

سبک‌های نوشتاری توییت‌های انتقادی در میان کاربران ایرانی

نوشته

فاطمه‌سادات حسینی *

محمدسعید ذکایی **

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹

چکیده

با ظهور شبکه‌های اجتماعی در عصر جدید، نقش رسانه‌های قدیمی مانند تلویزیون و روزنامه کم‌رنگ‌تر از گذشته شده است و در فضای دموکراتیک و چندصدایی، این مردم هستند که جای رسانه‌های تک‌صدار را گرفته‌اند. انسان‌ها، نه تنها دیگر تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌های قدیمی قرار نمی‌گیرند، بلکه خود تولیدکننده پیام‌ها هستند. توییت، به عنوان یک شبکه اجتماعی، نشان‌دهنده عاملیت و ابرازگری است. توییت‌های انتقادی سبک نوشتاری به‌خصوصی دارند که آن‌ها را از متون سایر شبکه‌های اجتماعی متمایز می‌کند؛ سبکی که سبب جذابیت و تأثیرگذاری آن به کاربران در عرصه کنش‌ورزی سیاسی و انتقادی کمک شایانی کرده است. در این مقاله با استفاده از مکاتب مطالعات فرهنگی، فرمالیسم و روش نشانه‌شناسی، به دنبال شناسایی ویژگی‌ها و سبک‌های زبانی توییت‌های انتقادی، میان کاربران ایرانی هستیم. از ویژگی‌های مسلط سبک نوشتاری توییت‌ها، استفاده از بینامتنیت، پارودی، آرونی، تخیل، تشبیه و غیره بود. کاربرانی که توییت‌هایشان نشان می‌داد پیش‌زمینه‌ها و مطالعه‌های فراوانی دارند، ارجاعات بسیاری به متون دیگر داشتند؛ زبان طنز را انتخاب کرده و به تخیل و فانتزی علاقه‌مند هستند.

کلیدواژه: نشانه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، فرهنگ مقاومت، سبک، فرمالیسم.

* کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

fatemehh631@gmail.com

** استاد تمام گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

Saeed.zokaiei@gmail.com

مقدمه

تا پیش از ورود شبکه‌های اجتماعی به ایران و گسترش آن، فضای اغلب رسانه‌ها، فضایی تک‌صدا و تک‌آوایه بود. صدای قدرت از همه صداهای بیشتر به گوش می‌رسید، مردم از طریق تلویزیون، روزنامه و تارنماهای خبری، اخبار را دنبال می‌کردند که تک‌صدا و وابسته به قدرت بودند. بعد از گسترش شبکه‌های اجتماعی، به تدریج رسانه‌ها به دست مردم افتاد و فضای رسانه، به فضایی چندصدایی بدل شد. چندصدایی و دموکراتیک بودن این رسانه‌ها، سبب می‌شود که مردم بدون مانع و واژه، باورها و عقاید خودشان را مطرح کنند. شبکه‌های اجتماعی، جایی برای گفت‌وگو و تعامل افراد با یکدیگر است. هر یک از کاربران در این شبکه‌ها، اندیشه خود را با کاربران دیگر به اشتراک می‌گذارند و ابزار وجود می‌کند. توییت نیز، به عنوان یک شبکه اجتماعی، ظرفیت‌های بسیاری دارد و فضای آزادی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد؛ فضایی که کاربران در آن، امکان فرصت نوشتن و نقد کردن دارند. توییت، جایی برای مشارکت و کنشگری سیاسی و اجتماعی کاربرانی است که در آن با هر شرایطی، دغدغه‌هایشان را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و از این طریق، ذهن کاربران دیگر را با خود همراه می‌کنند و بر آنها تأثیر می‌گذارند. توییت به عنوان یک شبکه اجتماعی مردمی، فعالیت خود را از سال ۲۰۰۶ با همکاری "جک دورسی"^۱ آغاز کرد و به تدریج گسترش داد. طبق آمار تارنمای استات‌کانتر، در آگوست ۲۰۱۸، از کل جمعیت ایران ۱۳/۲۳ درصد عضو توییت بودند.

بیان مسئله

با وجود اینکه درصد کمی از افراد در توییت عضو هستند، اما این شبکه، یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین شبکه‌های اجتماعی در ایران است. یکی از صداهایی که در توییت ایران شنیده می‌شود و بر دیگر صداها غلبه دارد، صدای انتقاد و نارضایتی از وضع موجود و برخی از سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی رایج است. اغلب کسانی که از وضعیت موجود انتقاد دارند، انتقادهای نارضایتی‌هایشان را در توییت با کاربران دیگر به اشتراک می‌گذارند. مطالعه چگونگی و نحوه اعتراض‌های مردمی، در قالب توییت‌ها در چنین فضای انتقادی، مسئله قابل توجهی است. این مطالعه، به خصوص در فضای مکتب مطالعات فرهنگی، که قصد آن نیز مطالعه مقاومت‌های مردمی است، اهمیت بیشتری می‌یابد. بنابراین با یک فضای انتقادی روبه‌رو هستیم؛ که می‌توان صدای مقاومت و اعتراض مردم را در آن شنید و چگونگی بروز و بیان آن را مورد مطالعه قرار داد. کاربران توییت، قلم و بیان متفاوتی با سایر حوزه‌ها و رسانه‌های دیگر دارند؛ آنها برای تأثیرگذاری بیشتر توییت‌ها، به ابزارها و راهبردهای خاصی نیاز دارند. خود این موضوع، یعنی مطالعه سبک نوشتاری متفاوت این افراد، حوزه جدیدی را مطرح و ما را با سبک نوشتاری جدیدی در فضای

تویتر مواجه می‌کند که می‌توان از راه نقد ادبی و مکتب فرمالیسم، چگونگی و کیفیت این سبک نوشتاری را بررسی کرد. بنابراین، در عین اینکه با توییت‌هایی انتقادی روبرو هستیم که صدای انتقاد مردمی است، با موضوع دیگری، یعنی سبک نوشتاری به‌خصوص این توییت‌ها نیز، مواجه هستیم که هر دو موضوع مهمی برای این مقاله به‌شمار می‌رود.

متن محور بودن و محدودیت استفاده از واژگان در تویتر، سبب شده که کاربران در انتخاب و گزینش تک‌تک کلمه‌ها و عبارت‌ها، دقت و توجه بسیاری داشته باشند. کاربران تویتر، به‌تدریج با شیوه نوشتاری مخصوص خود، توانستند سبکی را بیافرینند که با ظرافت‌های ادبی و خلاقیت‌های هنری آغشته شده است. در این سبک، نقش کلمه‌ها و آرایه‌ها بسیار حیاتی است. تک‌تک کلمه‌ها، بار معنایی خاصی را بر دوش دارند. آنها در جای‌گذاری و استفاده از راهبردهای سبکی و آرایه‌های ادبی و همچنین چیدمان کلمه‌ها، مهارت خاصی دارند و بر ادبیات و متون دیگر نیز مسلط هستند، بنابراین، این توییت‌ها زبان غیرمستقیم و پیچیده‌ای دارند؛ چنین سبکی، به دلیل استفاده از آرایه‌ها و قالب‌های ادبی، معانی ضمنی و نهفته فراوانی را در خود پنهان کرده است. توییت‌های انتقادی را می‌توان فعالیت پنهان و زیرپوستی تلقی کرد که تأثیرهای خود را در فرایندی آهسته و تدریجی آشکار می‌کند؛ فرایندی که می‌تواند تأثیرهای به‌خصوصی بر فرهنگ سیاسی اجتماعی جامعه داشته باشد. می‌توان سبک نوشتاری این توییت‌های انتقادی را با استفاده از چارچوب نظری مکتب مطالعات فرهنگی، نظرات و روش‌های ساختگرایی، نشانه‌شناسی و فرمالیسم، مورد مطالعه و تحلیل قرار داد.

اهداف و ضرورت تحقیق

هدف اصلی این مقاله، تحلیل سبک نوشتاری کاربران منتقد سیاسی در فضای تویتر است. همان‌گونه که هدف اصلی مطالعات فرهنگی، مطالعه سبک خرده فرهنگ‌ها و مقاومت‌های مردمی است، در این مقاله هم قصد بر این است، سبکی را که این کاربران برای اعتراض انتخاب کرده و شکل داده‌اند، مورد تحلیل و مطالعه قرار دهیم. از طریق این تحلیل، می‌توان با فرهنگ سیاسی که در تویتر و میان کاربران آن وجود دارد، آشنا شد و شرایط و زمینه‌های سیاسی، اجتماعی جامعه‌ای را بررسی کرد که زمینه‌ساز شکل‌گیری این توییت‌ها شده‌اند. بنابراین، باید نسبت به چنین فضای حساس و انتقادی که در تویتر است، حساس بود و می‌توان آن را به اشکال مختلفی، به‌خصوص از رویکردی ادبی و فرمالیستی مورد توجه قرار داد؛ (همان‌گونه که در این مقاله سعی شده است). سؤال اصلی که می‌توان در این مقاله مطرح کرد، این است که کاربران انتقادی تویتر از چه سبک‌های نوشتاری‌ای برای نوشتن توییت‌ها و نقد فرهنگ سیاسی استفاده می‌کنند.

چارچوب‌های مفهومی

مطالعه تویتر، در سنت مطالعات فرهنگی و تحلیل گرایش مواجهه با ایدئولوژی‌های سیاسی، امکان

مناسبی را برای مطالعه خرده‌فرهنگ‌های سیاسی، اشکال جدید مشارکت‌های سیاسی و ارزیابی ارزش‌ها و مواضع سیاسی کاربران شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌سازد. متفکران مکتب مطالعات فرهنگی، صنایع فرهنگی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. صنایع فرهنگی شامل تمام محصولاتی است که تمدن صنعتی به وجود آورده؛ با محصولاتی همچون اینترنت، رایانه و سایر رسانه‌ها (مولانا، ۱۳۸۷: ۲۳). مطالعات فرهنگی، با اشاره به قدرت معناسازی و مقاومت مخاطب در برابر متون رسانه‌ای، مخاطبان را عنصری فعال و تعیین‌کننده در رخداد‌های ارتباطی و مصرف رسانه‌ای می‌داند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۶).

