، زیرا نیازمند اختیارات و شرایط خاص هستند.

#### مثال ۱ (قول دادن در اینستاگرام): تعهد به انجام

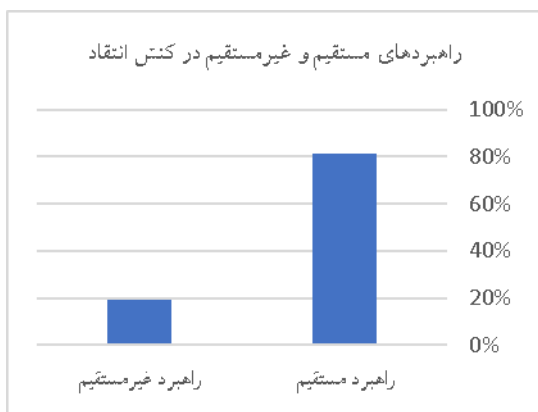
کاری در آینده (برای مثال، «قول میدم در لایو به سؤالات

ناشناسی نسبی) ۱۹٪ انتقادات مستقیم‌ترند، حال آن‌که در «اینستاگرام» (با ماهیت اجتماعی‌تر) این رقم به زیر ۱۰٪ می‌رسد.

### ۳) عذرخواهی: صراحت همراه با ترمیم وجهه

برخلاف دو کنش پیشین، عذرخواهی معمولاً به شکل مستقیم اما با ترکیبی از راهبردهای ترمیم‌کننده «وجهه» اجرا می‌شود. الگوی کلیدی شامل سه عنصر است:

۱. بیان صریح پوزش («ببخشید»، «شرمنده»).
  ۲. توضیح دلیل («یادم رفت»، «اشتباه از من بود»).
  ۳. پیشنهاد جبران («الان سریع می‌فرستم»).
- این ساختار با ادب سلبی (پذیرش مسئولیت) و ادب ایجابی (تأکید بر احترام: «واقعاً متأسفم») همراه می‌شود تا وجهه آسیب‌دیده مخاطب را بازسازی کند.



نمودار ۱: درصد کاربرد راهبردهای مستقیم و غیرمستقیم در کنش انتقاد

**پاسخ به پرسش سوم: هنجارهای فرهنگی ایرانی، به ویژه مفاهیم «تعارف» و «حفظ وجهه»، چگونه در انتخاب راهبردهای کنش گفتاری کاربران در «اینستاگرام» و «یکس» منعکس می‌شوند؟**

«حفظ وجهه» و «تعارف» به‌عنوان دو رکن فرهنگ ارتباطی ایرانی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به این راهبردها دارند:

**غیرمستقیم‌گویی فراگیر:** تلاش برای جلوگیری از تهدید «وجهه منفی» (تحمیل نکردن) و «وجهه مثبت» (نرنجاندن مخاطب) در درخواست و انتقاد.

**ادب ترکیبی:** کاربران به‌طور همزمان از ادب

«یکس» (تویتر) نشان می‌دهد که آن‌ها برای اجرای کنش‌های تهدیدکننده وجهه (درخواست، انتقاد، عذرخواهی)، با تکیه بر هنجارهای فرهنگی «حفظ وجهه» و «تعارف»، عمدتاً از راهبردهای غیرمستقیم و ادب‌محور استفاده می‌کنند. الگوهای زبانی به تفکیک هر کنش گفتاری و تأثیر فرهنگ به شرح زیر است:

### ۱) درخواست: غلبه راهبردهای غیرمستقیم برای کاهش تحمیل

کاربران ایرانی در اجرای کنش درخواست، تمایل چشمگیری به راهبردهای غیرمستقیم و قراردادی (۷۲٪ نمونه‌ها) از خود نشان می‌دهند. این الگو با استفاده از سؤالات مقدماتی مانند «می‌خواستم ببینم/مکانش هست...؟» یا اشاره‌های کنایی مانند «اگه وقت داشتید یه نگاهی به اینم بندازید بد نیست» (طراحی می‌شود تا تحمیل درخواست به مخاطب را به حداقل برساند. این رفتار ریشه در اصل «تعارف» و تلاش برای حفظ «وجهه منفی» مخاطب (آزادی عمل او) دارد. حتی در فضای دیجیتال، ترکیبی از ادب سلبی و ایجابی همواره به کار می‌رود: ادب سلبی: (عذرخواهی از قبل «ببخشید») برای کاهش بار درخواست.

