

الگوهای نوشتار زبان فارسی در پیام‌رسان‌ها

(مطالعه موردی پیام‌رسان تلگرام)

عبدالعزیز ناتار (مربی پژوهشی فرهنگستان زبان و ادب فارسی، دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران)

چکیده: امروزه در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها شاهد نوع جدید از نوشتار هستیم که تابع هنجارهای رسمی نوشتن نیستند. در این مقاله به بررسی الگوهای نوشتار و رسم‌الخط در پیام‌رسان تلگرام پرداخته شده است. مطالعه بر روی ۶۰۰۰ پیام دو کانال سرگرمی و لطیفه و یک گروه دوستان و دو کانال اطلاعات رسمی در پیام‌رسان تلگرام انجام شده است. تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که در نوشتن پیام‌های این پیام‌رسان ما با الگوهای نوآورانه متفاوتی همچون بازنمایی زبان شفاهی در نوشتار، انواع خلاصه‌نویسی، انواع املاهای اشتباه و سبک‌های نوشتاری و آوایی گوناگون مواجه هستیم که می‌توان آنها را در دو دسته الگوهایی که مابه‌ازایی در نوشتار رسمی ندارند و نوشته‌هایی که متأثر از گفتار و به‌نوعی بازنمایی گفتار در نوشتار هستند، تقسیم‌بندی کرد. بررسی الگوها نشان می‌دهد که این نوع نوشتن صرفاً نوع نوشتن جدید نیست و، در واقع، تمامی آنها راهبردهایی هستند در راستای انتقال معنا و لحن، بازنمایی صورت‌گفتاری در نوشتار، حفظ اقتصاد زبانی و گذر از سد فیلترینگ؛ در عین حال، یافته‌ها حاکی از آن است که این نوع نوشتار فقط در نوشته‌های غیررسمی دیده می‌شود و نوشته‌های رسمی در این شبکه‌ها از قاعده‌های معیار موجود پیروی می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان تلگرام، زبان فارسی، الگوهای رسم‌الخط.

۱ مقدمه

امروزه بسیاری از مردم به اینترنت به عنوان بخش مهمی از زندگی روزمره خود نگاه می‌کنند و از آن به شیوه‌های مختلف و با اهداف گوناگون استفاده می‌کنند. اینترنت از گمنامی کامل، به سرعت به زندگی ما نفوذ پیدا کرد و تقریباً تمام فضای فعالیت‌های انسانی، از خرید و تحقیق تا انقلاب‌ها و آشوب‌ها را در بر گرفت (NAZARYAN & Gridchin 2006: 23). افراد قادرند تقریباً بیشتر فعالیت‌های خود شامل امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تجاری را از طریق اینترنت و دنیای مجازی انجام دهند. اطلاع‌جویی در مورد اخبار روز جهان، خرید، سرگرمی و حتی ایجاد ارتباط و همچنین بحث و مذاکره با افراد مختلف از جمله فعالیت‌هایی است که کاربران اینترنت در این محیط مجازی به آن مشغول‌اند. به لحاظ ارتباط افراد با یکدیگر، می‌توان گفت که اینترنت همانند یک محل مجازی ملاقات عمومی شهروندان جهان است. ایجاد محیطی تعاملی که کاربران در آن قدرت تولید محتوا دارند (STEWART 2002: 38) از دیگر مزایای آن است. سیستم‌های اطلاعاتی شبکه‌ای در بسیاری از حوزه‌ها، مانند حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و سرگرمی دیده می‌شوند (TEO et al 2003: 282). اینترنت به عنوان یک سگوا یا پلت‌فرم اطلاعاتی و ارتباطی در زندگی روزمره ما به یک ابزار اساسی و به «عنصری همه‌جا حاضر» (Mitra & Watts 2002: 480) تبدیل شده است و در کنار دیگر رسانه‌ها، به عنوان آخرین رسانه‌ای که به شدت رفتارهای ارتباطی ما را تغییر داده، مطرح شده است. همه اینها از جمله تحولات مثبت حاصل از ظهور اینترنت‌اند. اما اینترنت، به رغم اثرات مثبتی که در تمام عرصه‌ها داشته، هم‌زمان آسیب‌هایی نیز در برخی از حوزه‌ها به همراه داشته است؛ آسیب‌هایی همچون فحشا، تصاویر اغواکننده، قمار، سرقت هویت، هک کردن، ایمیل‌های دروغین به منظور اغوای مالی دیگران و سایر جرم‌های مجازی از اموری به شمار می‌روند که همگان آن را جرم و ناهنجاری اجتماعی می‌دانند (عاملی ۱۳۹۰: ۲۵-۲۶). ما هر روز گزارش‌های بسیار زیادی را در مورد هریک از آسیب‌های فوق‌شاهدیم و پیوسته شاکیان بسیاری را می‌توان یافت که به دنبال مجرمان‌اند. اینها آسیب‌هایی هستند که در سطح فردی و برای افراد مشکل‌آفرین‌اند؛ اما در سطح ملی و

فرهنگی و هویتی نیز آسیب‌هایی از سوی اینترنت متوجه جوامع بوده است. یکی از آسیب‌هایی که امروزه در جوامع در سطح ملی مطرح است تهدیدی است که از سوی اینترنت متوجه زبان ملی کشورهای جهان شده است.

زبان ساده‌ترین ابزار ارتباطی بشر است؛ ابزاری که انسان‌ها برای ایجاد ارتباط میان یکدیگر و انتقال اطلاعات، دانش و احساسات و ذهنیات خویش به کار می‌برند (فکوهی ۱۳۹۳: ۸۱). انسان برای بیان اندیشه‌های خود از زبان استفاده می‌کند و دنیای نمادین خود را با رمزگذاری در قالب واژه‌ها بیان می‌کند. به عبارت دیگر، «زبان وسیله‌ای است برای رمزگذاری و رمزگشایی، بیان جهان‌بینی، اندیشه‌ها و مفاهیم و وسیله‌ای است برای ساخت و تقویت روابط اجتماعی بین گروه‌ها» (Orbe 1998: 20). زبان، به عنوان یکی از عناصر فرهنگی، همواره در معرض هجوم و تعرض و در نتیجه تحلیل و تضعیف شدن است. شمار زبان‌های کنونی جهان به دلیل کاهش جوامع بومی و استیلای اجتناب‌ناپذیر فرهنگ‌های بزرگ‌تر بر فرهنگ‌های کوچک‌تر در بستر فرایندهای جهانی شدن به شدت رو به کاهش است؛ چنان‌که تا نیمه قرن بیست و یکم تعداد زبان‌ها به حدود هزار و شاید هم کمتر خواهد رسید (فکوهی ۱۳۹۳: ۸۲).

۲ بیان مسئله: تهدیدهای اینترنت برای زبان

تهدید زبان از سوی اینترنت از دو منظر قابل مطالعه است. نخست اینکه زبان انگلیسی بنا به دلایل مختلف به زبان اینترنت تبدیل شده است و امروزه بسیاری از کشورها این تهدید را احساس می‌کنند و به دنبال احیای زبان خود در اینترنت هستند. برای آنها این نگرانی وجود دارد که زبان علمی کشورشان به فراموشی سپرده شود و زبان انگلیسی جای آن را بگیرد. در حال حاضر، بیشتر متون اینترنتی به زبان انگلیسی منتشر می‌شود و واژه‌های جدید انگلیسی به واسطه مفاهیم جدید و علوم نوین به زبان دیگر کشورها وارد می‌شود. البته نگرانی در مورد نفوذ بیش از حد زبان انگلیسی نیز تنها به دوره کنونی محدود نیست. نباید فراموش کنیم که ورود واژه‌ها به زبان‌های دیگر پدیده‌ای نوین نیست که تنها از طریق اینترنت صورت گیرد. پدیده قرض‌گیری زبانی از قرن‌ها پیش وجود داشته است و به قبل از پیدایش اینترنت

برمی‌گردد. زبان‌ها، از زمان پیدایش، در حال بده‌بستان بوده‌اند، که پدیده‌ای طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است (اصغری ۱۳۹۳). اجتماعات انسانی به دلایل مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تاریخی، اقتصادی، و جغرافیایی با یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و، در این حین، از نظر زبانی نیز با هم برخورد می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. از این برخوردهای زبانی پدیده‌های متفاوتی با رنگ و بوی اجتماعی چون قرض‌گیری زبانی، تداخل زبانی و... به وجود می‌آید (مدرسی ۱۳۸۷ به نقل از اصغری، ۱۳۹۳: ۱۵۰-۱۵۱). اما آنچه درباره‌ی فضای مجازی مطرح است فراگیر شدن برخی زبان‌ها و تأثیرگذاری بیش از حد آنهاست.

اگرچه شمار و بگاه‌ها به زبان‌هایی غیر از زبان انگلیسی در حال افزایش است، زبان انگلیسی، زبان غالب کاربران اینترنتی است و بیشتر محتواهای اینترنتی به زبان انگلیسی نوشته می‌شود. در سال ۲۰۰۳، ۷۰ درصد کل محتوای اینترنت به زبان انگلیسی بوده است (Flammia & Saunders 2007: 1899) و این امر به بیشتر قدرت یافتن زبان انگلیسی در عرصه جهانی منجر می‌شود؛ چرا که ارزش یک شبکه زبانی با افزایش تعداد گویشوران و کاربران آن زبان افزایش می‌یابد. اینترنت، بی‌تردید، یکی از ابزارهای مهم برای گسترش زبان انگلیسی است (Gandal & Shapiro 2001).

ظهور زبان انگلیسی به عنوان زبان میانجی^۱ در اینترنت یک واقعیت است و، با وجود تلاش‌های گسترده برای به میان آوردن زبان‌های بین‌المللی دیگر و مجموعه نویسه‌های مختلف از اولین مراحل ظهور آن، هنوز به عنوان یک دل‌مشغولی عمیق باقی مانده است (Baasanjav 2014: 962). امروزه، محتوای اینترنتی، بیش از هر زبان دیگر، به زبان انگلیسی وجود دارد. برخی مسئله تسلط یک زبان و فقدان تنوع زبانی را به «شکاف دیجیتال»^۲ نیز ربط داده‌اند. محققان شکاف دیجیتال معتقدند که اختلاف بزرگ بازنمایی زبانی در اینترنت یکی از عوامل دخیل در شکاف دیجیتال جهانی است (ibid).