خرده‌فرهنگ‌های سیاسی، گاه با نقد و چالش فرهنگ سیاسی رسمی، به شکلی غیر مستقیم و از طریق سبک و در همان حال متمایز شدن از جریان اصلی یا حاکم، نوعی فرهنگ مقاومت را شکل می‌دهند که از نظر "دیک هبدیج"^۱ یک نظام نشانه‌ای است و می‌توان همچون نظام زبان آن را مورد مطالعه نشانه‌شناختی قرار داد. سبک از نظر هبدیج، گفتار و روش خلاقانه‌ای است که اصل وحدت و انسجام را به چالش می‌کشد و با ایدئولوژی تعارض دارند (سرافراز، ۱۳۸۹: ۱۱).

جان فیسک^۲، از نظریه‌پردازان مکتب مطالعات فرهنگی، مخاطبان رسانه‌ها را، نه به عنوان توده همسان و منفعل، بلکه مجموعه‌ای سیال، نامتجانس و خلاق تعریف می‌کند که در حال تغییر و جابه‌جایی هستند و در مقوله‌های ایستای اجتماعی نمی‌گنجند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۳۱). کاستلز نیز، در نظریه "جامعه شبکه‌ای" خود، بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی، در شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و تحول‌ها و انقلاب‌های سیاسی تأکید و به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۷).

از طریق نشانه‌شناسی سبک نوشتاری کاربران توییتر، می‌توان به معانی ضمنی و مستتر توبیت‌ها، با فرهنگ، قراردادها و قوانینی که کاربران میان خودشان ایجاد کرده‌اند، و همچنین فرهنگ سیاسی، اجتماعی جامعه‌ای دست یافت که متن درون آن متولد شده است. به نظر سوسور، هر نشانه زبانی، استوار بر قرارداد است. منظور سوسور از قراردادی بودن زبان، آن است که زبان، نظامی رمزی است که اجتماع خاصی بر سر قراردادهای آن توافق کرده‌اند، تا از این رهگذر، ارتباط امکان‌پذیر باشد (وبستر، ۱۳۸۲: ۵۸). بنابراین نشانه‌شناسی، یعنی کشف رمزگان‌هایی که کاربران میان خودشان بر آن‌ها توافق کرده‌اند. نشانه‌شناس از طریق تحلیل نشانه‌ها، باید در پی توصیف نظام و شرایطی باشد که متن در آن متولد شده است (کالر، ۱۳۹۳: ۱۸). نشانه‌شناسان برای تحلیل و نشانه‌شناسی متون، ارتباط میان اجزای متن را در نظر می‌گرفتند و سعی می‌کردند تک‌تک اجزای متن را در نظر بگیرند؛ چراکه از ارتباط یک کلمه با کلمه‌های دیگر متن، می‌توان معنای نهفته در هر متن را فهمید. توجه به کلمه‌های متن و ارتباط آنها با یکدیگر، ناچار ما را به سمت فرمالیسم می‌کشاند.

1. Richard Dic Hebdige

2. John Fiske

فرمالیست‌ها، مشخصه‌های صوری متن را مطالعه می‌کردند. وظیفه آن‌ها بیرون کشیدن ویژگی‌های صوری متن، برای رسیدن به معنای نهفته در آن است. فرمالیست‌ها به متون طنز، بدیع و هنجارشکن علاقه‌مند بودند؛ متونی که فرایند عادی‌سازی را قطع کند و قراردادهای موجود را زیر سؤال ببرد. آنها در یک متن، به دنبال شگردهای زبانی همچون ایجاز، تشبیه، کنایه، حس آمیزی، تعلیق، نوآوری‌های واژگانی و طنز بودند (احمدی، ۱۳۷۱: ۶۰).

تویبتر، به عنوان فضایی چندصدا و گفت‌وگو محور و نیز شبکه‌ای که در آن بیشتر متونی انتقادی تولید می‌شود که بیانی طنز و گروتسک دارد، به ناچار ما را به سمت آرای باختین^۲ رهنمون می‌کند. گروتسک، مفهوم، فن یا سبکی در هنر و ادبیات است که در آن ادیب یا هنرمند تلاش می‌کند دو حس ناسازگار ترس (دلهره و انزجار) و خنده (طنز و مطایبه) را، هم‌زمان به مخاطب خویش القا کند. این مفهوم، امروزه توصیف‌کننده دنیای پریشان و از خود بیگانه است؛ یعنی دیدن دنیای آشنا از چشم‌اندازی بس عجیب که آن را ترسناک و مضحک جلوه می‌دهد. بارزترین ویژگی‌هایی که یک اثر گروتسک را می‌سازد، عبارت است از: ناهماهنگی، افراط، اغراق، نابهنجاری و خنده‌آوری و ترسناکی. (تسلیم جهرمی و طالبیان، ۱۳۹۰: ۱). هر چیز تحریف شده، زشت، غیرعادی، خیالی یا باورنکردنی را گروتسک می‌گویند. نویسندگان طنزپرداز، ضمن دادن تصویر هجوآمیزی از جهت‌های زشت و منفی و ناجور زندگی، معایب و مفساد جامعه و حقایق تلخ اجتماعی را، به صورت اغراق آمیز، یعنی زشت‌تر و بدتر از آنچه هست، نمایش می‌دهند تا تضاد عمیق وضع موجود با اندیشه یک زندگی عادی و معمولی آشکار شود (فرقانی و سیاسی، ۱۳۹۶: ۶).

باختین، به متونی علاقه‌مند بود که برخلاف ایدئولوژی و فرهنگ رسمی نوشته شود و سلطه را به چالش بکشد. باختین به اینکه زبان چگونه قدرت را از هم می‌گسلد و صداهای دیگر را آزاد می‌کند، توجه نشان می‌داد (سلدن، ۱۳۷۲: ۳۶). از نظر باختین، زبان سراسر چندآوایه است؛ زبان نشانه همزیستی تناقضات اجتماعی و ایدئولوژیک میان حال و گذشته، میان گروه‌های اجتماعی مختلف در زمان حال، میان گرایش‌ها، مکتب‌ها، محفل‌ها است (باختین، ۱۹۸۴: ۲۹۱). قدرت، همواره در تلاش برای سرپوش گذاشتن بر جنبه گفت‌وگو محور و چندصدایی متون خواهد بود (همان، ۱۹۸۶: ۲۳). در ادبیات کارناوالی باختین، سانسورهای اجتماعی به حداقل و در مقابل آن، گفت‌وگو به حداکثر می‌رسد. افراد، بدون توجه به تفاوت‌های اجتماعی، در وضعیت و شرایطی برابر گفت‌وگو می‌کنند (نامور، ۱۳۹۰: ۹۹). متون کارناوالی، هر چیز مقتدر، سفت و سخت یا جدی را واژگون، سست و مسخره می‌کنند.

یکی از مشهورترین تحلیل‌های نشانه‌شناختی از رسانه‌ها، مطالعه‌ها و اسطوره‌شناسی‌های بارت است. بارت، رویکردی ضدسرمایه‌داری داشت و درصدد این بود که رد پای ایدئولوژی‌های

1. Grotisque
2. Bakhtin

سرمایه‌داری و بورژوازی را از پدیده‌های مدرن، به‌خصوص رسانه‌های وابسته به قدرت کشف کند و با استفاده از نشانه‌شناسی نشان دهد، پشت تمام پدیده‌های مرتبط با توده‌ها و افراد عادی، (تلویزیون، مجله‌ها، مد و غیره) منافع سرمایه‌داری نهفته است. او، فرایندهای معنی‌بخشی را تحلیل کرد، که به وسیله آن‌ها طبقه بورژوا، فرهنگ تاریخی و طبقه‌ای خود را به طبیعت جهانی تحمیل می‌کردند (بارت، ۱۹۸۸: ۵). در این مقاله، با استفاده از نشانه‌شناسی بارت، به جای تحلیل رسانه‌های وابسته به قدرت، متون انتقادی کاربران شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

بارت اعتقاد داشت، ایدئولوژی‌های مسلط قصد دارند، بعضی از دال‌ها و نشانه‌ها را مقدس جلوه دهند. او با اسطوره‌زدایی، تقدس این نشانه‌ها را به چالش کشید. بارت اعتقاد دارد که وظیفه اسطوره‌شناس، آشکار کردن تحریف ایجادشده و کشف معنای پیام است. بنابراین، عدم تبیینی میان پیام اولیه (معنای صریح) و پیام ثانویه (معنای ضمنی) وجود دارد که بایستی کشف شود (اباذری، ۱۳۸۰: ۱۷۰). بارت از معنای صریح فراتر می‌رفت، تا به معنای ضمنی نشانه‌ها دست یابد (استریناتی، ۱۳۸۸: ۱۶۲). برای این کار آرایه‌ها را از متن بیرون می‌کشد و گره‌گشایی می‌کرد تا بتواند تحلیل دقیقی از متن ارائه کند (سمنکو، ۱۳۹۵: ۹۸).