ادب ایجابی: قدردانی پیش‌بینی شده («خیلی ممنون می‌شم») برای تقویت وجهه مثبت مخاطب. تنها در ۲۸٪ موارد (معمولاً در روابط نزدیک یا درخواست‌های کم‌هزینه مانند «پسندیدن فرسته») از راهبرد مستقیم استفاده می‌شود.

### ۲) انتقاد: غیرمستقیم‌گویی به منظور حفظ آبرو

انتقاد، به‌ویژه در مسائل حساس، بیشتر با راهبردهای غیرمستقیم (۸۱٪ نمونه‌ها) و با ابزارهای کنایه («بعضی‌ها انگار تو دنیای دیگه‌ای سیر می‌کنی!» یا پرسش‌های بلاغی «چه جالب که هیچ‌کس به این موضوع توجهی نمی‌کنه!») بیان می‌شود. کاربران برای نرم‌سازی انتقاد، از دو لایه ادب بهره می‌برند:

ادب سلبی: کوچک‌نمایی انتقاد («فقط یه نظر کوچیکه»)، «پوزش پیشاپیش» و «ببخشید که اینو می‌گم...»

ادب ایجابی: شروع با تمجید («کارتون عالیه، فقط اگه این بخش رو...») یا تأکید بر نیت خیرخواهانه («چون برام مهمی اینو می‌گم»)

تفاوت سکوها نیز معنادار است: در «یکس» (با امکان

می‌شود، هرچند هم‌چنان راهبردهای غیرمستقیم در هر دو سکو غالب هستند. همچنین، در زمینه استفاده از عناصر دیداری، در «اینستاگرام» حدود ۷۰٪ از پیام‌ها برای تکمیل کنش‌های گفتاری از شکلک، استیکر یا اشاره به تصاویر بهره می‌برند، در حالی که این رقم در «ایکس» به دلیل محدودیت‌های سکو و تمرکز بیشتر بر متن، به طور قابل توجهی کمتر و حدود ۲۵٪ است. این تفاوت‌ها را می‌توان به ویژگی‌های فنی هر سکو نسبت داد؛ به طوری که، «اینستاگرام» بیشتر دیداری محور است، در حالی که «ایکس» بر متن و سرعت تبادل تمرکز دارد، و همچنین هنجارهای اجتماعی شکل گرفته در هر محیط، نقش مهمی در نوع و میزان استفاده از این عناصر ایفا می‌کنند.

جدول ۲: مقایسه اجمالی کنش‌های گفتاری در «اینستاگرام» و «ایکس» (کاربران ایرانی)

ویژگی	«اینستاگرام»	«ایکس» (تویتر)
محوریت	دیداری، اجتماعی، روابط	متنی، خبری، بحثی
کنش غالب	عاطفی (تبریک، تسلیت، احساسات) بیان خود	اظهاری (نظر، خبر، انتقاد)، بحث و جدل
راهبرد غالب	غیرمستقیم، ادب مثبت و منفی، ترکیب با دیداری	غیرمستقیم (کنایه، طنز)، مستقیم‌تر از «اینستاگرام»
سطح ادب	عموماً بالاتر در فضای عمومی	متغیر، احتمال صراحت و بی‌ادبی بیشتر
کارکرد اصلی	حفظ روابط، ابراز هویت، سرگرمی، کسب و کار	تبادل سریع اطلاعات، بحث عمومی، کنشگری

پاسخ به پرسش پنجم: کنش‌های گفتاری چگونه توسط کاربران ایرانی در این سکوها برای دستیابی به اهداف اجتماعی و سیاسی (مانند کنشگری و ابراز هویت) به کار گرفته می‌شوند؟ داده‌ها نشان داد که هر دو سکو، به ویژه «ایکس»، برای

اهداف اجتماعی و سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرند: کنشگری دیجیتال: حدود ۳۰٪ از توییت‌ها و ۱۸٪ از فرسته/استوری‌های «اینستاگرام» (عمدتاً از سوی کاربران با دنبال‌کننده بالا یا در کمپین‌های خاص) شامل کنش‌های اظهاری (افشاجری، نقد وضع موجود)، ترغیبی (فراخوان به کنش، هشتگ‌سازی) و عاطفی (ابراز همدردی، خشم) در راستای اهداف اجتماعی-سیاسی بودند. مانند، «ما همگی خواستار #شفافیت هستیم. لطفاً این هشتگ را منتشر کنید.»