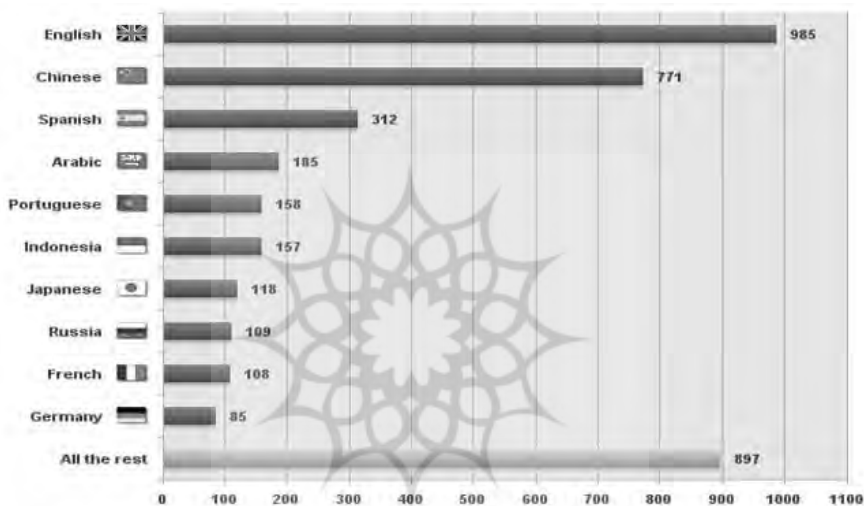
بنا بر گزارش وبگاه آمار جهانی اینترنت^۳ در سال ۲۰۱۷ انگلیسی پرکاربردترین زبان در اینترنت بوده است و ۹۸۵ میلیون کاربر از این زبان در اینترنت استفاده کرده‌اند و، پس از آن،

1. lingua franca

2. digital gap

3. <http://www.internetworldstats.com/>

چینی و اسپانیایی زبان‌های پرکاربرد اینترنت‌اند. امروز کشورهای بسیاری چون کشورهای عربی و چینی و روسی‌زبان در تلاش برای ثبت دامنه‌های اینترنتی با زبان و خط خودشان هستند. بسیاری از دولت‌ها بر نیاز به حکمرانی دموکراتیک، شفاف و چندجانبه بر اینترنت برحسب زبان اصرار دارند و حکمرانی امریکایی محور و خصوصی منابع اینترنت را به چالش کشیده‌اند. در این بحث، موضوع هویت ملی و غرور ملی و مباحث امنیتی نیز مطرح است (ibid).



نمودار ۱- ده زبان برتر در اینترنت، برحسب میلیون کاربر، ژوئن ۲۰۱۷
(برگرفته از www.internetworldstats.com)

فلامیا و ساندرز (۲۰۰۷: ۱۸۹۹) چندین دلیل برای تسلط زبان انگلیسی بر اینترنت بیان می‌کنند: اولین دلیل، از نظر آنها، رهبری ایالات متحده آمریکا در توسعه اینترنت است و منطقی می‌دانند که زبان انگلیسی زبان اینترنت باشد. دلیل دوم آنها سلطه اقتصادی آمریکا و ریشه‌های تاریخی اینترنت و تقویت سلطه زبان انگلیسی در هنگام استفاده از اینترنت در تجارت است. آنها دلیل سوم خود را برای استفاده از زبان انگلیسی در اینترنت از زبان کریستال^۱ (۲۰۰۳) این‌گونه بیان می‌کنند که اولین پروتکل برای انتقال داده‌ها در شبکه برای

الفبای انگلیسی بود. دلیل چهارم این است که اینترنت از یک زیرساخت ارتباطی استفاده می‌کند که، به لحاظ اقتصادی، توسط شرکت‌های امریکایی تحت سلطه قرار گرفته است و دلیل پنجم را، با توجه به نظر اسپکتر^۱ (۱۹۹۶)، این موضوع می‌دانند که الگوهای زبان‌شناختی، معماری اصلی و نرم‌افزار در اینترنت، تقریباً همگی، توسط انگلیسی‌زبان‌ها خلق می‌شود. البته نباید فراموش کنیم که زبان انگلیسی نیز در معرض خطر قرار دارد. نگارش و کاربرد زبان انگلیسی توسط کاربران و گویشوران غیربومی که زبان انگلیسی زبان اصلی آنها نیست به طور بالقوه می‌تواند برای ساختار نحوی و صرفی و واژگانی، به سبب کاربرد اشتباه، آسیب‌هایی را به بار آورد و موضوعی برای نگرانی انگلیسی‌زبان‌ها باشد؛ چراکه در فضای مجازی متون بسیار زیادی توسط افراد غیربومی به زبان انگلیسی در حال نگارش است که اشتباهات فراوانی در آنها مشاهده می‌شود. رعایت نکردن نکات دستوری و نیز، ساختن واژه‌های اشتقاقی نادرست و ترکیبات بی‌معنی که هیچ‌گاه در زبان انگلیسی و در فرهنگ‌های انگلیسی دیده نمی‌شود و ممکن است درست فرض شوند از نمونه‌های شاخص این آسیب‌هاست. تنها کافی است به یکی از رایگاه‌های موجود در مورد زبان انگلیسی مراجعه کنیم تا اشتباهات فراوان کاربران را مشاهده کنیم.

نگرانی در مورد اینکه زبان‌های ملی در معرض خطر قرار گرفته‌اند ممکن است سیاست‌گذاران را برای ایجاد وبگاه‌هایی که به زبان ملی بارگذاری شود وا دارد. فرانسه قوانین زیادی برای حفظ و حمایت از زبان فرانسوی در اختیار دارد. در ایالت کبک کانادا همه وبگاه‌ها باید به زبان فرانسه باشد. در برزیل، که بزرگ‌ترین صنعت اینترنت در امریکای جنوبی را در اختیار دارد، قانونی به تصویب رسیده است که از به‌کارگیری لغات خارجی جلوگیری می‌کند (Gandal & Shapiro 2001: 3). ما، از یک سو، باید نگران ورود واژه‌های بیگانه از طریق اینترنت باشیم و، از سوی دیگر، باید دغدغه فراگیر شدن یک زبان در فضای مجازی جهانی را داشته باشیم و شاهد تولید بیشترین محتوا به یک زبان باشیم.

اِلِتا و گُلِبِک نگاه خوشبینانه‌ای به استفاده از زبان‌های مختلف در فضای مجازی دارند و

آن را یکی از راه‌های گسترش استفاده از اینترنت در کشورهای توسعه‌نیافته می‌دانند. آنها معتقدند که افزایش تعداد کاربران اینترنت از بخش‌های مختلف جهان استفاده از زبان‌های مختلف را نیز افزایش داده است و، به یمن افزایش تنوع زبان‌ها در اینترنت و پشتیبانی از خط‌های غیرلاتین، افراد بیشتری از ارتباطات، یادگیری و تجارت و به اشتراک‌گذاری منابع بهره‌مند می‌شوند (Eleta & Golbeck 2014: 424). در عین حال، آنها یادآوری می‌کنند که باید توجه داشت چندزبانی در اینترنت باعث چالش‌هایی همچون انفکاک فضاهای اطلاعاتی و ارتباطی توسط زبان می‌شود که ظرفیت اینترنت را برای کشف، گفتگوی بین‌فرهنگی و همکاری‌های بین‌المللی کم می‌کند (ibid).

شایان ذکر است که نقش اینترنت در قبال زبان همیشه نقشی آسیب‌زا نیست. در واقع، نقش اینترنت در قبال زبان نقشی دوگانه است؛ از یک سو می‌تواند باعث حفظ و شناخته شدن و یادگیری آن شود و سوی دیگر ممکن است باعث فراموشی آن گردد. اینترنت به بسیاری از زبان‌ها همچون لینگالا^۱ کمک کرده است که پیکره‌ای از متون اینترنتی برای آن جمع‌آوری شود. لینگالا زبان بومی ده میلیون نفر از کنگویی‌ها است، که کمتر از هزار کتاب به این زبان نوشته شده است و در حال حاضر در حال جمع‌آوری پیکره‌واژگانی آن از روی متون اینترنتی هستند. بیشتر متون موجود مذهبی‌اند، اما اینترنت باعث شده است که متون غیر مذهبی نیز به این پیکره‌زبانی افزوده شود (SENE-MONGABA 2015). همچنین می‌توان به نقش اینترنت در یادگیری زبان‌های دیگر و استفاده معلمان از آن در امر آموزش (CHEN 2008) اشاره کرد. اینترنت منابع زیادی را برای آموزش زبان‌های دیگر در اختیار قرار می‌دهد و می‌تواند بر حضور و مشارکت و انگیزه دانش‌آموزان در یادگیری زبان تأثیر داشته باشد (MOHAMMADI, GHORBANI & HAMIDI 2011). در سال‌های اخیر، اینترنت به یک ابزار تدریس زبان تبدیل شده است و در بسترهای آموزشی برای یادگیری بهتر دانش‌آموزان استفاده می‌شود (HISMANOĞLU 2010: 106).

منظر دوم، که می‌توان از آن به تأثیرگذاری اینترنت بر روی زبان یک کشور نگریست، موضوع نوع استفاده از یک زبان در درون همان کشور توسط کاربران و گویشوران آن در

فضای مجازی است. استفاده از یک زبان واحد و فراگیر در اینترنت یک موضوع است و تخریب زبان در اینترنت توسط کاربران آن موضوعی دیگر. ممکن است زبانی در اینترنت مورد استفاده قرار نگیرد و به همان سلامت باقی بماند؛ اما استفاده‌های نابجا، غلط‌های املائی، واژه‌های عجیب و نامأنوس، استفاده از واژه‌های بیگانه، ورود الگوهای گفتاری در نوشتار و موارد دیگر می‌تواند به شاکله و ساختار یک زبان آسیب بزند. این موضوع از هنگامی بیشتر مورد توجه قرار گرفت که شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان ظهور و گسترشی بی‌رویه یافتند. در این شبکه‌ها و نرم‌افزارها ما شاهد نوعی زبان و به‌خصوص نوشتار متفاوت هستیم. نگرانی عمیق‌تر این است که زبان اینترنت در حال خراب کردن شیوه‌ای است که ما به طور سنتی می‌نوشتیم و حتی به صورت چهره‌به‌چهره صحبت می‌کردیم (BARON 2008: 176). در این نوشته نیز قصد داریم از این منظر به الگوهای نوشتار در زبانی فارسی در این شبکه‌ها و نرم‌افزارهای پیام‌رسان بپردازیم.