آشنایی با مبانی و رویکردهای نظریه و نقد ادبی و معیارهایی که متفکران این مکاتب، مانند نشانه‌شناسان و فرمالیست‌ها، برای متون ادبی شمرده‌اند، برای تحلیل توییت‌ها، ابزار مناسبی در اختیار تحلیل‌گر قرار می‌دهد. همچنین، آشنایی با مفاهیم و تحلیل‌هایی که در حوزه فرهنگ عامه و سبک‌های خرده‌فرهنگی توسط متفکران مکتب مطالعات فرهنگی طرح شده‌اند، حساسیت‌های نظری مفیدی را در اختیار قرار می‌دهد و برای فهم خرده‌فرهنگ‌های انتقادی شکل گرفته در فضای توییت مفید است. به این ترتیب، اساس و مبانی مفهومی این پژوهش، بر تلاقی و بهره‌گیری از آراء و مفاهیم سنت نقد ادبی، مطالعات فرهنگی و مطالعات فرهنگ مجازی و دیجیتال استوار است و انتظار می‌رود چارچوب فوق، ابزار تحلیلی و توضیحی مناسبی را برای درک منطق و میدان عمل کاربران ایرانی این فضا مهیا سازد.

پیشینه تحقیق

در این سال‌ها، تحقیق‌های جدیدی درباره شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص توییت، انجام شده است؛ اما موردی نمی‌توان پیدا کرد که در آن، توییت‌ها را به صورت موردی با رویکرد ادبی و فرمالیستی مورد تحلیل کیفی قرار داده و درصدد مطالعه سبک نوشتاری این شبکه‌ها باشند. بیشتر این پژوهش‌ها، نسبت به شبکه‌های اجتماعی، رویکردی آسیب‌شناسانه دارند، یا فقط به صورت کمی، مصرف‌کنندگان یا کاربران این شبکه‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند.

پل لوینسون در یک پژوهش، فرایند تغییر شکل و تحول‌های رسانه‌های اجتماعی را از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ مورد مطالعه قرار داده که در آن، به تدریج مصرف‌کنندگان شبکه‌هایی همچون

توییت‌ر، فیس‌بوک و یوتیوب به تولیدکنندگانی تبدیل شده‌اند، که برخلاف رسانه‌های قدیمی خود، محتوا و متن تولید می‌کنند. در این تحقیق، او آثار مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی را مورد تحلیل قرار داده و به اهمیت آن، به‌خصوص بر توییت‌ر، تأکید زیادی کرده است. او اعتقاد دارد که توییت‌ر، اهمیت فراوانی در کار، سرگرمی و زندگی افراد دارد. توییت‌ها بی‌شک، آغاز نقشی است که آن‌ها در سال‌های پیش‌رو، در جهان خواهند داشت (لونیسون، ۲۰۱۲).

جواد افتاده، در پژوهشی سعی کرده به این سوال پاسخ دهد که رسانه‌های اجتماعی چگونه کار می‌کنند؟ برای این کار، به سراغ تحلیل توییت‌ر (کاربران توییت‌ر فارسی) رفته است. او در این تحقیق، ضمن مرور نظریه‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی به تولید ادبیات، دربارهٔ چیستی، تاریخچه، انواع، نقش‌ها، ویژگی‌ها، کمپین، بازاریابی، مدل‌های درآمدی و غیره رسانه‌های اجتماعی پرداخته است. افتاده، نتیجه می‌گیرد که همبستگی اجتماعی و انسجام در کاربران فارسی توییت‌ر بالا است. سرمایه اجتماعی بالایی نیز در شبکه وجود دارد. بنابراین افراد از حمایت بیشتری در شبکه برخوردار هستند. هم‌ریختی اجتماعی نیز، در این شبکه میزان بالایی را دارد که نشان می‌دهد، افرادی با طبقه اجتماعی، ثروت و مقام مشابه، احتمال بیشتری دارد که اتفاقی، با یکدیگر معاشرت کنند و همراه شوند (افتاده، ۱۳۹۲).

روزبهرانی در یک پژوهش، به نقش ترندهای توییت‌ر بر برجسته‌سازی موضوع‌ها، نزد افکار عمومی دانشجویان دانشگاه‌های تهران می‌پردازد. او با انتخاب برخی از هشتگ‌هایی که ترند توییت‌ر شده‌اند و با روش پیمایشی، تأثیر آن هشتگ‌ها را بر ۳۹۹ دانشجوی دانشگاه‌های تهران مورد بررسی قرار داده است. نتایج این تحقیق مشخص کرد، دانشجویانی که بیشتر از توییت‌ر استفاده می‌کنند؛ بیشتر مردان، کمتر مذهبی و بیشتر سیاسی هستند. او به این نتیجه رسید که توییت‌ر، همچون رسانه‌های ارتباط جمعی، می‌تواند مشخص کند که دانشجویان دربارهٔ چه چیزی فکر کنند، یا به عبارت دیگر موضوع‌های خاصی را در افکار آنان برجسته کند؛ اما تأثیر آن، محدود به دانشجویانی با ویژگی‌های خاص و همچنین با شروطی از جمله، همراهی سایر رسانه‌ها با ترند توییت‌ر است (روزبهرانی، ۱۳۹۸).

روش تحقیق

این مقاله، بر اساس یک رویکرد چندروشی شکل گرفته است، که هم به سویه‌های نشانه‌شناختی و هم به روش‌های فرمالیستی نظر دارد. ترکیب این دو، بهترین روشی بود که می‌توانستیم چگونگی سبک نوشتاری توییت‌ها را تحلیل کنیم. در حقیقت فرمالیسم، ابزارها و معیارهای عملی را در اختیار نشانه‌شناسان قرار می‌دهد که به کمک آن می‌توانند متنی را مورد مطالعه قرار دهند. از آنجایی که، اطلاعات در توییت‌ر به صورت متن است و تنها کار ضروری، گردآوری و گزینش

صحیح و تحلیل آن‌هاست؛ نشانه‌شناسی و نقد ادبی، بهترین روشی است که می‌توان از طریق آن شبکه‌های اجتماعی را مورد مطالعه قرار داد، کلمه‌ها و جزئیات توییت‌ها را بیرون کشید، گره‌ها و پیچیدگی‌های آن را کشف کرد، به معنای ضمنی پشت متون رسید و در نهایت به قراردادهایی دست پیدا کرد که کاربران میان خود به وجود آورده‌اند (سبک نوشتاری) و همچنین به فرهنگ سیاسی و اجتماعی که در توییت حاکم است، پی‌برد.

همان‌گونه که بارت در روش نشانه‌شناسی خود، جزئیات متن را بیرون می‌کشد و معانی صریح را از معانی ضمنی جدا می‌کند، در این مقاله نیز، با بیرون کشیدن جزئیات توییت‌ها، کشف آرایه‌ها، ارجاعات و تمهیدات ادبی که در آن به کار رفته، می‌توان به غیر از دستیابی به معنای صریح توییت‌ها، به معنای ضمنی مستتر در آن نیز دست یافت و نقد و اعتراضی را که کاربران در توییت با استفاده از سبک خاص و تمهیدات ادبی کرده بودند، دریافت. باید توجه کرد که بارت، به غیر از روش نشانه‌شناسی، نگاهی هم به معیارهای فرمالیستی داشت؛ برای مثال به استعاره، تشبیه، بینامتنیت، خلاقیت ادبی، توجه و از آن‌ها گره‌گشایی می‌کرد و از طریق همین گره‌گشایی به معنای ضمنی درون توییت‌ها دست پیدا می‌کرد.

بنابراین وقتی گفته می‌شود روش به کار گرفته شده در این مقاله، هم سویه‌هایی نشانه‌شناختی و هم فرمالیستی دارد، منظور همین است. اگر در خوانش ابتدایی، توییتی نامفهوم بود، باید بینامتنیت یا استعاره یا هر تمهید ادبی دیگر را کشف کرد و توییت را بار دیگر خواند، تا به خوانش ضمنی توییت و مقصود کاربر از آن، دست پیدا کرد؛ برای مثال اگر توییت با یک بینامتنیت به صورت ضمنی، به حادثه یا جمله‌ای شناخته شده در خارج از متن ارجاع می‌دهد، باید آن حادثه یا جمله‌ای را که در توییت به صورت صریح بیان نشده، شرح داد، تا ارتباط بین آن و توییت مشخص شود. حال اگر توییت را بار دیگر بخوانیم، گره متن رفع و متوجه معنای ضمنی توییت خواهیم شد. ضمن اتخاذ نگاهی فرمالیستی به توییت‌ها، باید به شرایط اجتماعی و تاریخی هم که توییت در آن نوشته شده، توجه کرد. برای مثال، اگر توییتی در اوج بحران اقتصادی سال ۱۳۹۷ نوشته شده، آن را در تحلیل بگنجانیم؛ این فرایند تحلیلی در تمام توییت‌ها، انجام شده که بخشی از آن در قسمت یافته‌های مقاله آورده شده است.

توییت‌های مورد مطالعه ما، چند معیار داشتند: ۱. نوشتاری و متن محور باشند. ۲. سویه انتقادی داشته باشند؛ یعنی طراحان آن‌ها، به عنوان نیروهای مرکزگریز، قصد به چالش کشیدن قدرت و ایدئولوژی مسلط را داشته باشند. ۳. توییت‌هایی که پیچیده باشند و با استفاده از تمهیدات و آرایه‌های ادبی، منظور خود را ضمنی و غیرمستقیم بیان کنند.