سلبی (کاهش تهدید) و ادب ایجابی (تقویت رابطه) استفاده می‌کنند که نشان‌دهنده پیچیدگی ادب در فرهنگ ایرانی است.

**تداوم تعارف در فضای دیجیتال:** اگرچه شکل تعارف کوتاه‌تر شده، اما روح آن یعنی احترام متقابل و حفظ ظاهر در قالب عبارتهایی مانند «خواهش می‌کنم، کاری نکردم!» شکل‌های نمادین (🙏😊) در اینستاگرام زنده باقی مانده است.

**حساسیت به انتقاد:** به دلیل درک فرهنگی از انتقاد به‌عنوان «تهدید وجهه»، حتی انتقادات سازنده با راهبردهای کاهش‌دهنده شدت (مثل کوچک‌نمایی یا کنایه) ارائه می‌شوند.

### تداوم فرهنگ ارتباطی در فضای دیجیتال

کاربران ایرانی در سکوهایی اجتماعی، هنجارهای فرهنگی عمیقاً ریشه‌دار را به فضای دیجیتال منتقل می‌کنند. غلبه راهبردهای غیرمستقیم (۷۲-۸۱ درصد) در درخواست و انتقاد، همراه با پیچیدگی ادب در عذرخواهی، نشان می‌دهد که «حفظ وجهه» و «تعارف» حتی در تعاملات برخط نیز الگوهای زبانی را دیکته می‌کنند. اگرچه «ایکس» فضای بازتری برای بیان مستقیم انتقاد فراهم می‌کند، اما الگوی غالب در هر دو سکو، ادب غیرمستقیم و پرهیز از رویارویی است. این سازوکار زبانی، بازتابی از تلاش کاربران برای نگهداشت روابط اجتماعی و پاس‌داشت وجهه در بستر دیجیتال است.

پاسخ به پرسش چهارم: چه تفاوت‌های معناداری در الگوی کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی بین سکوهایی «اینستاگرام» و «ایکس» مشاهده می‌شود؟ در صورت وجود، این تفاوت‌ها چگونه قابل تبیین هستند؟

تفاوت‌های معناداری بین سکوهایی «اینستاگرام» و «ایکس» در توزیع انواع کنش‌های گفتاری مشاهده شد که در جدول ۲ به تفصیل نشان داده شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در «ایکس»، به دلیل ماهیت متن‌محور و سرعت بالای تبادل پیام‌ها، انتقادات و ابراز نظرهای مخالف با صراحت بیشتری صورت می‌گیرند؛ به طوری که حدود ۱۵٪ موارد بیشتر نسبت به «اینستاگرام» این نوع کنش‌ها مشاهده

«ایکس»، نمونه کنش ترغیبی برای کنشگری).

ابراز هویت: انتخاب سبک زبانی، نوع محتوای به اشتراک گذاشته شده، و نحوه تعامل با دیگران، همگی در ساخت و نمایش هویت فردی و جمعی کاربران نقش داشتند. در مجموع، یافته‌های این پژوهش تصویری پیچیده از تعاملات زبانی کاربران ایرانی در «اینستاگرام» و «یکس» ارائه می‌دهد که در آن، الگوهای کنش گفتاری محصول تعامل پویا میان نیت ارتباطی فردی، هنجارهای ریشه‌دار فرهنگی، ویژگی‌های خاص هر سکو دیجیتال، و زمینه اجتماعی-سیاسی حاکم است.

### بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با تحلیل نظام‌مند کنش‌های گفتاری کاربران ایرانی در دو سکوی پرنفوذ «اینستاگرام» و «یکس»، تصویری پیچیده و چندلایه از تعاملات زبانی در فضای دیجیتال ایران ارائه می‌دهد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که کاربران ایرانی، حتی در محیط‌های برخت، به شدت تحت تأثیر هنجارهای فرهنگی ریشه‌دار ایرانی، به‌ویژه مفاهیم «حفظ وجهه» و «تعارف» عمل می‌کنند. غلبه راهبردهای غیرمستقیم در اجرای کنش‌های تهدیدکننده وجهه مانند درخواست (۷۲٪) و انتقاد (۸۱٪)، همراه با کاربرد پیچیده راهبردهای ادب ترکیبی (سلبی و ایجابی)، بازتابی روشن از تلاش برای کاهش تهدید وجهه مخاطب و حفظ روابط اجتماعی در چارچوب فرهنگی ایرانی است (براون و لوینسون، ۱۹۸۷؛ اسلامی و اسلامی‌راسخ، ۲۰۰۸). این یافته به‌طور قوی با پژوهش‌های پیشین در زمینه ارتباطات ایرانی همسو است که بر تمایل شدید به غیرمستقیم‌گویی و حساسیت بالا نسبت به وجهه در تعاملات کلامی تأکید داشتند (جلیلی‌فر، ۲۰۰۹؛ اسلامی‌راسخ، ۱۹۹۳؛ بیکن، ۱۹۸۶).

تفاوت‌های معنادار بین دو سکو از دیگر دستاوردهای مهم این پژوهش است. ماهیت سکو و الگوی کنش گفتاری تأیید می‌کند که ویژگی‌های فنی و هنجارهای اجتماعی شکل‌گرفته در هر سکو، الگوهای زبانی را شکل می‌دهد (هرینگ، ۱۹۹۶؛ والتر، ۱۹۹۶). در «اینستاگرام» با ماهیت دیداری محور و رابطه‌گرا، کنش‌های عاطفی (۴۸٪) مانند تشکر، تبریک، و ابراز همدردی غالباً همراه با عناصر دیداری و با سطح ادب بالاتر برای حفظ و تقویت روابط اجتماعی به‌کار می‌روند. در مقابل، در «یکس» با ماهیت متنی محور،

خبری و بحث‌محور، کنش‌های اظهاری (۵۳٪) شامل ابراز عقیده، انتقاد و اطلاع‌رسانی هرچند با حفظ تمایل کلی به غیرمستقیم‌گویی با صراحت نسبی بیشتری (۱۹٪ انتقادات مستقیم در مقابل کمتر از ۱۰٪ در اینستاگرام) و با تمرکز بر تبادل سریع اطلاعات و بحث‌های عمومی ظاهر می‌شوند. این تفاوت پاسخی روشن به پرسش چهارم پژوهش بوده و یافته‌های مطالعات پیشین درباره تأثیر رسانه بر گفتمان را در بافت ایران بسط می‌دهد (داینل، ۲۰۱۱).

اگرچه الگوی کلی ادب غیرمستقیم در هر دو سکو غالب است، اما امکان ناشناسی نسبی و سرعت بالاتر تعامل در «یکس»، فضا را برای بیان صریح‌تر انتقادات اجتماعی-سیاسی، به‌ویژه در قالب کنایه و طنز (جلیلی‌فر و سواعدی، ۲۰۲۴)، فراهم می‌سازد. با این حال، حتی در این انتقادات صریح‌تر نیز ردپای راهبردهای کاهش‌دهنده شدت انتقاد و توجه به «حفظ وجهه» مشهود است. این یافته همسو با پژوهش اسلامی و اسلامی‌راسخ (۲۰۰۸) درباره حساسیت فرهنگی به انتقاد است، اما نشان می‌دهد که فناوری می‌تواند تا حدی این الگوها را تعدیل کند.

کارکرد اجتماعی-سیاسی سکوها نیز مورد تأیید قرار گرفت (پاسخ به پرسش پنجم). هر دو سکو، به‌ویژه «یکس»، به عنوان فضاهای حیاتی برای کنشگری دیجیتال و ابراز هویت عمل می‌کنند (عینی‌فر و کوثری، ۲۰۲۰؛ راووداد و شمس، ۱۴۰۰). کاربران از کنش‌های اظهاری (افشاگری، نقد)، ترغیبی (فراخوان به کنش، هشتگ‌سازی) و عاطفی (ابراز همبستگی، خشم) برای مشارکت در گفتمان عمومی، بسیج افکار و بیان هویت فردی و جمعی خود در شرایط وجود محدودیت‌ها استفاده می‌کنند. این یافته مطالعات پیشین درباره نقش رسانه‌های اجتماعی در ایران را تأیید و غنی می‌سازد (رحیمی، ۲۰۱۱؛ سهرابی‌حقیقت، ۲۰۱۱).