در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی به عنوان شبکه‌های افقی ارتباطات ظهور پیدا کردند، جایی که در آنجا کنش‌های پیچیده بین رسانه‌های اصلی، روزنامه‌نگاران، کنشگران سیاسی، مردم عادی، فعالان اجتماعی، شهروندان و فناوری اتفاق می‌افتد (CASTELS 2007) به نقل از (Eleta & Golbeck 2014: 424). استفاده‌های عمومی از وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی، توجه محققان را به این موضوع جلب کرده است که این وبگاه‌ها نحوه رفتار مردم، هویت‌بخشی و ارتباط برخط^۱ با دیگران را تغییر داده‌اند (Kožuh et al 2016: 295). این شبکه‌های اجتماعی تأثیر چشمگیری بر اطلاعات و زیرساخت‌های رسانه‌ای و جامعه‌ای ما داشته‌اند (JOHNSON 2009) به نقل از (NAAMAN et al 2011). شبکه‌های اجتماعی کاربردهای فراوانی همچون به اشتراک‌گذاری اخبار و اطلاعات روزانه در مورد احوالات فرد تا عقاید را به همراه داشته‌اند (NAAMAN et al 2011). با توجه به همه‌جا حاضر بودن، سرعت و دسترس‌پذیری، شبکه‌های اجتماعی به یک رسانه بالفعل برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات و ارتباطات در مورد موضوعات مختلف از اخبار فوری تا داستان‌های شخصی تبدیل شده‌اند

(Hu et al 2013: 1). این شبکه‌ها اجازه می‌دهند که کاربران آنها محتوای سبک از پیام‌های کوتاه گرفته تا پیوند‌های شبکه‌ها و وبگاه‌ها، تصویر و ویدئو را برای یکدیگر ارسال کنند (NAAMAN et al 2011). در بافت گفتگوی فناوری محور و رایانه‌محور نیز شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در تغییر وضعیت‌های موجود در ارتباطات داشته‌اند و کردارهای گفتگویی جدید را آغاز کرده‌اند (PIATA 2016).

اما آنچه در این میان اتفاق افتاده است به وجود آمدن نوع جدیدی از زبان نوشتاری در درون این شبکه‌های اجتماعی است؛ تا جایی که از این گونه نوشتن با عناوین مختلفی همچون زبان الکترونیکی (NAZARYAN & GRIDCHIN 2006)، زبان شبکه‌ای (ANDROUTSOPOULOS 2011) و نونویسی^۲ (ANIS 2007) یاد کرده‌اند. در این شبکه‌ها، برای ارتباط، از تصویر و صوت و ویدئو و نوشتار استفاده می‌شود، اما برای گفتگو، از زبان نوشتاری بیشتر استفاده می‌شود و، در مجموع، در این شبکه‌ها نوشتن اهمیت بیشتری دارد. افراد بسیاری از چیزهایی که در دنیای واقعی نمی‌توانند با یکدیگر در میان بگذارند در درون این شبکه‌ها می‌نویسند و آن را به صورت مکتوب بیان می‌کنند یا بسیاری از دغدغه‌ها و دل‌مشغولی‌های خود را در این شبکه‌ها، با نوشتن، به اشتراک می‌گذارند. به زعم آندروتسوپولوس (۲۰۱۱: ۱۵۲)، با توسعه نوشتن در درون این شبکه‌ها، منبع زبان نوشتاری در سطوح فردی و اجتماعی گسترش یافته است. اما نوشتار در درون این شبکه‌ها با نوشتار معمول و رسمی کمی متفاوت است و شکل خاص و دیگری دارد (همان). با تبدیل شدن شبکه‌های اجتماعی به یک برنامه کاربردی یا اپلیکیشن^۳ مهم برای پردازش زبان طبیعی، ما با زبانی مواجه می‌شویم که بسیار با معیارهای رسمی متفاوت است.

تفاوت بین نوشتار در شبکه‌های اجتماعی و دیگر اشکال زبان نوشتاری یکی از موضوعات جالب برای حوزه زبان، فناوری و زبان‌شناسی است (EISENSTEIN 2013a). کاربران ارتباطات رایانه‌ای شیوه‌های جدیدی از نوشتن برخط را توسعه داده‌اند (ANDROUTSOPOULOS 2011: 152). برخی معتقدند که گفتگو در اینترنت گونه‌ای جدیدی از ارتباطات است که

واژگان، نظام نویسه‌ای^۱، دستور و شرایط استفاده خود را دارد (Crystal 2001: 48) و نوعی هرچه‌گرایی^۲ زبان‌شناختی عام رخ داده است (Baron 2003: 5).

آنچه موجب نگرانی در این شبکه‌ها شده است، شلخته‌نویسی و املاهای نامعلوم و تهدید زبان نوشتاری رسمی است. چیزی که امروز در این شبکه‌ها شاهد آن هستیم استفاده از املاهای عجیب (مانند عاغا به جای آقا) و واژه‌های غریب (همچون عجنم، عجیجم، داداچ) و ... است که در نوشتار دیده می‌شود و گاهی به گفتار نیز سرایت می‌کند. در زبان انگلیسی نیز naber به جای neighbor، undr به جای under، ur به جای your استفاده می‌شود. حتی مشاهده شده که، برخی اوقات، از شکلک‌ها در نوشته‌های دستی و معمول استفاده شده است (Androutsopoulos 2011: 148). امروزه دیدن علائم رایانه‌ای در تبلیغات، نوشته‌های بیل‌بورد و جلد کتاب‌های مرتبط با رایانه پدیده تازه‌ای نیست. البته نمی‌توان جهت این سرایت را به طور دقیق مشخص کرد و نمی‌توان به‌روشنی گفت که این صورت‌های غیرمعمول نوشتاری ابتدا در گفتار تولید می‌شوند و سپس به نوشتار راه می‌یابند یا برعکس؛ اما نمود عینی و آشکار آن را می‌توان در پیام‌ها و نوشته‌های شبکه‌های اجتماعی، پیامک‌ها و در زبان الکترونیکی و شبکه‌ای و پیام‌رسان‌ها بیشتر ملاحظه کرد. البته بیشتر این نوشته‌ها به گفتار و زبان رسمی راه پیدا نمی‌کند و در همان سطح غیررسمی باقی می‌ماند. کمتر ملاحظه می‌شود مردم در زبان روزمره و عادی خود آنها را به کار ببرند، چراکه بیشتر سوءتفاهماتی را به وجود خواهد آورد. خیره شدن مسافران اتوبوس به مردی که در سریال تلویزیونی «لیسانسه‌ها» در مکالمه خود از این واژه‌ها استفاده می‌کند و تعجب آنها از به‌کارگیری چنین واژه‌هایی در دنیای واقعی برای خود کاربران آن نیز شاهدهی بر این گفته است و این موضوع اشاره دارد به سخن سولر^۳ (به نقل از Kožuh et al 2016) دال بر اینکه مردم در فضای سایبر معمولاً چیزی می‌گویند یا کارهایی انجام می‌دهند که در دنیای واقعی و در ارتباط چهره‌به‌چهره نمی‌گویند یا انجام نمی‌دهند؛ به این معنا که آنها در دنیای مجازی راحت‌تر خود را ابراز می‌کنند.

علاوه بر املاهای غریب یا نادرست، سجاوندی غیرمعیار، نوشتن با حروف بزرگ و خطاهای دستوری از جمله اشتباهاتی هستند که در این شبکه‌ها دیده می‌شوند (EISENSTEIN 2013b: 359). این گونه نوشتن ممکن است مشکلاتی را نیز به همراه داشته باشد و تنها موضوع زبان‌شناختی صرف مطرح نیست. یکی از مشکلاتی که این‌گونه نوشته به بار می‌آورد، ایجاد اشکال در سیستم‌های پردازش زبان است؛ برای مثال، به منظور شناسایی مقوله دستوری، دقت سیستم نشانه‌گذار استاندارد^۱ از ۹۷ درصد برای متون روزنامه وال استریت^۲ به ۸۵ درصد در پیام‌رسان توییتر^۳ کاهش نشان داده است (ibid).

بیشتر نگرانی‌ها در این باره این است که این گونه نوشتن وارد زبان نوشتاری رسمی نوجوانان و جوانان و به‌خصوص دانش‌آموزان شود، چراکه نوجوانان و جوانان بیشترین استفاده‌کنندگان این نوع زبان نوشتاری به شمار می‌روند و این خطاها بیشتر در نوشته‌های آنها دیده می‌شود. ویژگی‌های خاص زبان نوشتاری جدید از ویژگی‌های نوشتاری نسلی جدید به نام «بومیان دیجیتال»^۴ است (Androusoyopoulos 2011: 144). به نظر می‌رسد تأثیر ارتباطات رایانه‌ای بر روی زبان گفتار، در مقایسه با تأثیرات بالقوه آن بر زبان نوشتار، کمتر مورد توجه است و نگرانی‌چندانی درباره آن وجود ندارد. دغدغه و نگرانی اصلی درباره زبان نوشتار، به‌ویژه در مورد نوشته‌های مدرسه‌ای است. این باور که دانش‌آموزان ممکن است از زبان شبکه‌ای به شیوه‌های پیام‌نویسی در تکالیف مدرسه‌شان استفاده کنند به شدت در حال تبدیل شدن به یک اسطوره زبان‌شناختی در زمینه ارتباطات رایانه‌ای است (ibid: 147).

در بین مطالعات صورت‌گرفته، اجماعی درباره اینکه این زبان چه ویژگی‌هایی دارد و چه خصوصیتی را شامل می‌شود وجود ندارد. این پدیده به قدری جدید است که حتی امکان وقوع آن نیز دور از انتظار است (Crystal 2011: 57). برخی معتقدند که این نوع زبان شبکه‌ای بیشتر خصوصیات زبان گفتاری را دارد و برخی نیز برآن‌اند که این زبان دارای خصوصیات زبان نوشتاری است و، در واقع، گونه جدیدی از نوشتن را نوشتن شبکه‌ای یا نوشتن الکترونیک شکل می‌دهد. تاگلیامونته و دنیس^۵ (۲۰۰۸) معتقدند که، براساس شواهد، مکالمات رایانه‌ای

بیشتر شبیه گفتار است تا نوشتار. وری^۱ (۱۹۹۶: ۶۱) معتقد است که ارتباطات رایانه‌ای شیوه گفتگویی و زبان گفتاری چهره‌به‌چهره را بازتولید و شبیه‌سازی می‌کند. وری بر این نکته پافشاری می‌کند که ارتباطات رایانه‌ای دارای ویژگی‌های غیررسمی و گفتارمانند همچون اختصارات، چرخش نوبت کوتاه گفتگو، و حذف فعل‌های کمکی و ضمایر هستند؛ به‌ویژه بدین لحاظ که این صحبت‌ها به سرعت و به صورت کارآمد باید تایپ شوند.

بخشی از مطالعات نیز به دلایل این نوع نوشتن و املاها پرداخته‌اند. شورتیس دلیل املاهای غیرمعمول را عواملی همچون سواد فناورانه کاربران، نگاه آنها به مخاطبان و اهدافشان، و محدودیت‌های فیزیکی تولید پیام می‌داند. املاهای غیرمعمول ممکن است به سبب شبیه‌سازی زبان گفتاری باشد یا به واسطه ادغام ابزارهای گرافیکی با ابزارهای حسی و یا بر اساس اقتصاد زبانی^۲ و تقلیل ورود متن به کار رود (SHORTIES 2009: 230-231). از نظر برودی و دیاکوپولوس^۳ (۲۰۱۱)، طولانی نوشتن کلماتی مانند coooooooooo برای بیان عاملیت و احساس به کار می‌رود.

آیزنشتاین، بر اساس تحقیقات، معتقد است که یکی از دلایل این غلط‌نویسی‌ها یا شلخته‌نویسی در شبکه‌های اجتماعی انگلیسی‌زبان، ندانستن املاهای صحیح واژه‌هاست (EISENSTEIN 2013b: 360)؛ اما از نظر جونز مردم دوست دارند روش و لهجه نوشتاری شخصی خود را داشته باشند (JONES به نقل از ibid). به اعتقاد برخی مفسران، نویسندگان زبان غیراستاندارد در شبکه‌های اجتماعی صرفاً از زبان استاندارد ناآگاه‌اند یا قادر به استفاده از آن نیستند (THURLOW 2006 به نقل از EISENSTEIN 2013b: 360). البته دروین و دیویس^۴ (۲۰۰۹) هیچ اختلاف فاحشی در درجه سواد افرادی که در پیام‌نویسی از کلمات استاندارد استفاده نمی‌کنند، ندیده‌اند. برخی از این اختصارنویسی یا شلخته‌نویسی‌ها نیز به منطقه جغرافیایی، لهجه یا زبان تخصصی آنها یا به مشخصات جمعیت‌شناختی نویسندگان آنها ربط پیدا می‌کند (EISENSTEIN et al 2010). استفاده از زبان غیراستاندارد اغلب به عنوان شکلی از ابراز

1. C. C. WERRY
3 S. Brody & N. Diakopoulos

2. linguistic economy
4. M. DROUIN & C. DAVIS

هویت، به معنای اقتدار و صلاحیت، قدرتمندی، مقاومت در برابر هنجارهای تحمیل شده از بالا (Buchholz & Hall 2005) دیده می‌شود. در برخی موارد، مانند توئیتر نیز محدودیت ۱۴۰ حرفی باعث کوتاه‌نویسی و املاهای غیرمعمول می‌شود. زبان مورد استفاده در توئیتر، به دلیل محدودیت ۱۴۰ حرفی، به شدت فشرده و اجمالی است. شاید بتوان این گونه نوشتن را میراث پیام کوتاه دانست و شاید از توئیتر وام گرفته شده باشد؛ چراکه افراد به طور مرتب از شبکه‌های اجتماعی مختلف استفاده می‌کنند.

ابعاد نوآوری در زبان نوشتار دیجیتال را می‌توان تحت سه مضمون کلی تقسیم‌بندی کرد:

۱) شفاهیت مفهومی^۱: اشاره دارد به تمامی جنبه‌هایی که یادآور وجود زبان گفتاری تصادفی در زبان نوشتاری است (تمایل به نوشتن به عنوان نمودی از گفتار).

۲) نشانه‌های جبران^۲: تلاش برای جبران عدم حضور حالات چهره‌ای و الگوهای لحنی با استفاده از صفحه‌کلید و تایپ؛ شامل شکلک‌ها، استفاده از اختصاراتی به معنی خنده، و استفاده از شبیه‌سازی‌های واج‌شناختی با استفاده از حروف و سجاوندی.

۳) اقتصاد زبانی: شامل هر نوع راهبرد برای کوتاه کردن شبکه پیام که ممکن است ناشی از مسائل فناورانه متناسب به سرعت در ارتباطات هم‌زمان، ملاحظات اقتصادی یا محدودیت در اندازه پیام باشد (Androusoopoulos 2011: 149).

نویسی شیوه استاندارد نیست؛ اما مجموعه‌ای از روش‌هاست که هر نویسنده در شرایط ارتباطی خاص در هنگام نوشتن یک پیام خاص و تحت تأثیر محدودیت‌های خاص از آن استفاده می‌کند (Anis 2007: 110). این محدودیت‌ها می‌تواند اقتصادی، فناورانه، روان‌شناختی - اجتماعی یا زبان‌شناختی باشد (Androusoopoulos 2011: 152). نویسی در ایمیل‌ها و گروه‌های خبری کمتر دیده می‌شود، اما در پیامک‌ها و گپ‌های اینترنتی (چت‌ها) بسیار جلب توجه می‌کند (ibid).

زبان فارسی نیز، به واسطه ورود فناوری‌های نوین و گسترش آنها، از این قاعده نویسی و املاهای عجیب و واژه‌های نادرست - همان‌طور که در بالا نمونه‌هایی از آنها ذکر شد -

مستثنا نبوده است. اعتراض‌های فراوانی در رسانه‌ها در مورد این نوع نوشته، به‌خصوص در حوزه‌های زبان‌شناسی، صورت گرفته است؛ همچنین هشدارهای فراوانی در این مورد داده می‌شود و بیم آن می‌رود که این نوع املا و واژه‌های نادرست به زبان رسمی راه پیدا کند و بر پیکره زبان فارسی، که قرن‌ها برای حفظ آن تلاش شده است، ضربه بزند. اما تلاش‌های عملی کمی در این راستا صورت گرفته است. در این نوشته قصد داریم الگوهای موجود از این شلخته‌نویسی و نونویسی در شبکه‌های اجتماعی را بررسی کنیم.

۳ تحقیقات پیشین

مطالعه بر روی تأثیرات ارتباط رایانه‌ای بر زبان در ادبیات بین‌المللی از دهه ۱۹۸۰ شروع شده است؛ چیزی که تحت عنوان گفتگوی رایانه‌ای یا گفتگوی نوشتاری تعاملی نامیده شد (Androutopoulos 2011: 144). زبان به اصطلاح الکترونیکی علاقه بسیاری از زبان‌شناسان و روان‌شناسان را برانگیخته است و بسیاری از آنها جذب این موضوع شده‌اند که زبان الکترونیک ممکن است تأثیراتی بر روی زبان و روان‌شناسی به طور عام داشته باشد (Nazaryan & Gridchin 2006: 23). با وجود این، در ایران مطالعات بسیار ناچیزی (تنها دو تحقیق) در این زمینه انجام شده است. در خارج از ایران مطالعات بیشتری در این باره صورت گرفته است. در ادامه، به مرور این تحقیقات و نتایج آنها می‌پردازیم.

تحقیق محضری و چوپان‌زاده (۱۳۹۲) بر روی پیامک‌های موبایلی، با عنوان «بررسی زبان‌شناختی پیامک‌های ۲ دختران فار ۳۰ زبان»، یکی از تحقیقاتی است که در این زمینه انجام شده است. برای این تحقیق، آنها ۵۴۷ پیامک فارسی فنگلیش را از دختران ۱۸ تا ۳۵ ساله انتخاب کرده‌اند و به بررسی الگوهای موجود در این متن پرداخته‌اند. یافته‌های آنها الگوهای مختلف صرفی، نحوی، آوایی و سبکی را نشان می‌دهد که تنها به خلاصه‌سازی واژه‌ها ختم نمی‌شود؛ این نوشته‌ها خصوصیات دارند که آن را به گونه زبانی جدید غیر معیار تبدیل می‌کند. نویسندگان معتقدند که این گونه برخاسته از فناوری جدید است که در بین جوانان رواج دارد و از طریق بازی‌های زبانی و نوآوری خلق شده است و این فرایندهای

زبانی چیز ناخوشایند و عجیبی نیستند و نباید در برابر آنها موضع‌گیری کرد. تحقیق دیگر، مشابه تحقیق حاضر، مطالعه شهریاری فرد و چلمقانی (۱۳۹۲) بر روی زبان فارسی در شبکه‌های اجتماعی است. این تحقیق بخش نظری بسیار کوتاهی دارد. در این تحقیق، آنها به دنبال الگوهای جدید زبانی در شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند و، پس از بررسی ۲۰۰۰ پُست عمومی با ۵۰۰۰ مدخل از کاربران، به چند الگو دست یافته‌اند، از جمله نوشتن صورت گفتاری کلمات، اصطلاحات، ترکیبات جدید و ترکیبات جعلی؛ نوشتن کلمات غیرفارسی؛ افزودن بار معنایی و عاطفی به کلمات؛ و تغییر در یک حرف.

مطالعه هو و همکاران (۲۰۱۳) به بررسی زبان و کشف نوع زبان مورد استفاده در توئیتر و مقایسه زبان نوشتاری توئیتر با رسانه‌های دیگر از لحاظ ویژگی‌های زبان‌شناختی و زبان‌شناسی روان‌شناختی زبان مورد استفاده در آنها اختصاص دارد. هو و همکاران، در بخش اول، به بررسی املاهای معمول و اجزای دستوری برای کتی‌سازی شیوه‌های زبان‌شناسی رسانه پرداخته‌اند و در ادامه، با استفاده از چارچوب تحلیلی و اعمال آن بر پیکره‌های مختلف، مطالعه‌ای آماری را برای مقایسه توئیتر و دیگر رسانه‌ها، از طریق مطالعه مقایسه‌ای کمی، انجام داده‌اند. نتایج نشان داده است که:

- ۱) در مجموع، توئیتر، به رغم اینکه دقت و تعاملی بودن را با خود به همراه دارد، در مقایسه با پیامک و گپ برخط (چت)، بسیار محافظه‌کارانه‌تر، رسمی‌تر و کمتر قراردادی است.
- ۲) در مقایسه با دیگر رسانه‌ها، کاربران توئیتر در حال توسعه شیوه نگارش بیگانه‌ای هستند.
- ۳) در مقایسه با چت و پیامک، در توئیتر بیشتر از ارجاعات زمانی استفاده می‌شود.
- ۴) توئیتر، در مقایسه با ایمیل، وبلاگ و اخبار، کمتر از انواع تأثیرات استفاده می‌کند و بیشتر متمایل به خلق و خوی مثبت است.

نتیجه‌گیری کلی در مطالعه مذکور این است که زبان توئیتر منبع پویایی برای موضوعات زبان‌شناختی است و زبان توئیتر، برخلاف کوتاه بودن و محدودیت طولی آن، نمودی از زبان یک رسانه رسمی است. توئیتر از پیامک و گپ برخط رسمی‌تر است و اینکه بیشتر شبیه یک رسانه نوشتاری است نه یک رسانه گفتاری.

پژوهش پالفریمن و الخلیل^۱ (۲۰۰۳) بر روی زبان عربی در نرم‌افزارهای پیام‌رسان آنی یا IM^۲ها است. مطالعه نشان داده است که افراد، به جای استفاده از عربی نو، از لهجه‌های مختلف محلی در این پیام‌رسان‌ها استفاده می‌کنند. بنا به گفته نویسندگان، در نوشتار عربی نوعاً از لهجه استاندارد و زبان معیار استفاده می‌شود. استفاده از لغات و املاهای دست و پا شکسته و شلخته نشان می‌دهد که زبان ارتباطات رایانه‌ای بیشتر بازتاب‌دهنده گفتار است تا نوشتار.

مطالعه بارون در سال ۲۰۰۴ یکی از چند نمونه تجربی مطالعات بر روی نرم‌افزارهای پیام‌رسان است. در این پژوهش، به بررسی تفاوت‌های گفتاری زن و مرد در این نرم‌افزارها، به لحاظ طول جملات و مدت هر نوبت سخن گفتن برای یک فرد در دقیقه، پرداخته شده است. مطالعه بارون مبتنی است بر یک پیکره جمع‌آوری شده از دانشجویان امریکایی. یافته‌ها نشان داده است که مکالمات IM در این پیکره ترکیبی است از زبان گفتار و نوشتار. از دیگر نتایج این تحقیق این است که، به خلاف بسیاری از ارتباطات رایانه‌ای یک به چند، گفتگوها در محیط IM دارای الگوهای جنسیتی است که بازتاب‌دهنده تمایز زن و مرد، به لحاظ گفتار و نوشتار، در محیط برون‌خط^۳ است. یافته‌های پژوهش بارون نشان می‌دهد که طول یک بخش از گفته‌های زنان، در مقایسه با مردان، بلندتر است و زنان کمتر از فشرده‌سازی جملات استفاده می‌کنند. همچنین تحقیق مذکور این نکته را بازتاب می‌دهد که گفتگوهای زنان در محیط IM بیشتر شبیه شیوه نوشتن زنانه است تا شیوه گفتار آنها و اینکه زنان علاقه دارند که IM را به عنوان یک رسانه نوشتاری استفاده کنند تا یک رسانه گفتاری. یافته دیگر این است که زنان بیشتر از مردان از شکلک‌ها استفاده می‌کنند. کشف چشمگیر بارون این است که IMها، به خلاف ادعای مطبوعات، محیطی بسیار محافظه‌کارانه‌اند. تنها ۳ درصد کاربران از کلمات اختصاری (مانند hrs و chz) استفاده کرده‌اند و کمتر از ۸ درصد از سرواژه‌نویسی (مانند lol و brb) و ۴ درصد نیز از شکلک‌ها — شامل شکلک‌های خنده و مشابه آن — استفاده کرده‌اند. همچنین ۶۵ درصد افراد در مواردی از فشرده‌سازی (مانند I'm به جای I am) استفاده کرده‌اند.

تاگلیاموتته و دنیس (۲۰۰۸)، در پژوهش خود، به بررسی الگوهای زبانی نوجوانان در متن‌نویسی در نرم‌افزارهای پیام‌رسان و پیامدهایی که این نوع نوشتن و اختصارات ممکن است برای زبان به همراه داشته باشد، پرداخته‌اند. برای این مطالعه، آنها یک میلیون واژه از محیط IM و ۲۵۰ هزار کلمه از گفتگوهای جهان واقعی در میان ۷۱ نفر (شامل ۳۰ مرد و ۴۱ زن) را در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ مورد ارزیابی قرار داده و الگوهایی زبانی از این نرم‌افزارهای پیام‌رسان استخراج کرده‌اند. سن افراد، در این بررسی، بین پانزده تا بیست سال بوده است. نتایج این پژوهش حاکی از به کارگیری اختصارات، شکل کوتاه واژه‌ها و همچنین استفاده از نمادها در این نرم‌افزارهای پیام‌رسان است. بیشترین اختصار استفاده شده lol بوده است، که البته فراوانی آن با بالا رفتن سن افراد رابطه عکس دارد. از بین ضمائر شخصی، ضمیر اول شخص، با ۶۲ درصد، بیشترین استفاده را داشته است. استفاده از قیدهای تأکید^۱ (قیدهایی که معنا را تقویت می‌کنند) مانند so، very، really بیشترین استفاده‌ها را داشته‌اند. از بین این سه قید تأکید، really بیشترین استفاده را داشته است. فعل کمکی آینده will، با ۵۶ درصد، بیشترین استفاده را داشته است، و gonna و going to باقی را تشکیل داده‌اند. افعال کمکی الزام در پیام‌رسان‌ها بیشتر شامل must و got to بوده است، در حالی که در زبان روزمره بیشتر have to به کار می‌رود. استفاده از سرنام^۲، شکل کوتاه و زبان عاطفی کمتر از حد تصور عام است. استفاده از i به جای I و u به جای you جنبه شخصی و سلیقه‌ای داشته است. نتیجه‌گیری کلی مطالعه تاگلیاموتته و دنیس این است که زبان مورد استفاده در پیام‌رسان‌ها بیشتر شبیه گفتار است تا نوشتار.

ایزنشتاین (۲۰۱۳ب)، در پژوهشی با عنوان «درباره زبان بد در اینترنت چه باید کرد»، با نگاهی آواشناختی به مطالعه زبان مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. این مطالعه با توجه به متغیر آواشناختی تقلیل خوشه حروف بی‌صدا (یا ساده‌سازی خوشه حروف بی‌صدا و حذف) انجام شده است. در این مطالعه، تغییرات آوایی واژه‌های left, know, doing, going, with, just، به ترتیب، به صورت def, jus, wit, goin, doin, kno

بوده است. داده‌های این مطالعه از مجموعه‌ای از پیام‌های توئیتر (شامل ۱۱۴ میلیون پیام از ۲ میلیون و ۷۷۰ هزار کاربر) از آگوست ۲۰۰۹ تا سپتامبر ۲۰۱۲ گردآوری شده است. در این مطالعه، پیام‌های کاربرانی ارزیابی شده است که کمتر از هزار پی‌خوان^۱ داشتند و کمتر از هزار نفر را دنبال می‌کردند. برای هر واژه، ده‌هزار پیام بررسی شده است. نتایج نشان داده است که آواشناسی در نوشتار شبکه‌های اجتماعی در سطح واژه و فراتر از آن تأثیر دارد؛ مانند تقلیل خوشه‌ی حروف بی‌صدا، شامل تبدیل th به t و حذف g از ing است. تقلیل خوشه‌ی حروف بی‌صدا و حذف h از th تحت تأثیر بافت آواشناختی صورت می‌گیرد و بستگی به این دارد که واژه بعدی با حروف صدادار شروع می‌شود یا خیر؛ و این بدین معنی است که کاربرانی که در شبکه‌های اجتماعی گفتار را به نوشتار تبدیل می‌کنند صرفاً در حال جایگزینی املاهای واژه‌ها نیستند. شبکه‌های اجتماعی نمایانگر تأثیرپذیری از ویژگی‌های ساختاری نظام آواشناختی هستند.

برودی و دیاکوپولوس (۲۰۱۱)، در مقاله خود، ابتدا توجه مخاطبان را به پدیده طولانی کردن واژه‌ها با یک حرف، به عنوان یک پدیده در میکرو بلاگ‌ها و پیام‌رسان‌های اجتماعی جلب می‌کنند و به بیان اهمیت مدیریت صحیح آن می‌پردازند. در این مطالعه، آنها دو فرضیه دارند. فرض اول آنها این است که طولانی کردن کلمات، با استفاده از تکرار یک حرف، روشی است برای نشان دادن تأکید و، در واقع، جایگزین کشیدن و تغییر لحن است. در این حالت، واژه طولانی شده اهمیت خاصی دارد. فرضیه دوم آنها این است که این طولانی کردن عملی تصادفی نیست و برای تأکید بر اهمیت واژه و بیان احساس و عواطف است. برای انجام این مطالعه، آنها به توئیتر مراجعه کرده‌اند. نیم میلیون توئیٹ در ماه مارس سال ۲۰۱۱ از توئیٹر جمع‌آوری شده است. جمع‌آوری داده‌ها به گونه‌ای بوده است که توئیٹ‌ها از همه مناطق جغرافیایی آمریکا را شامل شود. تعدادی توئیٹ نیز از بریتانیا جمع‌آوری شده است تا زبان انگلیسی به طور کامل تحت پوشش قرار گیرد. تقریباً ۶/۵ میلیون واژه از نیم میلیون توئیٹ به صورت خالص استخراج شده، که شامل ۲۲۰۰۰ واژه

است که تقریباً ده بار یا بیشتر تکرار شده‌اند. نتایج تحلیل‌های آنها نشان می‌دهد که طولانی کردن واژه‌ها پدیده‌ای عام در مجموعه داده‌ها بوده است. ۱۰۸۷۶۲ واژه، یعنی ۱۷ درصد از این واژه‌ها، طولانی شده‌اند. با توجه به محدودیت ۱۴۰ حرفی پیام‌ها در توئیتر، استفاده از این شیوه شگفت‌آور است. در پژوهش برودی و دیاکوپولوس، فرضیه دوم نیز تأیید شده است و اینکه این عمل تصادفی نیست و در واژه‌هایی استفاده شده است که بیانگر احساس و عواطف هستند؛ ۷۹ درصد از واژه‌هایی که برای بیان احساس و عواطف به کار می‌روند با استفاده از تکرار حرف طولانی شده بودند.

۴ روش پژوهش

برای انجام این مطالعه، بررسی متون استفاده‌شده در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها ضرورت داشت. پیام‌رسان تلگرام، به علت گسترش روزافزون آن در ایران و فیلتر نشدن و رسمیت داشتن آن در کشور انتخاب شد^۱. بنا بر گزارش وبگاه تراسا^۲ در سال ۲۰۱۶، ۶۰ درصد از ایرانیان عضو شبکه پیام‌رسان تلگرام بوده‌اند. تلگرام تنها یک پیام‌رسان نیست و سکویی است با کارکردهای شبکه‌های اجتماعی. هنگامی که یک کانال تلگرامی محتوایی را ارسال می‌کند، افراد این پیام‌ها را به سوپرگروه‌ها، جایی که میلیون‌ها نفر در آنجا جمع شده‌اند تا مطالب مورد علاقه خود را ببینند، ارسال می‌کنند.

با عضویت در دو کانال تلگرامی و تشکیل یک گروه دوستان، متن‌های فارسی استخراج شد. کانال‌های انتخاب‌شده کانال‌های سرگرمی بودند. معمولاً در این کانال‌ها همه نوع محتوا، از لطیفه گرفته تا اخبار و اطلاعات علمی و تصویر و صوت، برای اعضای آن ارسال می‌شود. روزانه حدود ۳۰ پیام در هر یک از این کانال‌ها برای کاربران فرستاده می‌شود. بیشتر این کانال‌ها پیام‌های یکدیگر را کپی می‌کنند و از آنها در کانال‌های خود استفاده می‌کنند. برای بررسی متن‌ها، پیام‌ها طی سه ماه، یعنی از اول اکتبر تا پایان دسامبر ۲۰۱۷، مورد

۱. شایان ذکر است که پیام‌رسان تلگرام در زمان انجام مطالعه فیلتر نشده بود و پس از آن فیلتر شد.

مطالعه قرار گرفتند. در این مرحله، بیش از ۶۰۰۰ پیام بررسی شد و صورت‌های مختلف غیرمعمول نوشتاری و زبانی استخراج گردید. استخراج الگوها تا جایی پیش رفت که دیگر الگوی جدیدی مشاهده نشد. در کنار آن، متن‌های نوشته‌شده در گروه دوستان نیز بررسی شد و از درون آن هم الگوهایی استخراج گردید. انتخاب گروه دوستان بدین دلیل بود که افراد در این گروه‌ها در نوشته‌های خود چندان پایبند الگوهای رسمی نیستند و، در نوشته‌های خود، به‌ندرت از معیارهای رسمی دستورخط فارسی پیروی می‌کنند. هم‌زمان، دو کانال رسمی اطلاع‌رسانی، که اطلاعات جدی را در اختیار کاربران قرار می‌دادند، مورد بررسی قرار گرفت و نوشته‌های آنها نیز رصد شد تا مشخص شود که آیا کاربران در هنگام نوشتن متون جدی نیز از نونویسی یا صورت‌های جدید نوشتاری استفاده می‌کنند یا خیر.

۵ یافته‌ها

در این بخش، الگوهای مشاهده‌شده در کانال‌های غیررسمی و گروه دوستان دسته‌بندی و فهرست‌وار ارائه می‌شود و، در صورت امکان، در مورد دلیل یا دلایل پدید آمدن هر یک از آنها توضیحی داده خواهد شد. در این مطالعه متوجه شدیم که این نوشته‌ها، به لحاظ رسم‌الخطی، از دو الگو پیروی می‌کنند: دسته اول شامل نوشته‌هایی است که صورت‌های نوشتاری جدید و غیرمعیار دارند و به گونه‌ای از دستورخط رسمی عدول می‌کنند؛ دسته دوم نوعی نوشتن است که بیشتر تابع تلفظ در گفتارند و صورت‌هایی نیز در نوشتار معیار دارند و، در واقع، بازنمایی گفتار در نوشتار هستند، که به کمک رسم‌الخط این امر را تحقق می‌بخشند و، بدین ترتیب، صورت‌های جدیدی را در نوشتار خلق می‌کنند. در هر کدام از این دسته‌ها می‌توان زیرالگوهایی را نیز مشاهده کرد، که در هر بخش آنها را به طور مجزا آورده‌ایم. همچنین در این تحقیق مواردی نیز مشاهده شدند که چندان به رسم‌الخط مربوط نیستند، بلکه بیشتر به گونه‌های زبانی ربط دارند؛ اما صورت‌های جدیدی هستند که بیشتر در نوشته‌های موجود در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شوند و کمتر در گفتار روزمره شاهد آنها هستیم.

۵-۱ الگوهای صرفاً رسم الخطی

دسته اول الگوهای هستند که عمدتاً مسئله‌ای رسم الخطی دارند و در آنها صورت‌های نوشتاری عجیب نیز دیده می‌شود. این دسته شامل موارد زیر است:

۵-۱-۱ استفاده از صدای اعداد در کنار حروف، برای نوشتن واژه یا هم‌آوایی عددی - بد ۲ به جای بدو، بیا ۲ به جای بیا تو، مر ۳۰ به جای مرسی.

نکته جالب اینکه در این نوع نوشتن، در کنار حروف فارسی، از اعداد انگلیسی و آوای آنها نیز استفاده می‌شود. این الگو در زبان‌های دیگر نیز دیده می‌شود؛ برای مثال، در انگلیسی نیز به جای for you از 4u استفاده می‌شود یا به جای حرف اضافه to عدد 2 به کار می‌رود. در فرانسه، به جای واژه demain از 2main یا 2m1 با تلفظ «دومَن» استفاده می‌شود. عدد یک در زبان فرانسه «آن» تلفظ می‌شود و عدد ۲ نیز «دوو». به نظر می‌رسد در زبان فارسی، در بیشتر مواردی که کاربران قصد دارند یک جزء از کلمه را با حروف یا اعداد انگلیسی بنویسند، آن جزء باید جزء دوم/آخر باشد؛ برای مثال مر 30 (= مرسی) را به راحتی می‌شود خواند، اما خواندن Dگه (= دیگه) دشوار است - حتی حدس زدنش نیز آسان نیست. نباید فراموش کنیم که در این بحث سرعت و کوتاه‌نویسی نیز مطرح است و افراد برای سرعت بخشیدن به نوشتن متن خود از این راهبرد استفاده می‌کنند.

۵-۱-۲ غلط‌نویسی - تعیین عمودی یا غیرعمودی بودن و تعیین هدف کاربران کاری دشوار است، اما بر اساس تجربه می‌توان حدس‌هایی زد:

الف) استفاده نکردن از تنوین و استفاده از الف به‌تنهایی، مانند اصلا، ناموسا؛ یا استفاده از «ن» به جای تنوین مانند اصلن، کلن، بعدن، خواهشن، ناموسن. به نظر می‌رسد استفاده نکردن از تنوین دلایل مختلفی دارد، از جمله نبود نشانه تنوین در صفحه کلید تلفن‌های همراه، در ابتدای ورود آنها و یا پیدا نکردن آن در صفحه‌کلید و دشواری در تایپ آن. بدین ترتیب، کاربران، برای رعایت آن، مجبور بودند از «ن» استفاده کنند و این امر به صورت عادت درآمد است. با اینکه امروز این مشکل با طراحی صفحه‌کلیدهای جدید تصحیح شده است، اما

همچنان این کار انجام می‌شود. در برخی موارد ممکن است این امر عامدانه و برای شوخ‌طبعی و طنز نیز صورت گیرد. گاهی نیز به دلیل عربی‌ستیزی و سره‌گرایی انجام شده است، که خود سابقه‌ای تاریخی دارد و در برخی متون قدیمی نیز دیده می‌شود، ولی امروزه در فضای مجازی نمود بیشتری یافته است. مشکلی که در این خصوص پیش می‌آید این است که این امر گاهی اوقات باعث اشتباهاتی در تلفظ واژه‌ها می‌شود؛ برای مثال، ممکن است تلفظ واژه کلن (به جای کلا) با تلفظ واژه شهر کلن آلمان اشتباه گرفته شود. از سوی دیگر، امروزه ما گاهی شاهد ورود این نوع نوشتن به متون جدی نیز هستیم.

ب) نوشتن کلمه با آشناترین صورت و حرف، یعنی برای حروف هم‌صدا؛ مانند بزار به جای بذار که از بگذار گرفته شده است و اما در اینجا با «ز» نوشته می‌شود. از این الگو برای مطابقت نوشتار با گفتار و نوشتن کلمه با آشناترین صورت و حرف استفاده می‌شود؛ یعنی برای حروف هم‌صدا (مثل ذ ز ض ظ؛ ث ص س) یکی از علائم (پرکاربردترین و بی‌نشان‌ترین) را انتخاب می‌کنند. برای مثال، اگر بخواهیم Salvador را به فارسی بنویسیم آن را سالوادور می‌نویسیم نه سالوادور یا ثالوادور.

ج) غلط‌نویسی عمدی با استفاده از حروف هم‌صدا یا واج‌گونه‌ها، برای افزودن لحن شوخی؛ مانند عاقا به جای آقا، دغیغاً به جای دقیقاً، عایا به جای آیا، صابط به جای ثابت، اثلاً به جای اصلاً.

۳-۱-۵ جدانویسی - جدا نوشتن حروف کلمات برای بیان کلمات زشت یا مسائل جنسی و استفاده از نقطه، خط تیره یا علامت‌های دیگر بین حروف؛ مانند س.ک.س.ی، س*کسی، س-کسی و... این کار اغلب برای عبور از فیلترها و به چشم نیامدن (رفع استهجان ظاهری) واژه‌ها به کار می‌رود و عمومیت پیدا کرده است. این راهبرد ممکن است با شناسایی راهبردهای قبلی تغییر کند؛ برای مثال، استفاده از علامت‌هایی همچون ستاره، بعد از استفاده از نقطه و خط تیره رواج یافت.

۴-۱-۵ تبدیل واج‌ها - تبدیل واج‌هایی که به لحاظ آوایی شبیه و نزدیک به یکدیگرند؛ برای مثال «ت» یا «ط» به «د»، مانند دخدرآ به جای دخترا، لدفن به جای لطفاً. البته این امر توجیه

آوایی دارد؛ بدین معنی که هر واج تعدادی واج‌گونه دارد و برخی واج‌گونه‌های یک حرف شبیه دیگری تلفظ می‌شود مثلاً «ت» گاهی شبیه «د» و یا «پ» شبیه «ب» شنیده می‌شود، و کاربران از این واج‌گونه‌ها به جای یکدیگر استفاده می‌کنند. اما استفاده از این الگو در نوشتار برای افزودن لحن طنزآمیز به متن است.

۵-۱-۵ اضافه کردن حرف به واژه - سه حالت برای آن مشاهده شده است:

الف) اضافه کردن حرف برای بازنمایی تأکید و لحن طنزآمیز؛ مانند بعله به جای بله یا گولم به جای گلم. این امر بیشتر برای بازنمایی نوعی تأکید یا شوخ‌طبعی انجام می‌شود. بعید به نظر می‌رسد که کاربری املائی صحیح واژه گل را نداند.

ب) استفاده از حرف «ع»، به جای صامت میانجی یا همزه آخر در برخی واژه‌ها؛ مانند تابلوعه. ج) افزودن «ه» بیان حرکت به جای کسره (هکسره)؛ مانند تبعیضه نژادی به جای تبعیض نژادی، بینه به جای بین (بینه خودمون).

۵-۱-۶ کوتاه‌سازی - به دو صورت مشاهده شد:

الف) استفاده از اولین حرف یک واژه برای اختصار؛ مانند «س» به جای سلام. نکته مهم در این الگو این است که این اختصارسازی تنها در نوشته اعمال می‌شود، اما خواننده در هنگام خواندن متن، صورت کامل آن را ادا می‌کند. این راهبرد، به نوعی، راهبرد صرفه‌جویانه در استفاده از تعداد حروف و زمان صرف شده برای نوشتن پیام است.

ب) حذف واو معدوله؛ مانند خاهر به جای خواهر، خاهش به جای خواهش، خابگاه به جای خوابگاه.

۵-۲ الگوهای متأثر از گفتار

گروه دوم الگوهای تغییرات در رسم‌الخط، ناشی از بازنمایی صورت گفتاری در نوشتار است که کلمات به‌گونه‌ای مصداق خارجی اما به صورت گفتاری دارند. این الگوها به صورت‌های گوناگون دیده می‌شوند:

۵-۲-۱ تکرار یک یا چند حرف - برای بیان احساس و عواطف یا هشدار از طریق تکرار یا چند حرف و حتی تکرار یا علامت‌های تعجب و سؤال؛ مانند مااااااااااا، بهههههه، جااااااااااا، آقاااااا، واییییی، بووووووق، جوووووون، خخخخخ (به معنی خنده)؛ میفهمی؟؟؟؟؟، یا میفهمی!!!!؟؟؟؟؟، یا ابرفرضضضضض.

۵-۲-۲ استفاده از گونه‌گفتاری در نوشتار - این الگو در نوشته‌های سنتی نیز سابقه دارد و در داستان‌ها و رمان‌ها که در آنها از زبان عامیانه بهره گرفته شده است دیده می‌شود، اما در زبان اینترنتی نمود بیشتری دارد و افراد از این الگو به‌وفور استفاده می‌کنند؛ مانند وختی به جای وقتی (وختی داری میای)، والا به جای واللہ (والا به قرآن)، وعض به جای وضع، اصن به جای اصلاً. نمونه دیگر استفاده از علامت ضمه جای حرف واو عطف و «را»ی مفعولی: مانند فکر کردُ گفت به جای فکر کرد و گفت، رفتُ همینُ به فروشنده گُفت به جای رفت و همین رو به فروشنده گُفت. نکته‌ای که در این باره مطرح است این است که این نوع نوشتن دشوارتر از نوشتن صورت عادی آن است و پیدا کردن و درج اعراب و نشانه‌ها به زمان بیشتری نیاز دارد، اما با این حال، کاربران پیام‌رسان‌ها از این روش استفاده می‌کنند. این الگو به طور وسیع استفاده نمی‌شود؛ شاید دلیل آن همان دشواری استفاده و کاهش سرعت در نوشتن باشد.

۵-۲-۳ کوتاه‌سازی - کوتاه‌سازی به چند صورت دیده شده است:

الف) حذف حروف از آخر یا وسط واژه‌ها: مثلاً «ی» به جای یه (به معنای «یک»): دقه به جای دقیقه (یه دقه وایسا). معمولاً در زبان گفتاری از دو واژه دَیْقَه و دَقَه استفاده می‌کنند، اما در زبان اینترنتی، برای حفظ اقتصاد زبانی و سرعت، از دقه بیشتر استفاده می‌شود. نمونه‌های دیگر خو و حُب به جای خوب است (نکن خوبه جای نکن خوب). در مورد دو واژه اخیر نیز ذکر این نکته لازم است که واژه خو بیشتر برای شوخی به کار می‌رود و حُب، در مقایسه با آن، رسمی‌تر است.

ب) حذف و ادغام حروف دو کلمه مانند تبدیل راجع به به راجبِ (راجبِ تو گُفت)، یا فوق‌العادس به جای فوق‌العاده است.

ج) کوتاه کردن فعل ربطی «است»، به صورت اس و س؛ مانند خسته‌اس، فوق‌العاده‌س، و نیست به صورت نیس.

د) حذف حرف «ه» ملفوظ از پایان واژه؛ مانند دانشگاه، خوابگاه و خابگا.

ه) حذف حرف «ع» (با تلفظ واج همزه)؛ مانند ینی به جای یعنی، جفر به جای جعفر.

و) کوتاه کردن حروف اضافه و ربط به یک حرف و حذف حرف آخر آنها (بریده‌سازی)؛

مانند تبدیل «که» به «ک» (گفت ک میرم) یا حرف اضافه «به» به «ب» (ب من گفت).

باید یادآوری کنیم که در برخی موارد نیز ترکیبی از فرایندها صورت می‌گیرد. مانند لدفن (= لطفاً) که هم تغییر حرف رخ داده است و هم «ن» به جای تنوین آمده است؛ یا واژه‌ای مانند ژوووون (= جون) که هم در آن تغییر حرف رخ داده است و تکرار یک یا چند حرف برای بیان احساس و هم به کارگیری لحن طنزآمیز.

۵-۳ الگوهای مختلف زبانی

چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، در این تحقیق شاهد مواردی بودیم که چندان به رسم‌الخط مربوط نیستند و بیشتر به گونه‌های زبانی ربط دارند. این موارد صورت‌های جدیدی هستند که در نوشته‌های پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شوند و در نوشتار یا گفتار رسمی کمتر با آنها مواجه می‌شویم. به عبارتی، در زبان اینترنتی دیده می‌شوند، اما مواردی نیز به گفتار راه یافته‌اند. در ادامه، به مواردی از این دست اشاره می‌کنیم.

۵-۳-۱ استفاده از صورت طنزآمیز- در این حالت، واژه‌ها به واژه‌هایی که به لحاظ آوایی شبیه واژه اصلی هستند تغییر می‌یابند؛ مانند خُجَل به جای خوشگل (خُجَل شدی)، بوخودا به جای به خدا، ابرفرض به جای ابالفصل، عِجْغم به جای عشقم، عجیجم و عسیسم به جای عزیزم.

۵-۳-۲ استفاده از گونه‌های زبانی غیررسمی، به‌خصوص زبان لاتی- باس به جای باید و بایست (زن باس آشین باشه)، واس به جای برای (واس ما شکلاتی).

۳-۳-۵ استفاده از مصدر برساخته و صرف آنها - مانند زنگیدن (بهت می‌زنم)، حرفیدن (بعداً می‌حرفیم)، می‌تلم (به معنی تلفن کردن)، هنگیدن. آنچه در اینجا قابل توجه است ساختن مصدرهای برساخته از واژه‌های انگلیسی همچون هنگیدن به معنی هنگ کردن است.

۴-۳-۵ استفاده از لهجه‌ها و گویش‌ها - برای مثال، در پیام‌های مربوط به استان گلستان می‌توان کلمه شون را، به جای اینا که در تهران رواج دارد، مشاهده کرد؛ مانند رفتیم خونه فرهادشون به جای خونه فرهاد اینا. همچنین کلمه تامام به جای تمام که از لهجه ترکی گرفته شده است.

۵-۳-۵ استفاده از واژه‌های غیرفارسی - مانند استفاده از مین (minute) به جای دقیقه (ی مین دیگه میام)، لفت (left) دادن به جای ترک کردن (من از این گروه لفت دادم). فالو کردن و آنفالو کردن (به معنی «پی‌خوانی کردن» و «عدم پی‌خوانی»). نکته اینکه فعل مرگب لفت دادن مختص زبان اینترنتی است و برآمده از بافت شبکه‌های اجتماعی است. در اینجا مشاهده می‌شود که در این زبان، گاه، با همکردهای فارسی فعل مرگب می‌سازند؛ مانند رل زدن به معنی «رابطه برقرار کردن» (realationship).

الگوهای فوق همگی، مواردی بودند که در بررسی متون و نوشته‌های کانال‌های سرگرمی و تفریحی و گروه دوستان مشاهده شده‌اند؛ اما در بررسی پیام‌های کانال‌های رسمی بسیار به‌ندرت به چنین مواردی برخورد کردیم. در واقع، کاربران این کانال‌های رسمی در نوشتن پیام‌های خود تلاش می‌کنند از دستورخط رسمی و بیان رسمی، که الگوی نوشتاری کتابی است، تبعیت کنند. گرچه همانند نوشته‌های دنیای واقعی این نوشته‌ها نیز نیاز به ویرایش‌های فنی دارند، اما در آنها شاهد الگوهای نوپوسی، شلخته‌نویسی، یا استفاده از زبان اینترنتی نیستیم و خلاقیت‌های نامانوسی در نوشته‌های آنها نمی‌بینیم.

۶ بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق مشاهده کردیم که تعداد زیادی الگوهای نوشتاری جدید در شبکه‌های اجتماعی به وجود آمده است که با معیارهای سنتی سابق همخوان نیستند و نوشتن

درون شبکه‌ای در تقابل با این پیش فرض زبان‌شناسی اجتماعی سنتی قرار دارد که، در آن، املا باثبات‌ترین ساختار زبان‌شناسی به شمار می‌رود (Androusoopoulos 2011: 151). اما شایان ذکر است که، براساس این پژوهش، تمام الگوهای نامأنوس ذکر شده، در کانال‌های سرگرمی و در گفتگوی دوستانه دیده می‌شود و در کانال‌های رسمی این موارد به ندرت مشاهده می‌گردد. در ارتباطات شبکه‌ای رسمی، شکل نوشته‌ها نیز به صورت رسمی و مطابق با هنجارهاست. یافته‌های این تحقیق مؤید برخی از یافته‌های پژوهش‌های دیگر است.

درباره یافته‌های این تحقیق دو نکته قابل طرح است: نخست اینکه بیشتر الگوهای به کار گرفته شده توسط کاربران صرفاً خلاقیت‌هایی در نوع نوشتن نیستند، بلکه راهبردهایی هستند که کاربران این پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی، برای رفع نیازهای گوناگون، به کار می‌گیرند. برخی راهبردها، راهبردهایی ارتباطی هستند برای بازنمایی لحن شوخی یا بیان احساس و جبران کمبودهای لحنی موجود در ارتباطات شفاهی و چهره‌به‌چهره از طریق افزودن حرف یا قلب حروف؛ و یا راهبردهایی هستند برای بازنمایی ویژگی‌های گفتار در نوشتار مثل قلب حروف و حذف یا اضافه کردن حروف، که از طریق این خلاقیت‌ها محقق می‌شوند؛ برخی نیز راهبردهایی برای حفظ اقتصاد زبانی و تسریع در انتقال پیام‌اند، مانند کوتاه‌نویسی و اختصار و راهکارهایی برای تسریع در پیام‌نویسی مثل استفاده از اعداد در کنار حروف یا استفاده نکردن از تنوین یا حذف حروف یا استفاده از یک حرف به جای یک واژه. در نهایت، راهبرد چهارم، فرار از فیلتر و نیز رفع استهجان با استفاده از جدانویسی و افزودن علامت بین حروف به‌ویژه در واژه‌های جنسی است. با مرور پژوهش‌های انجام شده به‌ویژه تحقیق آندروتسوپولوس (۲۰۱۱)، سه راهبرد اول در دیگر زبان‌ها نیز وجود دارد؛ آنچه وی ذیل سه مفهوم شفاهیت مفهومی، نشانه‌های جبران، و اقتصاد زبانی مقوله‌بندی می‌کند و معتقد است که نوآوری‌های نوشتار دیجیتال را می‌توان ذیل هر یک از این سه مقوله قرار داد. اما درباره راهبرد چهارم باید یادآوری کرد که به نظر می‌رسد، به دلیل نظام فیلترینگ در ایران، این راهبرد مختص زبان فارسی و مختص ایران باشد و در بررسی پژوهش‌های انجام شده چنین موردی در دیگر زبان‌ها ذکر نشده است. بنابراین، می‌توان در زبان فارسی

یک مقوله را به مقوله‌های آندروتسوپولوس تحت عنوان رفع فیلتر افزود، که در نوع خود بی‌نظیر است.

یافته دیگر این است که زبانی که در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها توسط کاربران فارسی استفاده می‌شود بیشتر شکل گفتاری دارد و انعکاسی است از ارتباطات کلامی شفاهی که به صورت مکتوب درمی‌آید؛ اما در همین نوع نوشته نیز تغییرات آوایی، صرفی و نحوی چندی دیده می‌شود. دیدن آنچه در کلام روزمره استفاده می‌شود در این شبکه‌ها غیرعادی نیست و آنچه در کلام گفته می‌شود به همان صورت در نوشته‌های شبکه‌های اجتماعی بازتاب می‌یابد؛ اما نکته اینجاست که این کلام شفاهی در نوشته اشکال عجیب و گاه نامأنوسی به خود می‌گیرد که با هنجارهای نوشتاری سابق هم‌خوانی ندارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های تاگلیامونته و دنیس (۲۰۰۸)، وری (۱۹۹۶)، هو و همکاران (۲۰۱۳) دالّ بر اینکه زبان استفاده‌شده در شبکه‌های اجتماعی بیشتر بازتاب شفاهی است، هم‌خوانی دارد. همچنین تکرار حروف و کشیدن کلمات برای بیان احساس و عواطف نیز با یافته‌های برودی و دیاکوپولوس (۲۰۱۱) همسان است. در مطالعه حاضر شاهد استفاده از لهجه‌های محلی نیز بودیم که با یافته‌های ایزنشتاین و همکاران (۲۰۰۱) و پالفریمن و الخلیل (۲۰۰۳) هماهنگی داشت. کاربران شبکه‌های اجتماعی، در بسیاری مواقع، از اختصارات برای بیان استفاده می‌کنند که می‌تواند دلایل زیادی داشته باشد؛ اما در حوزه زبان‌شناسی استفاده از اختصارات و کوتاه‌نویسی برای حفظ اقتصاد زبانی است، آنچنان که آندروتسوپولوس (۲۰۱۱) نیز در تحقیق خود به آن اشاره می‌کند.

زبان شبکه‌ای را، چنان‌که بسیاری معتقدند، نباید تهدیدی برای زبان دانست، بلکه باید به عنوان یک گونه زبانی جدید مورد مطالعه قرار گیرد و ویژگی‌های آن مشخص شود. این زبان، چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، تنها در بافت‌های غیررسمی استفاده می‌شود، اما در بافت‌های رسمی، افراد سعی می‌کنند مطابق با معیارهای رسمی پیش روند. مطالعه این زبان هم می‌تواند به حوزه ارتباطات در شناساندن خصوصیات اینترنت به طور عام و شبکه‌های اجتماعی به طور خاص کمک کند و هم می‌تواند به زبان‌شناسی در بحث

نوشتن‌های عامیانه یاری برساند. تحقیق حاضر تنها به بررسی الگوهای موجود پرداخته است و قدرت تبیین دلایل این گونه نوشتاری را ندارد. تحقیقات کیفی بیشتری لازم است تا بتوان از انگیزه‌های کاربران در انتخاب چنین سبکی از نوشتن آگاه شد. همچنین تحقیقاتی که، در آن، متغیرهای جمعیت‌شناختی نیز دخیل باشند، اطلاعات بسیار زیادی را در اختیار خواهد گذاشت. در ضمن، نباید فراموش کرد که بسیاری از سبک‌های زبان مخفی دوره‌ای هستند و پس از مدت کوتاهی کنار گذاشته می‌شود و شکل جدید رواج می‌یابد. بیشتر این نوشته‌ها به گفتار و زبان رسمی راه نمی‌یابند و در همان سطح غیررسمی باقی می‌مانند. کمتر ملاحظه می‌شود مردم در زبان روزمره و عادی خود آنها را به کار ببرند، چراکه بیشتر سبب سوء تفاهماتی خواهد شد.

منابع

- اصغری، فیروزه (۱۳۹۳)، «انگلیسیسم در فرانسه از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۲، ص ۱۴۹-۱۶۸.
- شهریاری فرد، آذین و علی چلمقانی (۱۳۹۲)، «زبان فارسی در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی»، مجموعه مقالات نخستین هم‌اندیشی زبان فارسی و اینترنت، به کوشش علی‌رضاقلی فامیان، تهران: نشر نویسه فارسی.
- عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۹۰)، «رویکرد دوفضایی به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی»، تهران: امیرکبیر.
- فکوهی، ناصر (۱۳۹۳)، مبانی انسان‌شناسی، تهران: نشر نی.
- محضری، آویشن و مرضیه چوپان‌زاده (۱۳۹۲)، «بررسی زبان‌شناختی پیامک‌های ۲ ختران فار ۳۰ زبان؛ زبان فارسی در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی»، مجموعه مقالات نخستین هم‌اندیشی زبان فارسی و اینترنت، به کوشش علی‌رضاقلی فامیان، تهران: نشر نویسه فارسی.
- Androutsopoulos, J. (2011), "Language Change and Digital Media: A Review of Conceptions and Evidence", *Standard Languages and Language Standards in a Changing Europe*, N. Coupland and T. Kristiansen (eds.), Oslo: Novus, pp. 145-159.
- Anis, J. (2007), "Neography: Unconventional Spelling in French SMS Text Messages", *The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication*

- Usage”, *Language TPRC*, doc, 9/5/01.
- HISMANOĞLU, S. (2010), “Telling ELT Tales out of School: Attitudes of L2 Teachers towards Internet-based Foreign Language Teaching”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, vol. 3, pp. 106-111.
- HU, Y., K. TALAMADUPULA and S. KAMBHAMPATI (2013), “Dude, Srsly?: The Surprisingly Formal Nature of Twitter’s Language”, *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, pp. 244-253.
- KOŽUH, I., M. HINTERMAIR and M. DEBEVC (2016), “Community Building among Deaf and Hard of Hearing People by Using Written Language on Social Networking Sites”, *Journal of Computers in Human Behavior*, vol. 65, pp. 295-307.
- MITRA, A. and E. WATTS (2002), “Theorizing Cyberspace: The Idea of Voice Applied to Internet Discourse”, *Journal of New Media & Society*, vol.4 (4), pp. 479-498.
- MOHAMMADI, N., V. GHORBANI and F. HAMIDI (2011), “Effects of E-learning on Language Learning”, *Procedia Computer Science*, vol. 3, pp. 464-468.
- NAAMAN, M., H. BECKER and L. GRAVANO (2011), “Hip and Trendy: Characterizing Emerging Trends on Twitter”, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 62 (5), pp. 902-918.
- NAZARYAN, A. and A. GRIDCHIN (2006), “The Influence of Internet on Language and ‘Email Stress’”, *Journal of Law and Politics*, vol. 4, No. 1, pp. 23-27.
- ORBE, M. P. (1998), “Constructing Co-cultural Theory: An Explication of Culture, Power, and Communication”, California: Sage Publications.
- PALFREYMAN, D. and M. AL KHALIL (2003), “A Funky Language for Teenzz to Use: Representing Gulf Arabic in Instant Messaging”, *Journal of Computer-Mediated Communication 9.1*, available at <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue1/palfreyman.html>.
- PIATA, A. (2016), “When Metaphor Becomes a Joke: Metaphor Journeys from Political Ads to Internet Memes”, *Journal of Pragmatics*, vol. 106, pp. 39-56.
- SENE-MONGABA, B. (2015), “The Making of Lingala Corpus: An Under-resourced Language and the Internet”, *7th International Conference on Corpus Linguistics: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 198, pp. 442-450.
- SHORTIS, T. (2009), “Revoicing Txt: Spelling, Vernacular Orthography and ‘Unregimented Writ-ing’”, *Connected Minds, Emerging Cultures: Cybercultures in Online Learning*, S. WHEELER (ed.), Charlotte, NC: IAP, pp. 225-246.
- STEWART, D. W. (2002), “From Consumer Response Active Consumer: Measuring the Effectiveness of Interactive Media”, *Journal of Marketing Science*, vol. 30 (4), pp. 376-369.
- TAQLIAMONTE, S. A. and D. DENIS (2008), “Linguistic Ruin? lol!: Instant Messaging and Teen Language”, *Journal of American Speech*, vol. 83, No. 1, pp. 3-34.
- TEO, H. H., Oh, L.B., Liu, C., Wei, K. K. (2003), An Empirical Study of the Effect of Interactivity on Web User Attitude, *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 58, pp. 281-305.

WERRY, C. C. (1996). "Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat", *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, C. HERRING (ed.), Amsterdam: John Benjamins, pp. 47-63.