بر اساس طرح کلی نمونه‌گیری، توییت‌های بیست نفر از کاربران، در سال ۱۳۹۷ به صورت غیر تصادفی و کاملاً انتخابی، مورد مطالعه قرار گرفته است. شیوه شناسایی و انتخاب این بیست کاربر، ارجاع به ری توییت‌ها و توییت‌های موردپسند تعدادی از کاربرانی است که دارای این سبک

نوشتاری بودند. با این تکنیک، به تدریج بر شمار کاربرانی که باید تویت‌هایشان مورد مطالعه قرار می‌گرفت، افزوده شد؛ در نهایت بیست نفر از کاربرانی انتخاب شدند که سبک نوشتاری‌شان، با سبک مورد نظر این تحقیق شباهت داشت. به صفحه آنها رفتیم و بهترین تویت‌هایشان را جمع‌آوری کردیم؛ در کل ۱۲۰ تویت را مورد مطالعه قرار دادیم. از طریق یک تحلیل نشانه‌شناختی و فرمالیستی، به تمام اجزای تشکیل دهنده و فرم و صورت متن توجه کرده، آرایه‌ها، پیچیدگی‌ها، ابداعات هنری آن‌ها را گره‌گشایی کردیم و به معانی ضمنی پشت تویت‌ها دست یافتیم. تویت‌های تحلیل شده را، بر اساس پانزده ویژگی صوری و آرایه ادبی، که از همه شاخص‌تر بودند، دسته‌بندی کردیم. به علت کمبود فضا نمی‌توان تمام آن ۱۲۰ تویت را در این مقاله گنجانید، بنابراین در ادامه، فقط ۱۱ تویت آورده شده، که نشان‌دهنده چهار مورد از ویژگی‌های صوری مورد مطالعه ما است. این ۱۱ تویت، به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که بتوان در هر تویت به جای یک آرایه ادبی، چند آرایه را تحلیل کرد تا نماینده بهتر و گویاتری از سایر تویت‌هایی باشند که این مقاله گنجایش اضافه کردن آن‌ها را نداشت؛ برای مثال می‌توان در یک تویت هم‌زمان بینامتنیت، استعاره و طنز را مورد مطالعه قرار داد. روشن است، نتایجی هم که در انتهای مقاله آورده شده، بر اساس مطالعه همه ۱۲۰ تویت انتخاب شده است و فقط منحصر به این ۱۱ تویت نیست.

در مورد روایی این پژوهش، می‌توان گفت که تمام تویت‌ها مطابق با واقعیت، یعنی به همان صورتی آمده است که کاربران، در صفحه تویت خود منتشر کرده‌اند. نام کاربری و تاریخ روزی که آن را در صفحه خود منتشر کرده‌اند، در تک‌تک یافته‌ها، آورده شده است. سبک به‌خصوصی را که این مقاله به دنبال مطالعه و تحلیل آن است، می‌توان به کاربران انتقادی تویت تعمیم داد؛ اما اگر دقیق‌تر بنگریم متوجه خواهیم شد، در عین اینکه کاربران از این سبک در نوشتار تویت‌ها استفاده می‌کنند، هر کاربر با توجه به تجربه‌ها، مطالعات و اطلاعاتی که دارد، روش نوشتاری خاصی دارد، برای مثال کاربری در واکنش به مسئله‌ای مانند رانت اطلاعاتی، از تشبیه استفاده می‌کند و کاربر دیگری برای زیر سوال بردن این مسئله از گروتسک استفاده می‌کند؛ اما تمام این روش‌ها را می‌توان در قالب یک سبک نوشتاری گرد آورد؛ به صورتی که کاربران، با سبک نوشتاری تویت‌های یکدیگر آشنا هستند و آن‌ها را درک می‌کنند. بنابراین شاهد اشتراک و تشابهی میان سبک نوشتاری انتقادی تویت‌ها، میان کاربران هستیم و این ویژگی‌ها را می‌توان به سبک نوشتاری آنها تعمیم داد. در مورد پایایی پژوهش باید گفت، اگر معیارها و روش‌های نشانه‌شناختی که در این مقاله به کار گرفته شده، در اختیار پژوهشگر کیفی نگر دیگری قرار می‌گرفت، نتیجه تحلیل تویت‌ها تا حدودی به یکدیگر شباهت داشت؛ اما باید دانست در روش کیفی، به‌خصوص در حوزه نقد ادبی، هیچ‌گاه کار دو منتقد ادبی یا فرمالیستی مشابه یکدیگر نمی‌شوند. تحلیل‌گران یا منتقدان، با توجه به تجربه‌ها، مطالعه‌ها و دانسته‌های شخصی‌شان، هر یک روش تحلیل و مطالعه خاص خود را دارند.

یافته‌های تحقیق

بینامتنیت

یکی از ویژگی‌هایی که حضور محسوسی در بیشتر توییت‌ها داشت، بینامتنیت بود. بینامتنیت در متن، شامل اشاره‌ها و ارجاع‌هایی به زمینه‌ها و بافت‌های فرهنگی، اجتماعی، از پیش نوشته‌ها، از پیش خواننده‌ها، و نیز ارجاع‌هایی به ادبیات، رویدادهای اخیر یا اسبق فرهنگی است (گراهام، ۱۳۸۰: ۳۹). متن‌ها در عمل، از شخصیت‌ها، رویدادها، درون‌مایه‌ها و ابزارهای سبک‌شناختی موجود در متون پیش از خود استفاده می‌کنند و به آن‌ها ارجاع می‌دهند (تودوروف، ۱۳۷۷: ۱۰۱). نویسنده به جای اینکه ماجرای را به صورت کامل در متن بیاورد، فقط کلمه‌ای از یک رویداد یا متنی را بیان کرده و مابقی را به عهده مخاطب می‌گذارد؛ مخاطب پس از ارجاع به آن کلمه، معنای نهفته در توییت را درک می‌کند و متوجه معنای ضمنی آن می‌شود.

چه زود اینتراستالر شدیم. البته ما فقط اونجایی تو فیلم هستیم که خشکسالی می‌شه. ریزگرد میره تو حلقمون و مزارعمون آفت می‌زنه. وگر نه کسی ما رو سوار سفینه نمی‌کنه (amadi، ۸ تیر).

مؤلف در این توییت، با استفاده از بینامتنیت، مخاطبانش را به فیلم میان‌ستاره‌ای^۱ "کریستوفر نولان" ارجاع می‌دهد. خواننده، برای درک این بینامتنیت، باید این فیلم را دیده باشد، یعنی این فیلم، پیش‌زمینه‌اش قرار می‌گیرد؛ سوادى که به او این فرصت را می‌دهد، تا بتواند این توییت یا هر متنی را که به هر صورتی به این فیلم مربوط است، درک کند. مؤلف با زبانی طنز، وضعیت ایران را به این فیلم تشبیه می‌کند. اگر فرد این فیلم را دیده باشد، می‌داند که فیلم به دو بخش کاملاً متمایز تقسیم می‌شود، بخش اول که مربوط است به خشکسالی، وقوع طوفان‌های شن و ریزگردها که زندگی و کشاورزی اهالی منطقه را مختل کرده است و بخش دوم که قهرمان داستان از طرف سازمان فضایی با سفینه به یک سفر چندساله به سوی سیاره‌های دیگر می‌رود، تا جایی را برای زندگی انتخاب کند؛ چراکه زندگی در زمین، با شرایطی که در بخش اول فیلم نشان داده شد، دیگر امکان‌پذیر نیست. بخش دوم فیلم، شاهد وضعیت بهتر و مطلوبی هستیم، که در قسمت اول وجود نداشت. مؤلف، ابتدا ایران را به این فیلم تشبیه می‌کند. اما با بازخوانی توییت متوجه می‌شویم که او به صورت آیرونیک و طنز بیان می‌کند که ایران شبیه بخش اول فیلم است؛ یعنی همان طوفان‌های شن و حمله ریزگردها که زندگی را مختل کرده بود؛ یعنی ایران هیچ شباهتی با قسمت دوم فیلم، یعنی بخش مطلوب فیلم، ندارد. مؤلف، برخلاف تصور مخاطبانش عمل کرده است، او با این تشبیه، وضعیت نامناسب زندگی در ایران را، به وضعیت نامناسب فیلم، که با خشکسالی و ریزگرد و مختل شدن زندگی همراه بود، مقایسه می‌کند و قصد دارد وضعیت موجود را مورد انتقاد قرار دهد.

سردر شبکه خبر با خط نستعلیق نوشته، آسوده بخوابید، شهر در امن و امان است (علی رمضان، ۳۱ شهریور).

مؤلف در بخش دوم این توییت، با استفاده از بینامتنیت، به جمله معروف "محمدرضا پهلوی" اشاره می‌کند، که هنگام برگزاری جشن‌های ۲۵۰۰ ساله، خطاب به "کوروش" گفته بود. مؤلف سعی می‌کند، به طرز خنده‌داری، این جمله را در مورد شبکه خبر صداوسیما به کار گیرد و به آن مرتبط کند. شاه در این سخنرانی، خطاب به کوروش گفته بود: «کوروش! آسوده بخواب، زیرا که ما بیداریم»؛ حال مؤلف به وسیله یک خیال‌پردازی، تصور می‌کند سردر شبکه خبر این جمله را خطاب به مردم نوشته‌اند، مردم آسوده بخوابند، زیرا شهر در امن و امان است؛ دروغی است که فقط شبکه خبر می‌تواند آن را بگوید. در حقیقت، شهر در امن و امان نیست و این جمله در بستر اجتماعی و تاریخی که نوشته شده، آبرونیک محسوب می‌شود. زمانی که مؤلف این توییت را می‌نوشت، مصادف بود با اوج تورم و بحران اقتصادی و پس از آن اعتراضات مردمی، نسبت به وضعیت نامناسب اقتصادی؛ بنابراین شهر، در امن و امان نبود. مؤلف با استفاده از زبانی آبرونیک، قصد دارد دروغ و تحریفاتی را برملا کند که رسانه ملی منتشر می‌کند. او در این توییت، با ظرافت، از آرایه تشبیه استفاده می‌کند؛ شاه نیز این جمله را زمانی گفت، که نابرابری و گرانی در جامعه بیداد می‌کرد و او وانمود می‌کرد که شهر در امن و امان است. مؤلف، سخن دورغین شاه را، به عمل و حرکت رسانه ملی، در بازتاب اخبار، تشبیه کرده و سعی می‌کند این را بگوید که هر دو، یک عمل را انجام می‌دهند و هر دو به مردم دروغ می‌گویند و اوضاع به صورتی که آنها می‌گویند، نیست! مؤلف، با زبانی طنز و به صورت غیر مستقیم، به این اشاره می‌کند که شبکه خبر و سایر شبکه‌های رسانه ملی در گزارش‌ها و اخبارها، حقیقت را نشان نمی‌دهند. مؤلف، با این آشنایی‌زدایی از شبکه خبر و افشای حقایق پشت پرده، قصد دارد آن را مورد انتقاد و تمسخر قرار دهد.