در مجموع، این پژوهش نشان داد که هنجارهای فرهنگی ایرانی («تعارف»، «حفظ وجهه») الگوهای غالب کنش گفتاری را حتی در فضای دیجیتال دیکته می‌کنند، به‌طوری که غیرمستقیم‌گویی و ادب پیچیده، هسته اصلی تعاملات را تشکیل می‌دهند. این تأیید محکمی بر یافته‌های کلاسیک در حوزه ارتباطات بین‌فرهنگی و ایرانی است (بیکن، ۱۹۸۶؛ کوتلاکی، ۲۰۰۲).

ویژگی‌های خاص هر سکو (دیداری محوری اینستاگرام، متن‌محوری و سرعت ایکس، امکان ناشناسی نسبی)

تعاملات خصوصی‌تر (مانند پیام‌های مستقیم یا گروه‌های بسته) را نیز بررسی نمایند، تحولات پویای سکوها و گفتمان را در طول زمان (مطالعات طولی) رصد کنند، تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، طبقه اجتماعی) را بر الگوهای کنش گفتاری دقیق‌تر تحلیل نمایند و سکوهای نوظهور و تغییرات الگوریتمی را نیز در نظر بگیرند.

این مطالعه مؤید آن است که فضای دیجیتال ایران، عرصه‌ای برای بازتولید هوشمندانه و پویای هنجارهای ارتباطی فرهنگ ایرانی، در تعامل پیچیده با امکانات و محدودیت‌های فناوریانه سکوها خاص و زمینه اجتماعی-سیاسی حاکم است. درک این پویایی‌های زبانی-فرهنگی نه‌تنها برای پژوهش‌های آکادمیک در حوزه زبان‌شناسی، رسانه و مطالعات فرهنگی ضروری است، بلکه برای طراحی سکوهای بوم‌محور، آموزش سواد رسانه‌ای و درک دقیق‌تر گفتمان عمومی در ایران نیز حائز اهمیت فراوان می‌باشد.

تفاوت‌های معناداری در توزیع انواع کنش‌ها و میزان صراحت ایجاد می‌کنند. این یافته مطالعات مربوط به ارتباطات واسطه‌شده با رایانه (CMC) را در بافت ایران اعتبار می‌بخشد و بسط می‌دهد.

فضای دیجیتال، عرصه کنشگری و هویت‌سازی است. به عبارت دیگر، سکوهای اجتماعی به‌ویژه در شرایط خاص ایران، کارکردی فراتر از ارتباطات اجتماعی داشته و به عرصه‌های مهمی برای ابراز هویت، گفت‌وگوی عمومی و کنشگری اجتماعی-سیاسی تبدیل شده‌اند. این همسو با روندهای جهانی و مطالعات داخلی اخیر است (چالاک، ۲۰۲۱).

این پژوهش با تمرکز بر تحلیل کیفی گفتمان عمومی، اگرچه امکان درک عمیق بافت و معنا را فراهم ساخت، اما محدود به حجم نمونه و دوره زمانی مشخصی بود. پژوهش‌های آتی می‌توانند از رویکردهای ترکیبی (کیفی-کمی) برای تعمیم‌پذیری بیشتر یافته‌ها استفاده کنند،

## References

- Afghari, A. (2007). A sociopragmatic study of apology speech act realization patterns in Persian. *Speech Communication*, 49(3), 177-185. <https://doi.org/10.1016/j.specom.2007.01.003>
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Beeman, W. O. (1986). *Language, status, and power in Iran*. Indiana University Press.
- Blum-Kulka, S., House, J., & Kasper, G. (Eds.). (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Ablex Publishing.
- Boxer, D. (1993). Social distance and speech behavior: The case of indirect complaints. *Journal of Pragmatics*, 19(2), 103-125.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chalakh, A. (2021). Self-presentation strategies on Instagram among Iranian youth. *The Electronic Journal for English as a Second Language*, 25(1).
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Culpeper, J. (2011). *Impoliteness: Using language to cause offence*. Cambridge University Press.
- Dynel, M. (2011). Pragmatics and linguistic research into humour. In M. Dynel (Ed.), *The pragmatics of humor across discourse domains* (pp. 1-14). John Benjamins.
- Einifar, M. and Kosari, M. (2020). How Iranian women express themselves through social media photos: a case study of Instagram. *Journal of Cyberspace Studies*, 4(1), 1-26. doi: 10.22059/jcss.2020.289643.1040
- Eslami, Z. & Eslami-Rasekh, A. (2008). Enhancing the pragmatic competence of non-native English-speaking teacher candidates (NNESTCs) in an EFL Context. In E. Alcón Soler & A. Martínez-Flor (Ed.), *Investigating pragmatics in Foreign language learning, teaching and testing* (pp. 178-198). Bristol, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781847690869-011>
- Eslami-Rasekh, A. (1993). *A cross-cultural comparison of the requestive speech act realization patterns in Persian and American English*. Unpublished doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Fraser, B. (1990). Perspectives on politeness. *Journal of Pragmatics*, 14(2), 219-236.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Herring, S. C. (Ed.). (1996). *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*. John Benjamins.
- Jalilifar, A. R. (2009). Request strategies: Cross-sectional study of Iranian EFL learners and Australian native speakers. *English Language*

- Teaching*, 2(1), 46-61.
- Jalilifar, A., & Savaedi, Y. (2024). Exploring attitudinal meaning in Iranian political humor targets as distributed through social networks" In *Communicating Political Humor in the Media*, Springer Nature Singapore. [10.1007/978-981-97-0726-3\\_10](https://doi.org/10.1007/978-981-97-0726-3_10)
- Koutlaki, S. A. (2002). Offers and expressions of thanks as face enhancing acts: Āberu in Persian. *Journal of Pragmatics*, 34(10-11), 1733-1756.
- Lorenzo-Dus, N., Garcés-Conejos Blitvich, P., & Bou-Franch, P. (2011). On-line polylogues and impoliteness: The case of postings responding to news items. *Journal of Pragmatics*, 43(10), 2578-2593.
- Mansouri Nejad, A., Tazik, Kh., & Mahfoodh, O. H. A. (2022). Politeness conceptualization in Iranian social interactions: An ethnographic study. *Brno studies in English*, 48 (2), 77-100.
- Olshstein, E., & Cohen, A. (1983). Apology: A speech act set. In N. Wolfson, & E. Judd (Eds.), *Sociolinguistics and language acquisition* (pp. 18-36). Rowley, MA: Newbury House.
- Rahimi, B. (2011). The agonistic social media: cyberspace in the formation of dissent and consolidation of state power in postelection Iran. *The Communication Review*, 14(3), 158-178. <https://doi.org/10.1080/10714421.2011.597240>
- Ravadrad, A. and Shamsi, M. (2021). The life and times of the Iranian women ideological approach to the women's representation on the Instagram. *New Media Studies*, 7(26), 170-131. doi: 10.22054/nms.2021.35786.593
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1975). A taxonomy of illocutionary acts. In K. Gunderson (Ed.), *Language, mind, and knowledge* (pp. 344-369). University of Minnesota Press.
- Shahidi poor, V. (2017). A Study on the speech act of compliment response in Persian: the effect of age. *Journal of ociolinguistics*, 1(2), 72-83.
- Sohrabi-Haghighat, M.H. (2011) 'New media and social-political change in Iran', *CyberOrient*, 5 (1), pp.90-109.
- van Dijk, J. A. G. M. (2012). *The network society (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Vandergriff, I. (2013). Emotive communication online: A contextual analysis of computer-mediated communication (CMC) cues. *Journal of Pragmatics*, 51, 1-12. doi:10.1016/j.pragma.2013.02.008
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Zelenkauskaitė, A., & Bucy, E. P. (2016). A scholarly divide: social media, Big Data, and unattainable scholarship. *First Monday*, 21(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i5.6358>