سوهان حاج اکبر واتیکانی و پسران (جبین‌شناس، ۲۹ فروردین).

در خوانش ابتدایی این توییت، شاید متوجه معنای اصلی این توییت نشویم و این سؤال به وجود بیاید که "حاج اکبر" سوهان فروش چه ارتباطی با "واتیکان" دارد. مؤلف چه معنای ضمنی را قصد دارد به مخاطبانش منتقل کند؟ برای گشودن این پیچیدگی، باید بینامتنیتی را پیدا کنیم، که مؤلف با مهارت در توییت قرار داده است. او مخاطبانش را، به خبری ارجاع می‌دهد که آن روزها به موضوع داغ توییت تبدیل شده بود. ماجرا از این قرار بود که مدرسی یکی از مدارس مذهبی در قم، در نوشته‌ای پیشنهاد داده بود تا قم نیز مانند واتیکان به کشوری مستقل تبدیل شود. با ارجاع به این خبر، می‌توان ارتباطی را که میان واتیکان و قم در این توییت وجود دارد، یافت. مؤلف از فرم و ظاهر نام سوهان‌فروشی‌های قمی استفاده می‌کند و در خیالش، یک سوهان‌فروشی می‌سازد. نام بیشتر سوهان‌فروشی‌های قمی، نام مؤسس است به علاوه پسرانش؛ مثلاً حاج حسین فروغی و پسران. مؤلف با زیرکی و ظرافت، به جای نام خانوادگی حاج اکبر، واتیکانی را قرار می‌دهد تا با این

بینامتنیت، به آن سخن اشاره کند و آن را مورد انتقاد و تمسخر قرار دهد و با قلم و بیانی که دارد، توانسته‌گوینده این خبر را به چالش بکشانند.

نویسنده با به کار بردن بینامتنیت، حرف‌هایی را که نمی‌تواند بیان کند، یا بیان آن‌ها در محیط محدود توییت‌ر نمی‌گنجد؛ آشکار می‌کند. در حقیقت، بینامتنیت از ابزارهای ایجاز است. بیشترین استفاده‌ای که کاربران از بینامتنیت داشتند، اشاره و ارجاع به برخی از سخنان مسئولان بود. مؤلفان، به کلمه‌های کلیدی یک خبر، یا واقعه‌ای اشاره می‌کنند، که حاشیه‌های زیادی به وجود آورده و از این طریق، نسبت به آن رویداد واکنش نشان می‌دهند؛ واکنشی که نسبت به ایدئولوژی مسلط، سوییۀ انتقادی دارد. بنابراین در بینامتنیت، چیز زیادی در لفظ نمی‌آید، پشت همان الفاظ و کلمه‌های اندک، معانی ضمنی بسیاری وجود دارند.

پارودی

پارودی، نمایانگر نقل قول همراه با دستکاری آگاهانه‌ای از یک متن یا یک سبک ادبی است (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۱۰۵). پارودی، تقلید ساختار و فرم جمله یا متنی آشنا است، به نحوی که مخاطب با خواندن متن پارودیک، به یاد جمله‌ای آشنا بیفتد. پارودی، هنگامی به خوبی فهمیده می‌شود که مخاطب با آنچه مورد تقلید قرار گرفته، آشنا باشد.

به خانه‌ی من اگر آمدی، برایم دوام بیاور. خیلی وقته تموم کردیم خلاصه #دوام - می‌آوریم (نعیم، ۳ آذر).

مؤلف در این توییت با خلاقیت، شعر "فرخزاد" را به صورت پارودیک، به سخنان یکی از وزرای دولت فعلی (دولت دوازدهم) مرتبط می‌کند. او سعی می‌کند با تقلید مسخره‌آمیزی، شعر فروغ را تغییر دهد و با جابه‌جایی کلمه‌ها، آن را در جهت بیان اعتراض خود از وضع موجود به کار گیرد. اصل این شعر چنین است: «اگر به خانه من آمدی برایم ای مهربان چراغ بیاور» مؤلف به جای کلمه "چراغ"، "دوام" را قرار داده است. کلمه "دوام" مخاطب را به یکی از سخنان وزیر امور خارجه فعلی (دولت دوازدهم) ارجاع می‌دهد؛ وزیر مربوطه، در مصاحبه‌ای از مقاومت مردم ایران در برابر تحریم گفت و این را اضافه کرد که «ما در برابر تحریم‌ها دوام می‌آوریم». بعد از منتشر شدن این خبر، بلافاصله واکنش‌های زیادی در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت و کاربران عصبانیت‌شان را با هشتک‌های "#دوام می‌آوریم"، نشان دادند. در وضعیت دشوار اقتصادی، گفتن دوام می‌آوریم از زبان یک وزیر، برای کاربران غیر قابل تحمل بود. با اینکه وزیر، نمی‌تواند زندگی انسان‌های ضعیف یا حتی متوسط جامعه را درک کند، برای جمله‌اش از فعل جمع استفاده می‌کند و خود را میان جمعیتی قرار می‌دهد که باید مقابل تحریم‌ها دوام بیاورند؛ در صورتی که این مردم هستند که فشارهای زندگی، مانع دوام و مقاومت آنها در برابر تحریم‌ها می‌شود. کاربران توییت‌ر، مقابل این سخن، سعی می‌کردند به هر صورتی که ممکن است آن را زیر سؤال ببرند. این

مؤلف نیز، با استفاده از پارودی و استعاره، سعی کرده واکنشی علیه سخنان وزیر نشان دهد. او کلمه دوام را به جای واژه چراغ آورده؛ به این دلیل که در شعر اصلی، فروغ وقتی می‌گوید، "چراغ بیاور"، یعنی خانه‌اش تاریک و سرد است و نیاز به روشنایی و گرمای کسی دارد؛ به نظر می‌رسد مخاطب این توییت، وزیر باشد. گویی مؤلف نیز به تبعیت از شعر فروغ، می‌گوید؛ خانه‌اش، نیاز به دوام دارد و مدت‌هاست که دوام در خانه‌اش به پایان رسیده است. نویسنده، دوام را به کالایی ضروری در خانه تشبیه کرده که مدت‌هاست تمام شده است. مؤلف، قالب شعر فروغ را دستمایه انتقاد، علیه وضع موجود قرار داده است و با خلاقیت کلمه‌های دلخواه خود را درون این ساختار قرار داده است.

شما هشتاد درصد حجم بسته زندگی خود را مصرف کرده‌اید (ایوانف، ۳۰ شهریور)

توییت بالا پارودیک است. مؤلف در این توییت، با تقلید از سبک نوشتاری پیامک‌های اپراتورهای تلفن همراه، برای بسته‌های اینترنتی که برای مشتریان خود می‌فرستند، سعی دارد پیامی را به مخاطبانانش برساند. متن این پیامک‌ها چنین است: «مشتری گرامی شما [مثلاً] ۳۰ درصد بسته اینترنتی خود را مصرف کرده‌اید.» مؤلف با انتخابی درست، به جای کلمه اینترنت، از واژه "زندگی" استفاده می‌کند و آن را، در کنار سایر اجزای جمله قرار می‌دهد و جمله‌ای را با معنای متفاوت به وجود می‌آورد. او برای انتقاد از وضع موجود، معنای زندگی را تا حد اینترنت پایین می‌آورد. "۸۰ درصد حجم بسته زندگی"، اشاره به این دارد که تنها ۲۰ درصد از زندگی باقی مانده و تا مرگ فاصله‌ای نیست؛ اما مؤلف و مخاطبانانش (کاربران توییت) بیشتر جوان هستند و نمی‌توان به آنها گفت، تنها ۲۰ درصد تا پایان زندگی مهلت دارند. این اغراق و تناقضی که میان ۸۰ درصد و جوانی است، نکته‌ای را بیان می‌کند؛ آن هم اینکه، باید دلیلی وجود داشته باشد که این افراد، در اوج جوانی، احساس می‌کنند تا مرگ فاصله‌ای ندارند، چه عواملی سبب چنین نتیجه‌گیری‌ای شده است؟ مؤلف کاملاً ضمنی، عواملی را بیان می‌کند که مسبب چنین نتیجه‌گیری هستند؛ عواملی نظیر وضعیت نامناسب اقتصادی، بیکاری، تورم، بی‌ثباتی اقتصادی و غیره. در چنین شرایطی، جوانان زود پیر و به مرگ نزدیک‌تر می‌شوند. مؤلف با مرتبط کردن پیامک‌های اپراتورهای تلفن همراه و داستان زندگی دشوار جوانان، در این جامعه و استفاده درست و آگاهانه از متن پیامک‌ها و تغییر خلاقانه آن، توانسته است طرحی نو خلق کند.

کاربران با استفاده از پارودی، از فرم و قالب جمله‌های شناخته شده استفاده می‌کنند و از طریق بازی با فرم و کلمه‌ها، برخی از واژه‌ها را در آن جمله تغییر می‌دهند و جابه‌جا می‌کنند و کلمه‌هایی را که خود می‌خواهند، در آن قالب قرار می‌دهند تا از آن‌ها آشنایی زدایی کنند. خواننده، قالب جمله را تشخیص می‌دهد و متوجه کلمه‌های تغییر داده شده، می‌شود و دو جمله را با هم مقایسه می‌کند؛ او در فرایند مقایسه به خنده می‌افتد.

آیرونی

وارونه‌سازی یا آیرونی، تکنیکی است که می‌توان از طریق آن با تعریف از کسی، او را نقد کرد (صلاحی، ۱۳۸۲: ۱۸۰). مؤلف، به وسیله آیرونی یا وارونه‌گویی، می‌تواند برخلاف انتظار و عادت مؤلف، عمل و او را غافلگیر کند؛ به گونه‌ای که بیشتر توییت‌ها، برای مخاطبان غیر قابل پیش‌بینی شوند. در آیرونی، مؤلف مسائل را خلاف آن گونه‌ای که هست، بیان می‌کند و مخاطب با خواندن چنین متن متناقضی متعجب می‌شود.

خواب دیدم هفت گاو لاغر از رود بیرون اومدن و ما حمله کردیم خوردیمشون (ایوانف، ۱۴ شهریور).

مخاطب به محض خواندن این توییت، به یاد داستان حضرت یوسف و خواب پادشاه مصر می‌افتد. خوابی که در آن هفت گاو لاغر، هفت گاو چاق را می‌خورند و تعبیر آن این بود که هفت سال قحطی در راه است. مؤلف با این بینامتنیت، توییت را شروع می‌کند تا ذهن مخاطب را برای ادامه توییت آماده کند، اما با استفاده از آیرونی برخلاف انتظار خواننده، روند داستان را تغییر می‌دهد. با بینامتنیتی که در جمله اول وجود داشت، ذهن مخاطب به سمت داستان حضرت یوسف رفته است؛ باید توجه داشت که این توییت در شرایط بحران اقتصادی نوشته شده و مخاطب، منتظر این است که نویسنده در مورد قحطی صحبت کند، اما با جمله دوم غافلگیر می‌شود. مؤلف، خلاف انتظار مخاطب، بیان می‌کند که «ما بهشون حمله کردیم و خوردیمشون»، و ریتیم داستان را به هم می‌زند، همین به هم‌زدگی و آشنایی‌زدایی است که این توییت را جزء توییت‌های پرمخاطب قرار داده است. مؤلف، واقعیت را در خواب وارد می‌کند. یعنی ما از فرط گشنگی، حتی به گاوهایی که در خواب بودند نیز، رحم نکردیم و آن‌ها را خوردیم. مؤلف با این اغراق و بزرگ‌نمایی طنزانه، وضعیت آشفته اقتصادی جامعه را، به رخ و آینده جامعه را، در توییت به تصویر می‌کشد. آینده‌ای که قرار است، مردم در مواجهه با قحطی، به گاوهایی حمله کنند، که در دنیای حقیقی وجود ندارند. مؤلف با خلق این فانتزی، در عین اینکه انتقادش را ضمنی بیان می‌کند، توییتش را از نظر ادبی نیز جذاب کرده است.

حساب کردم دیدم تنها چیزی که آدم رو از سرطان، سکنه و دیابت نجات می‌ده پرایده؛ یحتمل قیمت عجیبش به همین خاطره. (آق بهمن، ۸ مهر).

مؤلف در این توییت با زبان آیرونیک، تنها درمان بیماری‌ها را پراید می‌داند. مخاطب در ابتدای توییت انتظار دارد، وقتی مؤلف از درمان بیماری‌ها صحبت می‌کند، نام یک دارو را ببرد، اما برخلاف انتظارش، مؤلف، "پراید" را نام می‌برد. در خوانش اولیه، نمی‌توان فهمید که چرا مؤلف به جای به کار بردن نام یک دارو، پراید را انتخاب کرده است. برای درک این انتخاب، باید با وضعیت خودروسازی در ایران آشنایی داشت. پراید به علت اینکه خودروی امنی نیست و می‌تواند حتی

در تصادفی ساده، جان سر نشینانش را بگیرد، خطرناک است و می‌تواند با مرگ، انسان را از شر بیماری‌هایی که او را گرفتار کرده است، در یک لحظه خلاص کند؛ بنابراین منظور نویسنده از نجات و درمان، همان مرگی است که پراید مسبب آن است. او با زبانی آبرونیک و طنز، مرگ را به دارویی تشبیه کرده است؛ آدمی با مرگ نیز، می‌تواند با تمام بیماری‌هایی که او را آزار می‌دادند، خداحافظی کند. مؤلف در توییت، هیچ اشاره‌ای به کلمه "مرگ" نمی‌کند و به جای آن کلمه "نجات" را آورده است، اما مخاطب می‌داند که منظور نویسنده از نجات، همان مرگ است که نویسنده به صورت ضمنی به آن اشاره کرده است. آبرونی دیگری نیز در این توییت وجود دارد. مؤلف با زبانی طنز، دلیل گران شدن پراید را، به جای بی‌ثباتی اقتصادی و بی‌تدبیری مسئولان و منفعت‌طلبی خودروسازان، به ویژگی نجات‌دهندگی و درمانی‌اش ارتباط می‌دهد. او پراید را، به دارویی تشبیه کرده که به دلیل ویژگی شفا دهندگی‌اش، گران شده است. مؤلف در این توییت سعی کرده با استفاده از آبرونی، بی‌ثباتی اقتصادی، گرانی و بی‌کیفیتی پراید را مورد انتقاد قرار دهد.

خیلی وقته وزیر جوان برامون شلوار جین پوشیده، پس چی شد نتیجه رای‌مون؟ (حسین نوروزی، شهرپور).

اصطلاح "وزیر جوان" رمزگان شناخته شده‌ای است که میان کاربران توییت رایج است و منظور از آن وزیر ارتباطات (دولت دوازدهم) است. مؤلف، مخاطبان را به عکسی ارجاع می‌دهد که در آن وزیر ارتباطات، در حالی که تی شرت و شلوار جین پوشیده، در محل کارش حضور دارد. مؤلف از یک باور قدیمی که بعد از انقلاب شکل گرفته، به خوبی استفاده می‌کند و آن، تناقض میان شلوار جین و هنجارهای جمهوری اسلامی است. بعد از انقلاب، برای سال‌ها، پوشیدن شلوار جین، به علت اینکه از فرهنگ غرب وارد شده بود، کار پسندیده‌ای نبود و این باور، در مردم وجود داشت که کسانی که جین می‌پوشند، جزء مخالفان نظام هستند. همین باور، با شدت بیشتری میان مسئولان کشور نیز وجود داشت و شلوار جین به کلی از پوشش‌های مسئولان حذف شد. اما با گذشت چهاردهه از انقلاب، این باور کم‌رنگ شد و نسل جوان بعد از انقلاب، در پوشش خود تجدید نظر کردند و دیگر، پوشیدن تی شرت و شلوار جین یا کتانسی را از ممنوع‌ها محسوب نمی‌کنند. برای اولین بار، در این عکس است که یکی از شخصیت‌های مهم کشور را (در محل کارش) با چنین لباس‌هایی می‌بینیم. مؤلف سعی می‌کند این پوشش را، به انتخابات ریاست جمهوری مرتبط کند و با لحن طنزی می‌گوید، نتیجه رأی ما به رئیس‌جمهور همین پوشش وزیر است؛ یعنی این تغییر در ارزش‌ها، نتیجه رأی به روحانی است. اینکه مؤلف، چنین موضوعی را نتیجه اصلی انتخاب روحانی می‌داند، کنایه است، چراکه نتیجه این انتخاب، باید توسعه و ثبات اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی مردم باشد، نه شلوار جین پوشیدن! مؤلف به دلیل اینکه هیچ کدام از این انتظارات محقق نشد، حتی شرایط بدتر از گذشته شد، با زبانی آبرونیک و کنایسی، تنها نتیجه این رأی را، جین پوشیدن وزیر می‌شمارد، یعنی جین پوشیدن تنها نقطه مثبت این دولت به شمار می‌رود.

در بیشتر توییت‌های آبرونیک، کاربران، فضای جامعه را، مانند اکثر سیاستمداران، متناقض و خلاف آن‌چه هست، نمایش می‌دهند. گویی کاربران، لحن گفتمان مسلط و رسانه‌ها را مورد تقلید و تمسخر قرار می‌دهند؛ اما مخاطب با مقایسه وضعیت جامعه و زبان مؤلف، متوجه تناقض متن می‌شود.

تشبیه و مقایسه

تشبیه، از ابزارهای نویسنده، برای این است که انتقادش را مستقیم و آشکار بیان نکند. او مسائل اجتماعی را، به سطح زندگی روزمره می‌آورد و آن را ملموس می‌کند؛ این، سبب جذاب شدن توییت برای خواننده می‌شود. نویسنده با استفاده از تشبیه، روزمرگی‌هایش را با خلاقیت، به یک مبحث کلان اجتماعی، سیاسی مرتبط می‌کند و از طریق توجه به چیزهای کوچک، جزئی و بی‌اهمیت، وضعیت موجود را به چالش می‌کشد.

سهم ما از خوشبختی مساویست با از خط بیرون‌زدگی دایره آبیچاچ چمن کنار اتوبان (ایوانف، مرداد).

مؤلف در این توییت، به جزئیات پیرامون خود توجه زیادی کرده است. او با استفاده از دقت در جزئیات، سعی کرده چیز بی‌ربط و بی‌اهمیتی را به «خوشبختی»، تشبیه کند؛ تلاشی که سبب خنده مخاطب می‌شود. خنده‌ای نه از سر شادی، بلکه تلخ و تراژیک. این نوشته، حاصل تکرار روزمرگی‌های مؤلف است، روزمرگی‌هایی که شاید در نگاه اول بی‌فایده جلوه کنند؛ اما مؤلف را قادر کرده تا این توییت را بنویسد. اینکه فردی شعاع آب‌پاش چمن کنار اتوبان را به خوشبختی ارتباط می‌دهد، نشان‌دهنده این است که او، بارها و بارها از چنین موقعیت و صحنه‌هایی عبور کرده و آن تصویر در حافظه‌اش ثبت شده است. نویسنده، با استفاده از ترکیب طولانی «مقدار ناچیزی از آب آبپاشی که از شعاع اصلی‌اش در کنار اتوبان‌ها بیرون زده می‌شود»، سعی می‌کند خوشبختی را در جامعه با زبانی گروتسک به تصویر بکشد. مؤلف می‌توانست به جای این ترکیب، اصطلاح کوتاه‌تری را برای توصیف خوشبختی انتخاب کند. مشخص است که او در فرایند گزینش کلمه‌ها، توجه زیادی کرده است. انتخاب این ترکیب، برای توصیف خوشبختی، نشان‌دهنده ذهن خلاق مؤلف است. او با استفاده از تکنیک، فرم و آرایه‌های ادبی به‌خوبی می‌تواند، وضعیت موجود را در ایران به چالش بکشد. وضعیتی که خوشبختی در آن، به اندازه‌ای از خط بیرون‌زدگی آب از شعاع آب‌پاش کنار اتوبان است. البته نباید اغراق را در این توییت نادیده گرفت؛ مؤلف به وسیله همین تکنیک توانسته است مقصودش را بیان کند. نمایشی کردن و اصرار مؤلف، برای بردن مخاطب به صحنه‌ای که او آن را به تصویر کشانده است، تکنیک دیگر این توییت است؛ او مخاطب را در موقعیت‌هایی که آن را با کلمه‌ها به نمایش درآورده است، همراه و درگیر متن می‌کند. مؤلف از طریق این توییت، سعی کرده است تا روزمرگی‌هایش را، به صورت نمایشی ترسیم کند.

در جهانی زندگی می‌کنیم که مایع دستشویی رسانه، دست هر لیدی مکبثی را پاکیزه می‌کند (شرر، ۲۲ بهمن).

خوانش اولیه این توپیت، ما را به مفهوم اصلی این پیام نمی‌رساند، برای فهم دقیق متن، باید پیچیدگی‌ها و گره‌های این توپیت را رمزگشایی کرد. مؤلف در "مایع دستشویی رسانه" رسانه را، به یک مایع دستشویی تشبیه کرده است که آلودگی‌ها را پاک می‌کند. "دست لیدی مکتب"، بینامتنیت دارد و مخاطب را به نمایشنامه مکتب "شکسپیر" ارجاع می‌دهد. نمایشی که در آن لیدی مکتب، برای رسیدن به جایگاه ملکه اسکاتلند، همسرش را به کشتن پادشاه اسکاتلند، تشویق می‌کند. مؤلف، با ربط دادن رسانه و لیدی مکتب، سعی دارد این را بگوید که رسانه ملی در بعضی از مواقع می‌تواند مانند یک مایع دستشویی عمل کند و برخی از فسادها را توجیه کند و بر چهره واقعی لیدی مکتب‌ها سرپوش بگذارد و آن‌ها را پاک نشان دهد. لیدی مکتب، استعاره از برخی مفسدانی است که می‌خواهند رسانه‌ها را از آن خود کنند تا چهره‌ای بی‌گناه از خودشان جلوه دهند. مؤلف به شکلی ضمنی، برخی از سیاست‌های صداوسیما را مورد انتقاد قرار می‌دهد.

آقازاده فقط پسر اشمایکل (حسین نوروزی، ۲۶ خرداد).

در ابتدا، باید گفت که مؤلف، این توپیت را هنگام برگزاری جام جهانی فوتبال ۲۰۱۸ نوشته است. "کاسپر اشمایکل" فرزند "پتر اشمایکل"، از بازیکنان (دروازه‌بان) تیم ملی دانمارک است، که توانسته مانند پدرش برای کشورش افتخار بیافریند. او در جام جهانی ۲۰۱۸، توانست دو پنالتی را مهار کند و همین سبب شد، برترین بازیکن بازی با کرواسی شود. اگر مخاطب آن بازی را دیده باشد، حتماً به یاد دارد که کارگردان تلویزیونی آن بازی، بارها چهره پدر اشمایکل را، که میان تماشاچیان نشسته بود، نشان داد. چشم‌های او از خوشحالی و رضایت از بازی فرزندش می‌درخشید. تمام این صحنه‌ها، در چهار کلمه‌ای که مؤلف نوشته، پنهان شده است. نویسنده در این توپیت، پسر اشمایکل را تنها فردی می‌داند که می‌تواند نماینده خوبی برای آقازادگان باشد. مؤلف قصد دارد، تقابلی میان آقازادگان مقبول و نامقبول ایجاد کند.

آقازاده از کلمه‌هایی است که در این سال‌ها، جزء رمزگان‌های خاص جامعه قرار گرفته است و مردم نسبت به این واژه، بازخوردی منفی دارند. در ایران، به کسانی آقازاده می‌گویند که فقط با استفاده از مقام و جایگاه پدران‌شان، توانسته‌اند به پست‌ها و جایگاه‌های مهم در کشور دست پیدا کنند. گزینش ظریف مؤلف (پسر اشمایکل) این مطلب را منتقل می‌کند که او، برخلاف آقازادگانی که در ایران از راه نادرست و نابرابر به مقامی رسیده‌اند، با شایستگی و لیاقتی که داشته، توانسته راه پدرش را با موفقیت ادامه دهد. مؤلف با خلاقیت، این دو کلمه را در کنار هم، اما مقابل هم قرار می‌دهد و آن‌ها را با هم مقایسه می‌کند. کشف این تقابل، می‌تواند معنای پنهان این توپیت را بر ما آشکار کند. مؤلف با ایجاد این تقابل، معانی ضمنی بسیاری را بیان کرده است. او از عدم شایسته‌سالاری و رانت و نابرابری انتقاد می‌کند، که در جامعه وجود دارد.

کاربران توپیت با تکنیک تشبیه، سبک خود را از رسانه‌هایی که سعی می‌کنند برای نقد وضعیت موجود، به آمار و ارقام متوسل شوند، جدا می‌کنند و از طریق توجه، به عناصری که در زندگی

روزمره وجود دارند، انتقادهایشان را بیان می‌کنند؛ بنابراین مسائل اجتماعی از زوایای بدیع دیده می‌شود. به عبارتی، به جای اینکه وضعیت نامناسب با زبانی مستقیم توصیف شود، آن را با گزینشی خلاقانه، به عنصر بی‌اهمیتی تشبیه می‌کنند. مؤلف از طریق قیاس، تقابلی دوتایی به وجود می‌آورد و به وسیله آن به صورت ضمنی مقصود خود را بیان می‌کند. ارتباط دادن خوشبختی و دایره آبیاش، رسانه و مایع دستشویی و لیدی مکبث، آقازادگان و پسر اشمایکل، گویای ربط دو عنصر بی‌ارتباط به یکدیگر است.

نتیجه‌گیری

در این مقاله، دیدیم که چگونه برخی از کاربران توییت، انتقادهای خود را در قالب توییت‌ها، قلم و سبک نوشتاری خود آشکار می‌کنند. در عصر شبکه‌های اجتماعی، توییت، ابزار جدیدی برای مشارکت‌های سیاسی دیجیتال و نقد فرهنگ سیاسی ایجاد کرده است. محدودیت استفاده از کلمه‌ها در توییت، سبب شده تا کاربران، مطالب خود را موجز بیان کنند. آنها باید در ۲۸۰ کلمه، مقصود خود را به بهترین شکل ممکن منتقل کنند و برای این کار، ناچارند که از ابزار و راهبردهایی نظیر بینامتنیت، پارودی، آبرونی، تشبیه و غیره استفاده کنند؛ تا با این بازی‌های فرمی، بتوانند با کمترین کلمه‌ها، بیشترین بار معنایی را القا کنند. بنابراین اغلب توییت‌ها، در هاله‌ای از ابهام و به صورت ضمنی بیان می‌شوند و مخاطب را در حالت تعلیق نگه می‌دارند. چنین توییت‌هایی سرشار از ناگفته‌ها و جمله‌های پرتکلف و پرارجاع است، نه جمله‌هایی ساده و خام؛ این مخاطب هوشمند است که باید پرده از معنای ضمنی متن بیرون کشیده و منظور نویسنده را درک کند. او لابه‌لای کلمه‌ها، به دنبال ارجاعات و مطالب ناگفته می‌گردد و به ظاهر متن، اکتفا نمی‌کند. کاربران، کمتر توییتی می‌نویسند که معنای آن را بتوان در یک مرحله درک کرد؛ برای فهم چنین توییت‌هایی باید دقیق شد و لایه‌های پنهان آن را کشف کرد.

نویسندگان، که خود جزئی از مخاطبان توییت‌اند، علاقه دارند متن‌ها را در کم‌ترین زمان بخوانند و بیشترین معنای را دریافت کنند. آنها دوست دارند، مدام به متون و حوزه‌های دیگر ارجاع بدهند. کاربران انتقادی توییت، علاقه ندارند، معناراً، مستقیم در متن برای خواننده آماده کنند، چراکه می‌خواهند مخاطبان‌شان به جای انفعال، در فرایند تفسیر توییت مشارکت کنند و ذهنشان درگیر متن شود. آنها برای خلق کم‌دی، از آبرونی، جهت وارونه جلوه دادن وضعیت موجود استفاده می‌کنند. برای انتقاد از وضعیت موجود، روزمرگی‌ها و جزئیات بی‌اهمیت زندگی‌شان را وارد توییت‌ها کرده و با استفاده از تشبیه، آن‌ها را با مسائل کلان جامعه مقایسه می‌کنند. این کاربران، سعی می‌کنند با نمایشی کردن توییت‌ها، فضا را برای مخاطبان‌شان ملموس کنند؛ آنها با پارودی جمله‌ها یا اشعار آشنا را آگاهانه و خلاقانه در جهت بیان نارضایتی‌هایشان تغییر می‌دهند.

کاربران توییت، تخیل و خلاق فانتزی را دوست دارند، برخی از مواقع ترجیح می‌دهند دنیای

حقیقی را ترک و به دنیای خیال پناه برند؛ چراکه در دنیای خیال می‌توان به تمام اهدافی رسید، که در دنیای حقیقی نمی‌توان به آن‌ها دست یافت. کاربران برای بیان مشکلات و مسائل جامعه، زبان طنز را انتخاب کرده‌اند؛ زبانی که در آن مرز میان واقعیت و تخیل باریک است. کاربران توییت‌ها، به دلیل داشتن فضایی که تا حدودی خارج از کنترل و نظارت قدرت است، نسبت به نویسندگان روزنامه و تلویزیون، آزادتر و بدون واژه‌های ممنوع می‌نویسند. آن‌ها برای بیان نارضایتی‌هایشان از کلمه‌های انتقادی و تند استفاده می‌کنند. توییت جایی است که محدودیت و سانسوری برای کلمه‌های انتقادی وجود ندارد؛ به همین دلیل، افراد می‌توانند از خط قرمزها و چارچوب‌های نهادینه‌شده عبور کنند. کاربران با استفاده از طنز گروتسک، وضعیت اقتصادی نامناسب و فشارهای زندگی را منعکس می‌کنند و مخاطبان را از اوج لذت و خنده‌ای عمیق، باز می‌دارند و به لحظه‌ای تراژیک نزدیک می‌کنند.

پشت واژه‌ها و کلمه‌های این توییت‌ها، افرادی با مطالعه و پیش‌زمینه‌ها و تجاربی قوی پنهان شده‌اند، کسانی که می‌توانند در یک فضای محدود و با کلمه‌هایی اندک، معانی ضمنی فراوانی بگویند. تجارب فراوان و خواندن، دیدن، شنیدن و همچنین آشنایی با تکنیک‌های ادبی، کاربران را قادر کرده تا متفاوت از دیگران بنویسند. اینکه عده‌ای، به وسیله خلق زبانی جدید و بدیع، انتقادهای خود را بیان کنند، نشان‌دهنده قدرت، خلاقیت، اعتماد به نفس و نخبگی آنها است. به غیر از نویسنده، مخاطب نیز، برای درک دلالت‌های غیر مستقیم، بینامتنیت‌ها، آیرونی‌ها و غیره، باید دانش و توانایی خاصی داشته باشد؛ نقش پیش‌متن‌هایی که مخاطب از گذشته خوانده است، اهمیت فراوانی دارد و به او در فهم و درک متن کمک بسیاری می‌کند.

توییت‌ها به کاربران، این فرصت را بخشیده تا یکدیگر را پیدا کنند، به هم نزدیک شوند و تشکیل شبکه دهند. کاربران، بعد از هر اتفاق یا رویدادی، در یک حرکت دسته‌جمعی، بلافاصله، واکنش خود را نسبت به آن واقعه، با فرمی فی‌البداهه که آن را سریع در ذهنشان به وجود می‌آورند؛ توییت می‌کنند و در کمتر از چند دقیقه، توییت‌پر می‌شود از توییت‌هایی که راجع به یک موضوع، اما با فرم‌ها و زبان‌های گوناگون نوشته شده است؛ بنابراین می‌توان آن مسئله را از زوایای متفاوت و از لنز تک‌تک کاربران نگریست. یکی از جذابیت‌های محیط توییت، تنوع سلیقه، لحن‌ها و فرم‌های گوناگون توییت‌ها است. بنابراین توییت از پتانسیلی برخوردار است و آن قابلیت اتحاد و همبستگی میان انسان‌هاست. خلق این زبان بدیع و پیچیده، به تمام کاربرانی که از آن استفاده می‌کنند، احساس هویت و اعتماد به نفس و همفکری می‌دهد.

در دنیای توییت، چیزی مؤثرتر و جذاب‌تر از لحن، بیان و سبک نوشتاری نیست. به صورتی که در ظاهر این متون، چیز خاصی غیر از کلمه‌ها و ترکیب‌هایی اندک و بی‌ربط و بی‌معنا، دیده نمی‌شود؛ اما نویسنده معنای مورد نظرش را با مهارت، توسط ابزارهای ادبی به مخاطب القا می‌کند. می‌توان گفت سبک نوشتاری جدیدی، بر فضای جامعه شبکه‌های اجتماعی سایه افکنده است،

کسی که با این سبک آشنا باشد و بتواند از آن استفاده کند، این فضا را در دست خود می‌گیرد و بهتر می‌تواند مفاهیم مورد نظرش را به دیگران منتقل کند و بر انسان‌ها تأثیر بگذارد. از طریق سبک نوشتاری، می‌توان قدرت را تا حدودی به دست گرفت و با کُنش‌ورزی‌های سیاسی در چنین قالب‌هایی، بر جامعه نیز تأثیراتی گذاشت. سبک ارتباطی و مشارکتی توییت، به تدریج می‌تواند نگاه بخش بزرگی از جوانان را نسبت به جامعه، تغییر داده و ذهنیت جدیدی را در آنها نسبت به جامعه شکل دهد. دانشجویان و جوانان، که از سبک و ادبیات رسمی و خشک رسانه‌های قدیمی و ادبیات بی‌تأثیر دانشگاه خسته شده‌اند، به توییت‌ها پناه می‌برند و سبک نوشتاری توییت‌ها، آنان را جذب می‌کند. در نتیجه، این سبک می‌تواند به تدریج بر قسمت‌های کلان جامعه و به‌خصوص فضای سیاسی آن تأثیرات قابل توجهی بگذارد.

منابع

- اباذری، یوسف. ۱۳۸۰. "رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی". فصلنامه ارغنون. ۱۸: ۱۳۷-۱۵۸.
- احمدی، بابک. ۱۳۷۱. ساختار و تاویل متن. تهران: نشر مرکز.
- استریناتی، دومینیک. ۱۳۸۸. مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه. ترجمه ثریا پاک‌نظر. تهران: گام نو.
- آسابرگر، آرتور. ۱۳۷۹. نقد فرهنگی. ترجمه حمیرا مشیرزاده. تهران: بازشناسی اسلام و ایران.
- تودوروف، تزوتان. ۱۳۷۷. منطق گفتگویی میخائیل باختین. ترجمه داریوش کریمی. تهران: مرکز.
- سرافراز، حسین. ۱۳۸۹. "دیک هیدایچ؛ خرده‌فرهنگ‌ها و معنای سبک". نامه فرهنگ و ارتباطات، (۱) ۲: ۱۷۱-۱۹۶.
- سلدن، رامان. ۱۳۷۲. راهنمای نظریه ادبی معاصر. ترجمه عباس مخبر. تهران: طرح نو.
- سمنکو، الکسی. ۱۳۹۵. تاروپود فرهنگی: درآمدی بر نظریه نشانه‌شناختی یوری لوتمان. ترجمه حسین سرافراز. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- صلاحی، عمران. ۱۳۸۲. خنده‌سازان و خنده‌پردازان. تهران: نشر علم.
- کاستلز، مانوئل. ۱۳۹۳. شبکه‌های خشم و امید: جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت. ترجمه مجتبی قلی‌پور. تهران: مرکز.
- کالر، جان‌اتان. ۱۳۹۳. در جستجوی نشانه‌ها: نشانه‌شناسی، ادبیات، و اسازی. ترجمه لیلا صادقی. تهران: علم.
- گراهام، آلن. ۱۳۸۰. بینامتنیت. ترجمه پیام یزدانجو. تهران: مرکز.
- نامور، بهمن مطلق. ۱۳۹۰. درآمدی بر بینامتنیت: نظریه‌ها و کاربردها. تهران: سخن.
- ویستر، راجر. ۱۳۸۲. پیش‌درآمدی بر مطالعه نظریه ادبی. ترجمه حسین پاینده. تهران: روزنگار.
- افتاده، جواد. ۱۳۹۲. ویژگی‌ها و الگوهای رسانه‌های اجتماعی مطالعه موردی: تحلیل شبکه توییت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- روزیبانی، مهدی. ۱۳۹۸. نقش توییت در برجسته‌سازی موضوعات در افکار عمومی دانشجویان دانشگاه‌های تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
- تسلیم جهرمی، فاطمه و یحیی طالبیان. ۱۳۹۰. "تلفیق احساسات ناهمگون و متضاد (گروتسک) در طنز و مطایبه (نمونه

مورد مطالعه: کاریکاتورهای پرویز شاپور). "فصلنامه فنون ادبی. سال سوم. شماره ۴: ۱ - ۲۰.
 مولانا، سیدحمید. ۱۳۸۷. "مکاتب فرهنگ و ارباطات: تأملی در ناگفته‌ها". فصلنامه رسانه. دوره ۱۹. شماره ۷۳: ۲۳ - ۳۰.
 مهدی‌زاده، سیدمحمد. ۱۳۹۱. "مصرف فرهنگی و رسانه‌ای مخاطبان فعالی". فصلنامه رسانه. دوره ۲۳. شماره ۸۹: ۲۵ - ۴۲.
 فرقانی، محمد مهدی و پردیس سیاسی. ۱۳۹۶. "طنز مطبوعاتی و گفتمان‌های سیاسی در سه دوره اصلاحات، اصول‌گرایان
 اعتدال". فصلنامه رسانه. دوره ۲۸. شماره ۱۰۹: ۵ - ۲۶.

Levinson, paul. 2009-2013. *New New Media*, Penguin/Pearson.

Bakhtin, M. M./V. N. Volosinov. 1986. *Marxism and the Philosophy of Language*, L. Matejka and I. R.

Titunik (trans.), Harvard University Press, Cambridge MA and London

Bakhtin, M.M. 1984. *Problems of Dostoevsky's Poetics*, C. Emerson(trans. And ed), University of

Minnesota Press, Minneapolis MN.

Barthes. 1988. *the semiotic challenge*, oxford, Blackwell



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی

