



# The Status of Standard Persian in Digital Spaces and Its Relationship to Persian Language Education

Mahmoud Mehravaran <sup>1</sup>

Professor, Department of Persian Language and Literature, University of Qom, Iran.

Fatemeh Yousefi <sup>2</sup>

MA in Persian Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, Qom University, Iran.

Amir Barghi Noushabadi <sup>3</sup>

Ph.D Student in Persian Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, Qom University, Iran.

## Abstract

Language is the central element of online communication platforms, and like other social institutions, it has inevitably undergone change in response to this environment. This study examines the use of Standard Persian in the contemporary era—where it has received particular attention—by analyzing three messaging platforms: Eitaa, WhatsApp, and Telegram. Using a descriptive-analytical and qualitative approach, it seeks to answer the questions posed in this research: One, what factors in cyberspace affect the language of users, and the other, which part of the language is most damaged under the influence of these factors. It also examined the benefits of cyberspace for the Persian language and the implications of these changes for Persian language education. Our studies showed that the most important factors that have transformed the standard language are the widespread fusion of spoken and written forms of the language, the entry of various segments of society with all levels of literacy into the field of messaging, and the limited opportunity to respond and type. Also, neologism and phonetic repetition, excessive borrowing of foreign words, disorganization of syntax, normalization of spelling errors, and poor handwriting are negative reactions that the language of users has shown to the aforementioned factors. Among the benefits and gains that this space has for the language, we can list the following: the introduction of vocabulary and elements of the spoken language into writing and its enrichment, the correction of speech by reducing the gap between writing and speech, the creation of channels and groups that seek to promote and introduce the culture and rules of the language to their audiences, and the discovery of writing talents. These developments can facilitate and broaden Persian Language learning by making written language closer to everyday usage. In the end, the conclusion was that we should accept the components of cyberspace language, provided that they are balanced and modified, and while avoiding prescriptive rules, we should develop a separate rule for it. At the same time the unregulated expansion of these features may create difficulties and inconsistencies for new generations of learners and non-native Persian Language students.

**Keywords:** Cyberspace Damages, Persian language Education, Cyberspace, Benefits of Cyberspace, Visual Signs.

1. Email: mehravaran72m@gmail.com (Corresponding Author)

2. Email: f.usefi8888@gmail.com

3. Email: amir.fa.t1363@gmail.com

## وضعیت زبان فارسی معیار در فضای مجازی و رابطه آن با آموزش زبان فارسی

محمود مهرآوران<sup>۱</sup>

استاد گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه قم.

فاطمه یوسفی<sup>۲</sup>

کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم.

امیر برقی نوش‌آبادی<sup>۳</sup>

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم.

### چکیده

مهم‌ترین رکن پیام‌رسان‌ها و سکوه‌های فضای مجازی، زبان است و طبیعتاً زبان در رویارویی با این پدیده، مانند دیگر نهادهای اجتماعی بدون تغییر نمانده و نسبت به آن، واکنش و تغییر وضعیت داشته است. پژوهش حاضر با واکاوی سه پیام‌رسان ایتا، واتس‌آپ و تلگرام، وضعیت کاربرد زبان فارسی معیار را که در روزگار معاصر بدان توجه ویژه‌ای شده است، بررسی کرده و به شیوه توصیفی-تحلیلی و کیفی، تلاش کرده به پرسش‌های این جستار پاسخ دهد: بروز چه عواملی در فضای مجازی زبان کاربران را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد و متأثر از این عوامل، چه ناهنجاری‌هایی به وجود می‌آید؟ فواید فضای مجازی برای زبان کدام است و مجموعاً این وضعیت چه تأثیری بر آموزش زبان فارسی دارد؟ برای این منظور متن‌های فراوانی را از این سه پیام‌رسان انتخاب و خطاهای زبانی آن‌ها را استخراج کردیم. مطالعات این پژوهش نشان داد که مواردی مانند درهم‌آمیختگی گسترده صورت‌گفتاری و نوشتاری زبان، ورود اقشار گوناگون جامعه با هر میزان سواد به عرصه پیام‌رسانی و فرصت کم پاسخ دادن و تایپ کردن، مهم‌ترین عواملی هستند که در زبان معیار تأثیر گذاشته‌اند. همچنین نونویسی و تکرار آوایی، وام‌گیری افراطی از واژگان بیگانه، نابه‌سامانی نحوی و عادی‌شدن غلط‌های املائی، پیامدهایی منفی هستند که زبان کاربران در برابر عوامل مذکور از خود نشان داده است. فضای مجازی برای زبان فوایدی نیز دارد، از جمله: ورود واژگان زبان گفتار به نوشتار و غنی‌تر شدن آن، اصلاح گفتار از طریق کم‌شدن فاصله نوشتار و گفتار، ورود نشانه‌های تصویری به زبان، آفرینش افعال جدید، ایجاد کانال‌ها و گروه‌هایی که در پی ترویج و شناساندن فرهنگ و قواعد زبان به مخاطبان خود هستند و کشف استعدادهای نویسندگی. در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که مؤلفه‌های مثبت زبان فضای مجازی، آموزش زبان را آسان‌تر و گسترده‌تر می‌کند و آسیب‌های فضای مجازی به زبان، آموختن زبان را به‌ویژه برای نسل‌های جدید و زبان‌آموزان غیرفارسی‌زبان با چندان‌گنجی، خطا و دشواری روبه‌رو می‌سازد.

**واژه‌های کلیدی:** آسیب‌های فضای مجازی، آموزش زبان فارسی، فضای مجازی، فواید فضای مجازی، نشانه‌های تصویری.

## ۱. مقدمه

روزگار کنونی، روزگار فناوری و پیشرفت حیرت‌انگیز دانش و شتاب در پژوهش‌های موشکافانه انواع علوم است. بشر امروز در واقع به دو مکان و دو فضا برای زیستن نیاز دارد؛ یکی فضای واقعی برای حیات بیولوژیکی و دیگر فضای مجازی برای انواع ارتباطات و انتقال پیام. گفتنی است که واژه «نیاز» در ارتباط با فضای مجازی، تعبیری از یک عادت به شدت سلطه‌گر است که ترک آن، زندگی در فضای واقعی را بسیار دشوار و ملال‌انگیز می‌کند. درباره مخاطرات چنین اعتیادی، یادآور می‌شویم که «در سال ۱۹۹۸ جامعه‌شناسان آمریکایی با مشاهده شمار بالایی از مشکلات مرتبط با اینترنت همچون طلاق، بی‌اعتنایی به فرزندان، از دست دادن شغل، مقروض شدن، فرار از مدرسه و مشکلات قضایی، مرکز اعتیاد به کامپیوتر را در دانشگاه‌ها تأسیس کردند» (سقازاده و کریم‌خانی، ۱۳۹۱: ۱۳). جریان حضور در دنیای مجازی چنان در تاروپود جهان امروز تنیده شده که هم خارج کردن آن ممکن نیست و هم باید بپذیریم که سایر ساختارهای اجتماعی را زیر فرمان خود دارد. زبان یکی از این ساختارها و نهادهاست که بی‌گمان بیشتر از ساختارهای دیگر متأثر از این جریان است. این ادعا را از دو منظر می‌شود بررسی کرد؛ نخست این که زبان «به دلیل ماهیتش که نهادی اجتماعی است، امری ثابت نیست و پیوسته به دنبال تحوّل اجتماع در حال تغییر و تحوّل است» (باقری، ۱۳۹۹: ۱۹). دیگر این که در این مبحث حساسیت زبان از این ناحیه نشأت می‌گیرد که رکن اصلی فضای مجازی و ارتباطات، پیام است و پیام نیز غالباً به وسیله زبان منتقل می‌شود. به تعبیری زبان، عضو بی‌بدیل و جزء لاینفک دنیای مجازی و انواع پیام‌رسان‌هاست.

امروزه بیشتر گویشوران زبان در فضایی مشترک حضور دارند و به دلایل گوناگون دائماً با هم در ارتباط هستند و انواع زبان عاطفی، ارجاعی، ادبی و غیره را در آن به کار می‌گیرند. از طرف دیگر، پیام‌هایی که از این کانال‌های ارتباطی مبادله می‌شوند، فقط پیام‌های مکتوب زبانی نیستند و درصد قابل توجهی از آن‌ها در قالب صوت و تصویر منتقل می‌شود. با توجه به این دو نکته یعنی استفاده افراد جامعه اعم از آشنایان به قواعد زبان و ناآشنایان از شبکه ارتباطات و امکان انتقال پیام بدون نیاز به زبان از طریق انواع تصاویر و صداها، سهل‌انگاری‌هایی در استفاده از زبان معیار دیده می‌شود که به سادگی نمی‌توان آن را نادیده گرفت و از آن گذشت.

در این مقاله خواهیم دید که وضعیت زبان فارسی در انواع پیام‌رسان‌ها به چه صورت است. آیا نصیب زبان از این فضا، فقط آسیب و زوال است یا این که بهره‌ای هم از آن دارد؟ سهل‌انگاری‌ها بیشتر در کدام‌یک از واحدهای زبان اعم از واجی، واژگانی و نحوی دیده می‌شود؟ شکلک‌ها و برچسب‌ها چه کارکردی دارند؟ آیا این گونه نمادهای تصویری، دست‌گیر زبانند یا این که زبان را از خود متأثر می‌کنند؟ این مسئله که رشد ارتباطات مجازی، رابطه‌های رودررو و کلامی و به تعبیری، شکل ملفوظ زبان را به حاشیه کشانده و ارجحیت را به شکل نوشتاری و مکتوب آن می‌دهد، بر زبان تأثیری مثبت دارد یا منفی؟

تعداد پیام‌رسان‌ها فراوان است؛ اما در پژوهش حاضر واکاوی دو پیام‌رسان واتس‌آپ و تلگرام را که بین‌المللی هستند و پیام‌رسان داخلی ایتا را به سبب گستردگی و فراوانی کاربران و دسترسی آسان‌تر برگزیدیم، دو دلیل دارد: یکی این که بحث اصلی ما چگونگی زبان است و علی‌رغم تفاوت در سبک و سیاق، فضای متفاوت گفت‌وگوها و بافت‌های گوناگون، همه باید تابع زبان معیار باشند. دوم این که انتخاب سکوها به دو دسته داخلی و خارجی از این رو است که بفهمیم با توجه به بومی یا غیربومی بودن آن‌ها آیا در رویکرد کاربران به زبان تفاوتی دیده می‌شود یا نه؟

## ۲. پیشینه پژوهش

درباره پیوند زبان فارسی و فضای مجازی نوشته‌هایی وجود دارد که می‌توان به این موارد اشاره کرد: شوهانی و حسینی (۱۳۹۷) در مقاله خود «بررسی وجوه تأثیر فضای مجازی بر زبان و ادبیات فارسی معاصر» به موشکافی این موضوع پرداخته و فواید و کاستی‌های فضای مجازی را در چهار مقوله قواعد نوشتاری، نظم، نثر و نقد ادبی تشریح کرده‌اند. کشاورزی (۱۴۰۲) در مقاله «تأثیر فضای مجازی بر زبان و ادبیات فارسی (بیان فرصت‌ها و تهدیدها)» به مرور اجمالی همین موضوع و تأثیر فضای مجازی بر دگرگونی زبان و ادبیات فارسی پرداخته است. بیجن‌خان (۱۳۹۱) در مقاله «خط و زبان فارسی در فضای مجازی» به بحث درباره مشخصات رسانه‌های اینترنتی، بررسی مختصر وضعیت و ویژگی‌های خط فارسی از دیدگاه استانداردهای ملی و بین‌المللی رمزگذاری می‌پردازد و همچنین به دستور خط فارسی از دیدگاه فرهنگستان زبان و ادب فارسی اشاره کرده است. رضاخواه (۱۴۰۱) در مقاله «بررسی آموزش زبان و ادبیات فارسی در فضای مجازی» همین موضوع را پی می‌گیرد. مهدیخانی در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود (۱۳۸۹) با عنوان «بررسی ادبیات فارسی در دنیای مجازی» به تبیین مفهوم و وضعیت ادبیات در اینترنت توجه کرده و همچنین معایب و محاسن هر یک را نشان داده است. هوشنگی (۱۴۰۳) نیز در مقاله «دگرپرسی زبان در فضای مجازی و تأثیر آن بر آموزش زبان» به موضوع تداخل میان زبان مجازی و رسمی جامعه به‌ویژه در حوزه آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان و چالش‌های آن پرداخته و در چهار حوزه تغییرات واژگانی در واژه‌های رایج زبان فارسی، ورود واژگان نوساخته بر ساخت‌های صوتی، آوایی، تحولات نحوی و ساختاری با ذکر نمونه‌هایی، تأثیر منفی فضای مجازی را بر یادگیری فارسی‌آموزان نشان داده است.

چنان‌که ملاحظه می‌شود در پژوهش‌های متعدد انجام شده، چند موضوع مشابه به چشم می‌خورد؛ اما پژوهش حاضر در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، نکاتی نو از جمله عوامل مؤثر بر زبان در فضای مجازی و فواید آن را نیز بیان کرده است و وضعیت زبان فارسی معیار را در فضای مجازی تبیین می‌کند.

### ۳. روش پژوهش

شیوه این جستار از نوع توصیفی-تحلیلی و کیفی است؛ بدین صورت که با واکاوی سه پیام‌رسان ایستا، واتس‌آپ و تلگرام، صورت‌های نامتداول نوشتاری و زبانی زبان فارسی معیار استخراج گردید. شواهد صدها نمونه از متن‌های گوناگون و متنوع بویژه از کاربران با سطح سواد عمومی است. سپس با ارائه شواهد و نمونه‌هایی از عوامل مؤثری که زبان را در فضای مجازی تحت تأثیر قرار داده‌اند به بررسی زمینه استفاده از آن‌ها در فضای مجازی پرداخته شده است.

### ۴. مبانی نظری

مهم‌ترین مفاهیم و اصطلاحاتی که در این نوشتار کاربرد دارد، به اختصار شرح داده می‌شود.

#### فضای مجازی و زبان معیار

یکی از ابزارهای حاصل‌شده از پیشرفت فناوری، دنیای مجازی ارتباطات است که بشر را به آسانی مقهور خود کرده و شاید این تسخیر و تسلیم، ناشی از تمایلات ذاتی انسان است که فطرتاً گرایش به ارتباط و تعامل دارد و هر آن چیزی را که فضای ارتباطات پیش‌روی او می‌نهد، می‌پذیرد. زندگی ما امروزه با رسانه‌های اجتماعی پیوند خورده است. «در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: رسانه اجتماعی، رسانه‌ای است که برای تعامل و انتشار محتوا در محیط اینترنت از طریق تعامل اجتماعی طراحی شده، دسترسی‌پذیری بسیار بالایی دارد و از فنون انتشار مقیاس‌پذیر در آن استفاده شده است» (خانیک‌کی و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۵). توسعه‌طلبی این رسانه‌ها، نه تنها هیچ‌گونه مرز جغرافیایی برای خود نمی‌شناسد؛ بلکه با ورود به هر جغرافیایی، سایر مرزهای خرد و کلان را اعم از فرهنگی و اجتماعی به هیچ می‌انگارد. یکی از نهادهای جامعه بشری که پیوند و ارتباط همیشگی با فضای مجازی دارد، زبان است. زبان دستگاہی از نشانه‌های قراردادی برای ارتباط میان انسان‌هاست. یکی از ارکان این تعریف، واژه ارتباط و از کلیدواژه‌های شبکه‌های ارتباطی است و این نقطه اشتراک نشان می‌دهد که در اصل هیچ‌گونه ارتباط پیامی چه مجازی و چه حقیقی، بدون زبان قابل تصور نیست و درواقع، پایه اصلی این ساختمان است.

اهل یک زبان معین بر مبنای تسلط خود بر سبک‌های مختلف زبان در موقعیت‌های گوناگون از آن‌ها استفاده می‌کنند. سبک‌های کاربردی زبان فارسی امروز را در یک تقسیم‌بندی می‌توان به این شکل تقسیم کرد: «محترمانه، رسمی، نیمه‌رسمی، محاوره و عامیانه» (ر.ک: قاسمی، ۱۳۹۷). از سویی با توجه به گونه‌های زبان، شکلی واسط را زبان معیار می‌دانیم. شکلی که طبقات تحصیل کرده اهل زبان آن را به کار می‌برند و متون درسی و اسناد رسمی با آن نوشته می‌شود. (برای آگاهی از جزئیات آن ر.ک: صادقی، ۱۳۶۲). اگرچه زبان، ابزاری در اختیار انسان است؛ اما این ابزار گاهی برخلاف سنت فرهنگی و اجتماعی انسان و خواست‌های او عمل می‌کند؛ یعنی خودش انسان را تابع و فرمان‌بر فضای ارتباطی می‌کند.

## ۵. عوامل مؤثر بر زبان در فضای مجازی

فضای مجازی، خود آفریده انسان است و عوامل انسانی بر این فضا تأثیرگذارند، از جمله:

### ۱-۵. درهم آمیختگی زبان گفتار و زبان نوشتار

یکی از مهم ترین عوامل، ورود گسترده صورت گفتاری زبان به حوزه نوشتاری آن است. شکل گفتاری زبان، بیشتر به گونه محاوره نزدیک است؛ هرچند گونه های نیمه رسمی و محترمانه نیز در بسیاری از پیام ها دیده می شود. معمولاً تبادل پیام در انواع پیام رسان ها جای تماس های صوتی را گرفته است. از طرف دیگر، گذشته از گپ های دونفره، بیشتر گروه های ایجاد شده در این بستر پرتعدادند و امکان برقراری ارتباط های صدامحور در آن نیست. این ویژگی به افراد این امکان را می دهد که در هر ساعتی از شبانه روز که خواستند برای مخاطبان خود پیام بفرستند یا به آن ها پاسخ بدهند. این پاسخ گویی اغلب در کمترین زمان، با شتاب و با توجه کم به نظم دستوری جمله یا زبان نوشتار و دست چین کردن واژگان است و کاربر می کوشد از نزدیک ترین واژه های موجود در ذهن و زبان خویش که بیشتر کاربردی محاوره ای دارند، بهره بگیرد. پیامد آن نیز نفوذ بی حساب واژگان و عبارت های رایج در محاوره به زبان نوشتار است و همه می دانیم، هنگامی که صورتی از یک واحد زبانی وارد نوشتار می شود در ذهن خواننده بیشتر نقش می بندد. این نقش بستن باعث می شود که گویشوران به آن عادت کنند و نسبت به سایر اشتباهات زبانی واکنش کمتری نشان دهند و کم کم زمینه فساد زبان معیار هموار گردد. ناگفته نماند که یکی از ویژگی های مثبت و مهم ترجیح نظام نوشتاری بر نظام گفتاری در این فضا، آشنایی با املا صحیح بسیاری از واژگانی است که تا نوشته نشوند متوجه آن نمی شویم. مثلاً صورت عبارت پرکاربرد «راجع به» تا به این شکل صحیح نوشته نشود، برخی می پندارند که «راجب» است. طبعاً شکل درست واژه، آموزش آن را نیز آسان تر و فراگیرتر می کند.

### ۲-۵. طیف های گوناگون مخاطبان

امروزه حضور در فضای مجازی، یک رفتار محسوب می شود. «تجربه زندگی اجتماعی به ما آموخته است که اگر بخواهیم دیگران را آزرده نسازیم و در برخوردهای اجتماعی خود موفق باشیم، باید رفتار اجتماعی خاصی که متناسب با موقعیت مورد نظر و متناسب با رابطه اجتماعی ما با دیگران در آن موقعیت است از خود نشان دهیم» (باطنی، ۱۳۵۵: ۲۰۴). گونه ای رفتار اجتماعی، رفتار زبانی است و با توجه به آنچه گفتیم «رفتار زبانی مناسب یعنی تشخیص این که در هر موقعیتی چه چیزهایی را می شود و باید گفت، چه چیزهایی را نمی شود و نباید گفت و از همه مهم تر این که آنچه را می شود گفت، چگونه باید گفت» (همان: ۲۰۵). در محیط اجتماعی مجازی نیز طیف های گوناگونی از افراد جامعه با یکدیگر تعامل و تبادل نظر دارند که آگاهانه یا ناآگاهانه زبان خود را به هم نزدیک می کنند و از هم تأثیر می گیرند. طبعاً مخاطبان درس خواننده

آموزش دیده و آشنا با قواعد، زبان را بهتر و قاعده‌مندتر به کار می‌گیرند تا کسانی که با قواعد زبان آشنا نیستند یا در گفتار و نوشتار خود، بی‌مبالاتند. به‌رحال این طیف‌های گوناگون زبان را از آگاهی، سلیقه یا ناآگاهی خود متأثر می‌کنند.

### ۳-۵. ماشین نویسی

عامل مؤثر بعدی، ماشین نویسی یا تایپ کردن است که مانند دو مورد قبلی مزایا و محدودیت‌هایی دارد. مزیت اصلی گسترش ماشین‌نویسی، خواناتر و ساده‌تر شدن عمل نوشتن است. ساده شدن بیشتر از آن جهت است که بارها می‌توانیم یک عبارت، یک جمله یا یک متن را از هر بخش آن که خواستیم اصلاح کنیم یا به آن بیفزاییم و در صورت لزوم جابه‌جا کنیم. مهم‌ترین محدودیت تایپ هم این است که استفاده از آن برای تعداد فراوانی از کاربران که نسبت به آن توانا و مسلط نیستند، آسان نیست. در این حالت، نویسنده پیام در رساندن منظور خود به حداقل‌ها اکتفا می‌کند و چه‌بسا که از غلط‌نویسی یا از کاستن‌های غیراصولی از واج‌ها ابایی نداشته باشد. از سوی دیگر، صفحه‌کلید همه گوشه‌ها ممکن است تمام امکانات تایپی را نداشته باشد. بی‌حوصلگی، شتاب و کمبود وقت برای چینش حروفی مثل «همزه»، «آ»، «ژ» و گذاشتن فاصله یا نیم‌فاصله و جدا یا سرهم‌نویسی باعث بروز خطاها و غلط‌نویسی می‌شود.

### ۴-۵. زمان کم برای پاسخ‌گویی

یکی از دلایل روی آوردن کاربران به کوتاه‌نویسی و نادیده گرفتن قواعد درست‌نویسی، زمان کمی است که محیط گپ (چت) در اختیار آنان می‌گذارد. زمانی که دو کاربر با هم گپ می‌زنند به محض این که یک طرف، پیام طرف مقابل را دریافت می‌کند، معمولاً می‌کوشد که زود پیام او را پاسخ بدهد. اگرچه این فضای ارتباط در بستر نوشتار صورت می‌گیرد، نباید مطلقاً آن را ارتباط نوشتاری به سبک نامه‌نگاری‌های شناخته‌شده کتبی و کاغذی دانست. به عبارتی، این گونه جدید مکاتبه‌ها را باید مکاتبات رودررو دانست؛ یعنی همان‌گونه که در صحبت رودررو ما خود را مجاز نمی‌دانیم که در پاسخ مخاطب خود، او را زیاد منتظر بگذاریم در این گونه مکالمه‌ها هم نمی‌توان بیش از حد تعلل کرد. در این فضا سه بستر اصلی وجود دارد: کانال‌ها، گروه‌ها، گپ‌ها یا گفت‌وگوهای دوطرفه. عواملی که برشمردیم در این بسترها به‌صورت یکسان عمل نمی‌کنند و بروز پیامد آن‌ها در هر یک از این بسترها متفاوت است و هرکدام بر روی بخشی از واحدهای زبان تأثیر بیشتری دارد. مثلاً در کانال‌ها، خطاهای نحوی بیش از غلط‌های املایی دیده می‌شود. در عصر حاضر با روی کار آمدن پیام‌رسان‌های متنوع داخلی و خارجی، گونه‌های جدید نوشتاری زبان به طرق مختلف خود را آشکار کرده‌اند. این گونه‌ها که متأثر از گفتارند، نه تنها از هنجارهای رسمی و قواعد نوشتاری تبعیت نمی‌کنند؛ بلکه در بازیابی گفتار به نوشتار شاهد ظهور شکل‌های گوناگونی از آن‌ها هستیم. شایان ذکر است که این نوع نوشتارها، اغلب در بافت‌های غیررسمی به کار گرفته می‌شوند و در بافت‌های رسمی که براساس قواعد معیاری و دستوری انجام می‌گیرند، راه پیدا نمی‌کنند (تاتار، ۱۳۹۷: ۲۱۰).

بنابر بررسی‌های انجام شده، داخلی و خارجی بودن پیام‌رسان‌ها تأثیر شایانی در به کارگیری درست زبان ندارد و چیزی که بیشتر در این رابطه مؤثر است، نوع پیام است نه مجرای آن. چنان که در فضای گپ و گفته‌های صمیمی و عاطفه‌محور، بیش از برخی کانال‌های عمومی و پیام‌های خبری شاهد لغزش زبان هستیم. از طرفی «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: «عاقا» به جای «آقا» و واژه‌های غریب همچون «عجغم»، «عجیجم»، «داداچ» و... است که در نوشتار دیده می‌شود و گاهی به گفتار نیز سرایت می‌کند» (همان: ۱۹۲).

### ۶. نشانه‌های تصویری یا فرازبانی

زبان از نشانه‌های قراردادی استفاده می‌کند؛ در گفتار از آواها و در نوشتار از حروف. در پیام‌رسان‌های مجازی به غیر از نشانه‌های زبان از نشانه‌های نمادین دیگری هم برای انتقال معنا استفاده می‌شود که ماهیت آن‌ها نه مانند زبان، کلامی؛ بلکه تصویری است. این نشانه‌ها کارکردی دو سویه دارند؛ هم ابزاری در اختیار زبان هستند و هم کل دستگاہ زبان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. معمولاً نشانه‌های تصویری با دلالت شباهت میان دال و مدلول، کلیت یک موضوع را برای انسان تداعی می‌کنند؛ اما این نشانه‌ها در فضای مجازی یا در کنار زبان نوشتار به آن کمک می‌کنند یا به جای آن به کار می‌روند. برجسته‌ترین این نمادها، شکلک‌ها و برچسب‌ها هستند. «ایموجی‌ها یا همان شکلک‌های کوچکی که برای برقراری ارتباط جایگزین لغات و جملات شده‌اند در چند سال گذشته به بخشی از زبان جهانی تبدیل شده‌اند. این شمایل‌های کوچک یا تصاویر دیجیتالی که شکل‌هایی مانند چهره، مواد غذایی، پرچم، قلب، آب‌وهوا، ساختمان و بسیاری اشکال دیگر هستند برای بیان احساسات یا توصیف شرایطی که فرد در آن قرار دارد مورد استفاده قرار می‌گیرد» (دهقان، محبی و برکت، ۱۳۹۵: ۴-۳). «ایموجی‌ها برای اولین بار توسط یک فرد ژاپنی به نام شیگتاکا کوریتا در ۱۹۹۹ ایجاد شد؛ هنگامی که او در حال راه‌اندازی زیرساخت اینترنت تلفن همراه به نام «آی\_مُد» بود... دانشنامه بین‌المللی آکسفورد در تعریف ایموجی‌ها آورده است: تصویر دیجیتالی کوچک با شمایل که برای توضیح‌دادن ایده یا احساسات استفاده می‌شود. طبق این تعریف اولاً جنس ایموجی‌ها تصویری است و نه متنی و زبانی؛ بنابراین برای فهم آن‌ها نیاز به سواد نیست، ثانیاً جنس آن‌ها دیجیتالی است یعنی صفر و یکی است، ثالثاً کوچک است یعنی از حیث شکلی دارای استاندارد تعریف شده است، رابعاً دو نوع کارکرد دارند: ۱. یا دلالت بر ایده‌ها و افکار ارسال‌کننده دارند (یا ۲) دلالت بر احساسات و عواطف او. البته مطالعات نشان می‌دهد که دلالت دوم به مراتب پررنگ‌تر از دلالت اول است» (نصراللهی و بادین‌فکر، ۱۳۹۸: ۷۹-۸۰). معمولاً ایموجی‌ها را همان شکلک‌ها یا صورتک‌های زردرنگی می‌دانیم که کارکردی نزدیک به زبان بدن دارند؛ زیرا ما در این گونه

زبان، بدون این‌که چیزی بگوییم با حالت‌های گوناگونی که به خود می‌گیریم، منظور خود را به مخاطب می‌رسانیم. تنها تفاوت آن‌ها با زبان بدن این است که در زبان بدن، اعضای بدن هم نقش دارند؛ ولی شکلک‌ها غالباً صورتکِ نماینده‌ی سایر اعضا می‌شوند. برچسب‌ها نسبت به شکلک‌ها تنوع بیشتری دارند و شامل انواع گل‌ها و رویدنی‌ها، اجرام آسمانی، اقسام خودرو، نمادهای مشاغل گوناگون و... می‌شود. مهم‌ترین ویژگی این دو گونه تصویر این است که در همه‌ی زبان‌های دنیا قابل فهم هستند. پس می‌توانیم آن را زبان مشترک بدانیم.

انواع شکلک‌ها و برچسب‌ها دوشادوش زبان در پیام‌رسانی مشارکت دارند. البته واضح است که هرچه زبان غنی‌تر باشد و هر چقدر کاربران در استفاده از واژگان و ظرفیت‌های زبان مهارت بیشتری داشته باشند از این تصویرها کمتر بهره می‌برند. استفاده بسیار از این نشانه‌ها برای اهل زبان آسیب‌زاست و گویشور زبان را به فردی با فقر واژگان تبدیل می‌کند. طبق بررسی‌های این مقاله، فارسی‌زبانان از این نشانه‌های فرازبانی در گپ‌وگفت‌های رسمی چندان بهره نمی‌گیرند و بیشتر در تعامل‌های دوستانه و صمیمی خود به سراغ آن می‌روند. همچنین در یک نگاه کلی، کاربردهای گوناگون آن‌ها معمولاً بیشتر بستگی به این دارد که در کجای گفت‌وگو واقع شوند. چنان‌که در آغاز یا پایان گپ، اغلب حضور بسیار کم‌رنگی دارند، مگر که آن‌ها را به‌تنهایی در قالب کل یک پیام بیاورند و بعد از آن نخواهند کلامی بگویند. در میانه‌ی گپ نیز برای تکمیل و رساترکردن منظور طرفین است و چه‌بسا برای رفع ابهام از انتقال احساسی باشد یا در پی عدم تسلط کاربر بر زبان. این جریان مطمئناً بر روی زبان مورد استفاده در پیام‌رسان‌ها بی‌تأثیر نیست. زبان فارسی توانش شگرفی در ترکیب‌سازی دارد و روی آوردن به این گونه نشانه‌های فرازبانی اجازه نمی‌دهد که این توانش‌ها به کنش برسد. ضمن این‌که کاربرد نابه‌جا و افراطی انواع تصاویر متحرک کوتاه، شکلک‌ها، برچسب‌ها و... پشت‌گرم کردن به آن‌ها موجب کاهش ارزش و اهمیت زبان در نگاه اهالی زبان می‌شود که این می‌تواند به تزلزل زبان نیز ختم شود (ر.ک: تصویر ۱).

تصویر ۱: کاربرد برچسب‌های گوناگون در آغاز، میانه و پایان اغلب گپ‌های روزمره



## ۷. ظرفیت زبان در انتقال انواع پیام

عمده بحث در این بخش، توانش و کنش زبان است. «توانش زبان، دانش ناخودآگاه سخنگویان یک زبان درباره آواها، معانی و مانند آن است. کنش زبانی، رفتار زبانی واقعی است؛ یعنی کاربرد زبان در زندگی روزمره» (فالک، ۱۳۷۲: ۳۲). البته این دو رویه را در هر تعاملی اعم از گفت‌وگوهای روزمره، تماس‌های تلفنی، نامه‌های اداری و رسمی، حتی یک کتاب یا یک متن ادبی که نوشته می‌شود، می‌توان بررسی کرد و مختص به پیام‌رسان‌های مجازی نیست. ما در این پیام‌رسان‌ها با مجرای روبه‌رو هستیم که فقط در حد یک نامه برای نوشتن نیست؛ بلکه در آن، انواع فیلم و تصویر را می‌توان به اشتراک گذاشت و از طریق آن‌ها بخش زیادی از معنای مورد نظر خود را منتقل کرد. در کنار این امکانات، ظهور توانایی‌های زبان پیرو دو حالت کلی است. یکی این که ارسال این تصاویر هدف اصلی باشد و زبان تنها گاهی اوقات برای توضیح بیشتر در ادامه آن‌ها بیاید؛ مانند فیلم یا عکسی از یک حادثه آتش‌سوزی که یک جمله یا عبارت برای توضیح بیشتر درباره علت، زمان و مکان آن بیاید. معمولاً این حالت را در کانال‌های خبری یا برخی پیام‌رسان‌ها که بیش از دیگر سکوها در انتقال تصویرهای ثابت و متحرک سهیم هستند بیشتر می‌بینیم. در چنین حالتی ما با نگاهی گذرا به کانال‌های خبری متوجه می‌شویم که در آن‌ها نه تنها از ظرفیت‌های زبان به درستی استفاده نمی‌شود، بلکه سهل‌انگاری‌های مرسوم باعث بروز فراتر از انتظار غلط‌های املائی شده است. بُعد دیگر به این صورت است که ما مطلب یا مطالبی را بنویسیم و اصل کار بر پایه همین گفت‌وگو و نمود زبان باشد و بعد تصاویر یا به میزانی کمتر فیلمی برای تکمیل مفهوم به آن ضمیمه کنیم که شکلک‌ها، برچسب‌ها و تصاویر متحرک کوتاه در این حالت نقش بیشتری دارند. در حالت نخست کم‌توجهی به توانایی زبان مسلم است؛ زیرا بار انتقال معنا غالباً بر دوش عناصر غیر زبانی است، چه بسا به زبان اهمیت ندهند و همه توانایی آن را به کار نگیرند و در دومی شاهد عکس این جریان هستیم.

عامل دیگری که در میزان استفاده از توانش زبان مؤثر است، نوع پیام است. شکی نیست که توانایی زبان گاه در برابر برخی پیام‌های عاطفی یا انتقال احساسات محدود است. برآوردهای ما نشان می‌دهد که در این گونه پیام‌ها اگرچه کاربران برای جبران ناکارآمدی‌های موردی زبان به انواع تصویرها متوسل می‌شوند، حتی المقدور چه آگاهانه و چه ناآگاهانه می‌کوشند که با خود زبان و توانش آن، کار خود را پیش ببرند. بیشترین میزان ترکیب‌سازی‌ها و استفاده از کنایه‌ها یا تک‌بیت‌ها در پیام‌های عاطفی و احساسی دیده می‌شوند و هر اندازه هیجانات یا افکار جدید افراد عمیق‌تر و واقعی‌تر باشد، بسامد موارد مذکور بیشتر است. در مقابل این، پیام‌های خبری هستند که تکیه آن صرفاً بر واژه‌ها، عبارت‌ها و ساختارهای معین و محدود است. به‌رحال اگرچه در عرصه انواع پیام‌رسان‌ها صورت نوشتاری زبان نمود بیشتری دارد و در این حالت، فرستنده پیام فرصت بیشتری برای تأمل در اندوخته‌های زبانی خود دارد، باز هم مانند بسیاری

تعامل‌های دیگر توانش‌های زبان آن‌گونه که باید به کنش نمی‌رسند و مهم‌ترین دلیل آن هم راحت‌طلبی کاربران است و خود این راحت‌طلبی هم بیشتر معطوف به نبود مطالعه کافی و ناآشنایی آحاد جامعه با بخش اعظمی از ظرفیت‌های زبانی است که معمولاً نویسندگان برجسته در آثار خود به کار می‌گیرند.

### ۸. تأثیر فضای مجازی بر اجزای زبان

تا اینجا مهم‌ترین عوامل و مؤلفه‌هایی را که بر کلیت زبان مرسوم در فضای مجازی تأثیر می‌گذارند مرور کردیم. در ادامه بررسی می‌کنیم که عوامل مذکور با کدام‌یک از واحدهای زبان و با چه مبحثی از مباحث نگارشی یا رسم‌الخط بیشتر در ارتباط هستند.

#### ۸-۱. آسیب‌ها

در یک نگاه کلی، پیش از هر نکته مثبتی، آسیب‌پذیری زبان است که در رویارویی با فضای مجازی به چشم می‌آید و آن را از چند ناحیه می‌توان سنجد. نخستین وجه آن، تجدد واهی یا گونه‌ای بیگانه‌گرایی کاربران است که نمود آن را در کاربرد افراطی واژه‌ها یا عبارات بیگانه می‌توان دید. به‌طور کلی، این گرایش به بیش از یک قرن اخیر برمی‌گردد. هرچند در دهه‌های نزدیک به امروز با تلاش‌های تبلیغاتی متناسب با اهداف فرهنگی کشور تا حد زیادی از فروغ شعله آن کاسته شده؛ اما به کلی خاموش نشده است. امروزه این معضل را بیشتر بحران هویت می‌نامند که این خود تا اندازه‌ای برخاسته از پدیده جهانی شدن در سایه ارتباطات فرامرزی است. «جهانی شدن به تعبیر ساده به پدیده ارتباطات روزافزون بین‌المللی و نفوذ فرهنگ‌های گوناگون از میان مرزهای ملی و قومی گفته می‌شود» (کریمیان و احمدوند، ۱۳۹۱: ۵۹). البته مخاطب این سخن بیشتر جوانان و نوجوانان هستند. در واقع «فناوری اطلاعات، فضایی را به وجود آورده است که جوانان می‌توانند به آسانی با فرهنگ و رسوم، افتخارات، توانمندی‌ها و حتی آداب اجتماعی کشورها و جوامع مختلف آشنا شوند و تحت تأثیر این جوامع قرار گیرند و لذا اگر خود را شناسند، قطعاً دچار تردید خواهند شد که این تردید ریشه بحران هویت خواهد بود» (مهدی‌پور، ۱۳۹۷: ۷۸). در این حالت فرد تحت تأثیر فرهنگ غالب فضای مجازی، بسیاری از داشته‌های ارزشمند خودی، از جمله زبان را فدای فرهنگ و زبان بیگانه می‌کند.

#### ۸-۱-۱. غلط‌های املائی

پیش از هر مطلبی باید بگویم، غلط‌های املائی مانند شماری دیگر از آسیب‌های زبانی چیزی نیست که فقط در فضای مجازی صورت بگیرد؛ اما فضای مجازی باعث گسترش غلط‌های زبانی است و این ناهنجاری‌ها در این فضا بیشتر به چشم می‌آیند. از این شمار هستند صورت‌هایی مانند: «اصلن» به جای «اصلاً»، «بیشور» به جای «بی‌شعور»، «تارف» به جای «تعارف»، «تامام» به جای «تمام»، «پرتغال‌فروش» به جای «پرتقال‌فروش»، «بوخودا» به جای

«به‌خدا»، «دوروزمونه» به‌جای «دوره[و]زمانه»، «دوس» به‌جای «دوست»، «خونه» به‌جای «خانه»، «دقیقه» به‌جای «دقیقه»، «علکی» به‌جای «الکی»، «غلت» به‌جای «غلط»، «فقت» به‌جای «فقط»، «کلن» به‌جای «کلا»، «لقد» به‌جای «لگد»، «لنتی» به‌جای «لعنتی»، «مص» به‌جای «مثل»، «مگ» به‌جای «مگر»، «موقه» به‌جای «موقع»، «یدفه» به‌جای «یک‌دفعه»، «یچی» به‌جای «یک چیز» و... (قیومی و مسگرخویی، ۱۴۰۳: ۵۹-۸۵). این غلط‌نگاری‌ها بیشتر به تبع برخی عواملی است که قبلاً برشمردیم و دست کم متأثر از دو عامل است؛ یکی تأثیر گونه گفتاری زبان و دوم کم‌سوادی یا بی‌مبالاتی کاربران. کم‌سوادی باعث می‌شود گفتار را عیناً به نوشتار تبدیل کنند و متوجه درستی یا نادرستی واژه در گفتار و نوشتار نباشند (ر.ک: جدول ۱).

جدول ۱: برخی از ناهنجاری‌های زبانی در فضای مجازی

نوع خطا	مصادق	شکل نادرست	شکل درست
جابه‌جایی نویسه	جابه‌جایی «ذ» و «ز»	بگزار/بزار، قانون‌گزاری نشانه‌گزاری، واگزاری سپاسگزار، خدمتگزار، ناگزیر	بگذار/بذار، قانون‌گذاری نشانه‌گذاری، واگذاری سپاسگذار، خدمتگذار، ناگذیر
جابه‌جایی نویسه	جابه‌جایی «ء» و «ع»	جرعت، اشیاع، مطمعن	جرئت، اشیاء، مطمئن
جابه‌جایی نویسه	«ث» و «س» و «ص»	اساس کشی، مص (مصل)	اثاث کشی، مٹ (مثل)
غلط‌نویسی	نشانه «ا» و «ع»	ضرب‌العجل، اجالتاً، شیخ عجل	ضرب‌الاجل، عجالتاً، شیخ اجل
حذف بخشی از واژه	حذف همزه	سواستفاده، سوظن، جز اموال	سوءاستفاده، سوءظن، جزء اموال
حذف بخشی از واژه	حذف «ه» ناملفوظ	خالم، خونم	خاله‌ام، خونه‌ام
حذف بخشی از واژه	حذف «ع» و «ه»	راجب، علاقمند، باش	راجع‌به، علاقه‌مند، باشه (باشد)
افزودن نویسه	افزودن «ه»	زنده‌گی، راننده‌گان، نماینده‌گان	زندگی، رانندگان، نمایندگان
حذف تنوین	«ن» به‌جای «تنوین»	اصلن، حتمن، مطمئنن	اصلاً، حتماً مطمئناً
حذف	حذف «ه» پایانی	اگ، ب، چ، ک، ی	اگه، به، چه، که، یه (یک)
کاربرد نادرست	نشانه اضافه و صفت	حیفه نان، سمت‌ه کوچ‌ه، خواب‌ه شیرین	حیف نان، سمت کوچ، خواب شیرین
آمیختگی واج و حرف	یکسانی «ق» و «غ»	اقلب، قالباً، غصیده، تغلب و ...	اغلب، غالباً، قصیده، تغلب و ...

می‌دانیم که در فضای مجازی امکان نظارت، آموزش و یادآوری چندان فراهم نیست و فقدان این موارد، هم به غلط‌های املائی دامن می‌زند و هم رواج آن به عادی‌سازی و به چشم نیامدن قبحشان منجر می‌شود. دسترسی به ادمین عمده کانال‌ها کار آسانی نیست و همچنین سایر مخاطبان نیز به تذکرها نگرشی توجهی نمی‌کنند. با این اوصاف طبق برآوردهای این پژوهش هرچه محیط ارتباط، مخاطبان کمتری دارد و فضا صمیمی‌تر می‌شود، غلط‌های املائی بیشتری دیده می‌شود و به سطح سواد هم ربطی ندارد.

### ۸-۱-۲. نابه‌سامانی نحوی

حذف‌های بدون قرینه، فاصله‌انداختن بین مفعول و رایِ مخصوص آن، جابه‌جایی ناهنجار ارکان جمله و مواردی از این دست جزء خطاهای نحوی هستند. مسلماً از همهٔ کاربران به‌ویژه در گپ‌های دونفره نمی‌توان انتظار داشت آن‌گونه که بایسته است، قواعد نحوی را در نوشتار خود اعمال کنند؛ اما دربارهٔ برخی کانال‌های خبری یا آن دسته کانال‌هایی که متعلق به سازمان یا نهادی سرشناس هستند و معمولاً تحریریه خود را از بین افراد اهل فن انتخاب می‌کنند، جای چشم‌پوشی نیست. عمدهٔ وظیفه کانال‌های یادشده، خبررسانی است و تشویش در ترتیب نحوی جملات سرعت انتقال خبر را کاهش می‌دهد و چه‌بسا مخاطب را در فهم آن با مانع مواجه کند. این‌گونه نابه‌سامانی‌ها فقط در نابه‌جایی ارکان جمله پدید نمی‌آید؛ بلکه گاه مطلبی را می‌خوانیم که جملات زائد و نابه‌جایی دارد و فهم محتوا را به چالش می‌کشد.

### ۸-۱-۳. صورت‌های خودساخته واجی و واژگانی

این بخش از تأثیر یا آسیب فضای مجازی بر زبان از مهم‌ترین آن‌هاست که اکثر پژوهش‌های این حوزه بر روی آن تمرکز داشته‌اند. از این پدیده غالباً با عنوان نونویسی یاد می‌شود و منظور ما از آن، گونه‌ای خاص از نوشتار است که متناسب با سلیقه و ذوق کاربران جلوه‌های مختلفی دارد. حتماً تاکنون برای شما پیش آمده که یکی از مخاطبان‌تان به‌جای «سلام» برای شما «س» فرستاده است. یا دیگری که می‌خواهد حسایی از شما تشکر کند، می‌نویسد «بسیاااااااا سپاسگزارم». یا شخص دیگری که می‌خواهد خندهٔ واقعی یا شاید هم ساختگی خود را از رفتار یا گفتار شما نشان دهد، قطاری به این صورت برای شما می‌فرستد «خخخخخ». هیچ‌یک از این صورت‌های جدید واژگانی یا بازی‌های واجی تا پیش از پیدایش پیام‌رسان‌های مجازی مطرح نبودند. بی‌گمان اگر قرار بود کسی این موارد را با دست بنویسد، چندان جلوه و البته معنایی نداشت. اگر پیش‌تر اشاره کردیم که تایپ، نوشته را خواناتر می‌کند؛ یکی از مصداق‌های آن همین صورت‌های واژگانی جدید است که از قبل تایپ توانستند تقریباً ظاهری قابل قبول از خود برای کاربران ارائه دهند. پس مهم‌ترین عامل فراگیر شدن آن‌ها گسترش تایپ است. نخستین مطلبی که در این شکل واژگان باید در نظر گرفت، این است که این تکرارهای واجی همهٔ واج‌ها در نظر نیست. مثلاً اگر واج «ن» را به‌تنهایی به‌جای حرف نفی نه به کار می‌برند، تکرار آن به‌صورت «ننننن» چندان به کار نمی‌رود. یا تکرار «الف» به‌تنهایی و بیرون از واژه جلوه و برای کاربران معنایی ندارد، مگر این که در واژه‌ای مانند «سلاااااااا» باشد. گویا شکل ظاهری واج‌ها در این عبارات نقش اصلی را در بسامد و نقش آفرینی آن‌ها دارد. در چنین واژه‌هایی مصوت‌ها نیز تکرار می‌شوند و در هم‌نشینی با واج‌های کناری نقش و تأثیر عاطفی و بلاغی دارند. مسئلهٔ بعدی این است که در عین حالی که همهٔ این صورت‌های واجی، من‌درآوردی و بدون سابقه هستند تا اندازه‌ای مورد اقبال قرار گرفته‌اند و کاربران با این‌گونه تکرارها یا خلاصه‌نویسی‌ها به راحتی ارتباط برقرار می‌کنند و منظور فرستنده را به‌خوبی از آن درمی‌یابند. این دو مطلب یعنی استفاده از تعداد خاصی از واج‌ها برای این ترفند و اقبال کاربران نسبت به آن می‌تواند مقدمه‌ای باشد بر این نتیجه که واج‌ها می‌توانند با تکرار یا تلخیص

خود، معانی مختلفی در متن ایجاد کنند و زمینه‌ساز تحقیق‌های پرباری پیرامون این موضوع شوند. البته این صورت‌ها کارکرد مثبت و چندین کاربرد بلاغی نیز دارند؛ مثلاً تکرار واح‌ها برای اغراق است، مانند: «خخخخ»، «سلاممم»، «باشههههه» که تأکید و برجستگی را می‌رسانند، ایجاز دارند، عواطف را بهتر نشان می‌دهند، جای حرکات و رفتار را در برخوردها و ملاقات‌های حضوری گرفته‌اند و خود به‌جای چند جمله می‌نشینند که شاید لازم باشد ما برای بروز و انتقال احساسات و عواطف خود بنویسیم.

شکل‌های دیگر این سبک نوشتاری جدید، شکل‌های گفتاری‌ای است که به‌عنوان مثال به‌صورت «عه» برای بیان تعجب و «ن» به‌جای «نه» استفاده می‌شود یا واژه «بوس» به‌تهایی به‌جای فعل می‌بوسمت ظاهر می‌شوند. همچنین برخی کوتاه‌نویسی‌ها از این زمره‌اند: «گف» به‌جای «گفت»، «صُب» به‌جای «صبح»، «فک کردن» به‌جای «فکرکردن». غالباً چنین مواردی در گپ‌های دو نفره یا گروهی بیش از کانال‌ها به چشم می‌خورد و گویا برخاسته از کم‌کوشی زبانی‌ای است که هیچ‌گونه توجیه علمی ندارد و ازاین‌رو ما آن را در قسمت آسیب‌های زبانی آوردیم و متذکر می‌شویم که رواج آن‌ها می‌تواند قواعد زبانی را دستخوش خود کند و سرانجام به‌تدریج آن را به‌کلی از بالندگی شایسته خود دور سازد.

نوشتار در فضای مجازی با خود نوآوری دارد و البته هر نوآوری در این محیط مثبت نیست. مهم‌ترین جلوه‌های نونویسی عبارت‌اند از: «۱. اختصارسازی و کوتاه‌سازی، مانند «چن» به‌جای «چند»؛ «۲. تکرار آوا، مانند «جااااا» به‌جای «جان»؛ «۳. حذف، مانند حذف «را» از جمله: «سلام من هم برسون»؛ «۴. تغییر، مانند «مچکرم» به‌جای «متشکرم»؛ «۵. درج، مانند «اوروپا» به‌جای «اروپا»» (قیومی و مسگرخویی، ۱۴۰۳: ۱۸). همچنین بربنای یک پژوهش «باید به این موضوع توجه کرد که تقریباً در ۵۶ درصد از داده‌ها هیچ‌گونه نونویسی‌ای وجود ندارد و صورت نوشتاری واژه‌های به‌کاررفته در فضای مجازی با صورت نوشتاری معیار مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی (۱۴۰۱) یکسان است. بنابراین حدود ۴۴ درصد از واژه‌ها نونویسی دارند» (همان: ۳۱).

#### ۸-۱-۴. وام‌گیری

در یک تعریف کلی و ساده، وام‌گیری یعنی: «افزودن واژه‌ای بر واژگان از زبان دیگر» (فالک، ۱۳۷۲: ۸۰). وام‌واژه‌ها در پیام‌رسان‌ها به دو بخش کلی تقسیم می‌شوند: گروهی که در گفتارهای بین مخاطبان تبادل می‌شود؛ مانند اوکی، مرسی و... که در اصل، جهت پرهیز از تکرار معادل‌های فارسی آن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. در رابطه با این گونه واژه‌های بیگانه باید اضافه کنیم که بدون نیاز به فرهنگستان خود کاربران می‌توانند جایگزین‌های فارسی آن را به‌کار برند. لذا هرچند باید جلوی گسترش آن را گرفت، جای نگرانی نیست؛ زیرا همان تنوع‌طلبی‌ای که موجب رواج آن‌ها شده دیری نمی‌گذرد که اهالی فضای مجازی را وامی‌دارد که از آن‌ها روی بگردانند و به واژه‌های دیگر از جمله واژه‌های خودی روی بیاورند. دسته دیگر واژه‌هایی هستند که به همراه ابزارهای نوین وارد سرزمین مقصد می‌شوند. در فناوری فضای مجازی

واژه‌هایی مانند: «تلگرام»، «اینستاگرام»، «واتس‌آپ»، «چت»، «ادمین»، «سلفی»، «لایو» و... جزء این گروه هستند که برخلاف مورد قبلی در این جا دیگر کاربران چنان مهارت جایگزین‌سازی برای آن‌ها ندارند و این مهم تنها از فرهنگستان برمی‌آید. نکته ظریفی که درباره واژگان دخیل چه نوع اول، چه نوع دوم، چه در عرصه پیام‌رسان‌ها و چه در بسترهای دیگر باید گفت این است که استقبال گویشوران از آن‌ها تا میزانی به خوش‌آهنگی برخاسته از واج‌های تشکیل‌دهنده این وام‌واژه‌ها بستگی دارد: «لایو»، «لایک»، «فالوور»، «فالو»، «آن‌فالو» و... در این واژه‌ها مصوت‌های مرکب «ای» یا «حی» یادآور واژگانی مانند: «سرای»، «خدای»، «جای» و «وی» هستند که در پیشینه زبان فارسی تشخص و جایگاه خاصی داشته و دارند. صحبت بر سر این است که اگر از کلیت پاره‌ای واژه‌های بیگانه بگذریم و در جزئیات آن‌ها درنگی کنیم، می‌بینیم که بین آن‌ها و برخی ریز عناصر خوش‌پیشینه زبان فارسی، پیوندی باریک وجود دارد و بنابراین تلفظشان بر مذاق گویشوران شیرین می‌نشیند و از این رو شاید تلاش برای حذف آن‌ها کمی دشوار باشد.

#### ۸-۱-۵. دست خط

در یک تعریف درباره خط گفته‌اند: «خط شامل مجموعه‌ای از نشانه‌های نوشتاری و قواعد کنار هم گذاشتن آن‌ها برای نوشتن کلمات و رعایت مرز میان کلمات، عبارات و جملات است. بنابر دستور خط فارسی براساس مصوبه فرهنگستان زبان و ادب فارسی، خط فارسی شامل ۳۳ نشانه اصلی مانند حروف الفبا و ده نشانه ثانوی مثل کسره، فتحه و ضمه می‌باشد» (بیجن‌خان، ۱۳۹۱: ۶۹). این همان خطی است که زبان‌شناسان در تکمیل مباحث خود می‌آورند.

یکی از عوارض رواج و عادت به تایپ آن است که اگر روزگاری نه‌چندان دور دغدغه دست‌خط کودکان دبستانی در میان بود، امروزه دیگر این مسئله شامل حال بزرگ‌سالان باسواد نیز می‌شود. این موضوع هم از نظر اجتماعی حائز اهمیت است و هم از منظر فردی. از نظر اجتماعی به این صورت است که نوشتارهای دستی ساده، خود می‌تواند مقدمه‌ای باشد برای کشف استعدادهایی که بعداً می‌توانند در عرصه ملی هنر خطاطی خودی نشان بدهند و همچنین نگذارند که این هنر پیشینه‌دار از رونق بیفتد. در کنار این نکته باید به یاد داشته باشیم که چه‌بسا عرض‌اندام زبان فارسی در پوشش یک تابلوی خطاطی زیبا می‌تواند موجب اشتیاق و جذب بیشتر غیرفارسی‌زبانان شود. به عبارتی دیگر اگر صورت نوشتاری محافظ خود زبان است، خوش‌نویسی و خطاطی از زیبایی‌ها و جذابیت‌های بالقوه زبان محافظت می‌کند.

تایپ کردن با توجه به آماده بودن مواد آن یعنی حروف و فقط چسباندن آن‌ها به یکدیگر با دست‌نویس بسیار تفاوت دارد. امروزه دیده می‌شود که نوجوانان و جوانان یا حوصله دست‌نویسی جدا را ندارند یا اگر می‌نویسند اغلب بسیار نازیا و بدخط می‌نویسند. یکی از عوامل این پدیده، دوری از نوشتن بر روی کاغذ و تکیه کردن به ابزارهای آماده در گوشی‌ها، رایانه‌ها و امثال آن است.

## ۸-۲. فواید فضای مجازی برای زبان

در میان مطالب گذشته به صورت پراکنده به برخی زمینه‌سازی‌های فضای مجازی برای بالندگی زبان اشاره کردیم و در این بخش نیز به‌طور ویژه به چند مورد دیگر از فوایدی که این فضا برای زبان دارد می‌پردازیم. یکی از این فواید، ایجاد کانال‌ها یا گروه‌هایی است که دغدغه‌مندان زبان و ادبیات ایجاد کرده‌اند. با توجه به بررسی‌های این پژوهش عمده مطالب آن‌ها شامل معرفی ادیبان برجسته، شناساندن بیت‌ها و مطالب زیبا و خواندنی آنان، بررسی کنایه‌ها و مثل‌ها، خطاهای نگارشی و مواردی از این دست می‌شود. درصد بالایی از گردانندگان این مجراهای ارتباطی واقعاً اهل فن هستند و مطالب یا نقدهایی که به اشتراک می‌گذارند. گاه در حد آموزش‌های ادبیات دوره متوسطه دوم یا حتی دانشگاه، مفیدند. ظهور این پدیده که به آسانی و با هزینه بسیار پایین در دسترس کاربران قرار می‌گیرد و به دانش ادبی و زبانی آن‌ها می‌انجامد، ممکن نبود، مگر در سایه امکاناتی که فضای ارتباطات اینترنتی برای آن فراهم کرد. از دیگر نکات مثبت رویارویی زبان و فضای مجازی، آماده کردن محیطی برای ارائه مطالب کاربران مستعدی است که تا حدودی در زمینه ادب و نویسندگی مبتدی و البته جویای نام هستند. شخصی که در دایره این افراد جای می‌گیرد، می‌تواند صفحه‌ای در اختیار داشته باشد که آفریده‌های ادبی خود را اعم از شعر و نظم در دسترس سایر مخاطبانش قرار دهد. نظرها، نقدها و تحسین‌های آنان را دریافت کند و چه‌بسا از همین طریق از مرحله نام‌جویی به نام‌وری در سطح ملی یا حتی بین‌المللی برسد و باعث مباهات اهل زبان گردد.

فایده دیگر این‌که از طریق سایر سکوها که در سطح ملی بین شهروندان گوناگون، فضای ارتباطی برقرار می‌کنند، فرهنگ‌ها و به‌ویژه لهجه‌ها و گویش‌ها با هم برخورد دارند که این خود نکته مثبتی است که نباید از آن غافل ماند. این برخورد یا ملاقات می‌تواند به شایستگی زمینه رواج و شناسایی لهجه‌ها و گویش‌های متنوع را فراهم کند و ضمن جلوگیری از انزوای آن‌ها با ورود برخی واژگان اصیلشان به زبان معیار، این زبان را نیز غنا بخشد. مطلب ظریفی که در اینجا نباید از قلم بیفتد این است که روند واژه‌سازی یا معرفی واژه‌ها و عبارت‌های جایگزین فرهنگستان، غالباً متکی به زبان معیار است. حال آنکه در برخی گویش‌ها واژگانی داریم که توجه به آنان مسلماً کار فرهنگستان را در ادای این وظیفه آسان‌تر می‌کند. همچنین در حوزه خدمات و فواید فضای مجازی به زبان می‌توان به این موارد اشاره کرد:

### الف) غنی شدن زبان نوشتار از واژه‌های زبان گفتاری

غنی شدن زبان نوشتار از واژه‌های زبان گفتاری، خود موجب انعطاف و توانایی بیشتر زبان نوشتار هنگام انتقال معنا می‌شود. در نویسندگی معمولاً مرسوم است که با حفظ حریم‌ها از واژه‌های خاصی استفاده کنند که ممکن است دایره محدودی از واژه‌ها را ایجاد کند که این چندان مطلوب نیست

و مانع زیبایی و پیشرفت زبان می‌شود. اضافه می‌کنیم که استفاده از واژه‌های زبان گفتار در نوشتار و مانوس کردن آن توصیه‌ای است که استادان بزرگ زبان داشته‌اند و بستر فضای مجازی با ویژگی‌های خاص خود تا حدودی به جریان افتادن این توصیه را آسان‌تر می‌کند.

### ب) نزدیکی زبان نوشتار و گفتار و اصلاح نسبی زبان گفتار به سبب این درهم آمیختگی

هرچند ورود عناصر زبان گفتاری موجب برخی آسیب‌ها به نوشتار می‌شود، زبان گفتار نیز در مواجهه با زبان نوشتاری تأثیری از آن گرفته و خواه ناخواه اصلاحاتی می‌پذیرد. این عناصر تنها در حوزه واژه و جمله‌بندی نیست؛ بلکه می‌تواند هرآنچه در جریان نوشتار صورت می‌گیرد باشد؛ مانند: بهره‌گیری از انواع کنایه، ضرب‌المثل، تشبیهات و حتی برخی صورخیال شاعرانه. چه بسا ورود این موارد به زبان گفتار، سطح ارتباط و به دنبال آن سطح فرهنگ کاربران را ارتقا دهد.

### ج) سرعت بخشی در اطلاع‌رسانی عمومی

از آنجاکه یکی از عملکردهای فضای مجازی، تسریع در اطلاع‌رسانی عمومی است، واژه‌سازی‌های فرهنگستان نیز از این طریق فراگیرتر و سریع‌تر به مخاطبان می‌رسد و استفاده از واژه‌های جدید در فضای مجازی باعث تثبیت آن‌ها در زبان می‌شود.

### د) انتقال سریع و بی‌واسطه احساسات با شکلک‌ها

نظر به این که هدف زبان انتقال پیام است، باید توجه داشت که متن، نشانه‌های تصویری (شکلک‌ها و برچسب‌ها) را به‌مثابه زبان مکمل، ایفای نقش زبان بدن و جایگزین بخشی از متن معرفی می‌کند. گاهی شکلک‌ها و برچسب‌ها به‌عنوان نشانه‌های غیرکلامی بهتر از واژه‌ها، احساسات و حالت‌های روحی نویسنده را منعکس می‌کنند و حالت‌هایی مانند: سرخوشی، ناراحتی، عصبانیت، تفکر، وحشت، حیرت، تأیید، سپاس‌گزاری، تشویق، رضایت و... را از طریق نمادهای تصویری بهتر می‌توان به مخاطب تفهیم کرد؛ زیرا علاوه بر بیان احساسات به رفع ابهام پیام کمک می‌کند و اغلب منجر به بهبود روابط نیز می‌شود. نظیر:



### ه) گسترش فهرست واژگان

برخی از اقسام واژه مانند فعل ساده در زبان فارسی امروز فهرستی تقریباً بسته دارند؛ اما فضای مجازی این محدودیت را تا حدودی شکسته و با ایجاد و انتشار واژه‌های جدید نشان داده که هیچ فهرستی در زبان را مطلقاً نمی‌توان بسته دانست. ساخت افعالی مانند: حرفیدن (حرف زدن)، زنگیدن (تلفن کردن)، گازیدن (برای موتورسیکلت و خودرو)، گوگلیدن (جست‌وجو در گوگل) و یخیدن نمونه‌هایی از فعل‌هایی هستند که به واسطه زبان مجازی وارد فهرست زبان و کاربرد آن در

نوشتار و فضای مجازی شده است. البته این فعل‌ها بیشتر کارکرد غیررسمی دارند و نمی‌توانند در هر متن و سبک زبانی به کار بروند و ممکن است که برخی چنین افعالی را نپسندند، اما این افعال با قواعد ساخت واژه در زبان فارسی سازگارند و دست‌کم در زبان غیررسمی، غیر علمی، طنز و محاوره کاربرد دارد.

### ۹. فضای مجازی و آموزش زبان

چنان‌که در خلال این نوشتار آمده، کلیت این متن به هم پیوسته و مرتبط با زبان فارسی، آموزش آن و آسیب‌های متوجه زبان است. این آموزش هم متوجه فارسی‌زبانان است و هم غیر فارسی‌زبانان. فضای مجازی، خواه ناخواه فضای آموزش است. این آموزش می‌تواند به شکل کارگاه و کلاس و برنامه ریزی باشد و می‌تواند به همین صورت کلی و عمومی باشد؛ زیرا هر نوشته و پیامی خواه ناخواه آموزه‌ای درست یا نادرست با خود دارد. زبان نیز از این وضعیت و این ابزار هم سود می‌بیند و هم آسیب. پیام‌رسان‌ها و ابزارهای فضای مجازی، وسیله‌ای برای آموزش به‌ویژه آموزش زبان هستند. امروزه آموزش زبان چه برای گویشوران زبان اصلی و چه برای کسانی که زبان دوم را می‌آموزند از طریق فضای مجازی و به‌صورت غیرمستقیم نیز انجام می‌پذیرد. این شکل مانند حضور در فضای زبانی و آموزش مستقیم نیست؛ اما اگر آموزش زبان به درستی انجام گیرد، مجازی یا حقیقی بودن آن چندان تفاوتی ندارد. به شکل کلی دادن اطلاعات غلط و غیرعلمی درباره‌ی زبان مانند تاریخ زبان، گستره‌ی برخی زبان‌ها و ویژگی‌های آن از آسیب‌های فضای مجازی درباره‌ی شناخت زبان است. درباره‌ی غیرفارسی‌زبانان باید گفت که این گروه ابتدا از فضای مجازی زبان نمی‌آموزند و نیز با کاربران ایرانی مشخص نیست که چقدر در ارتباط باشند؛ اما با توجه به وضعیتی که در قسمت‌های پیشین بیان شد تأثیرات منفی فضای مجازی بر زبان‌نویزانان، نوجوانان و غیرفارسی‌زبانان بیشتر است.

دربرابر این چالش‌ها مدرسان زبان فارسی باید علاوه بر تسلط زبانی و داشتن سواد رسانه‌ای، شیوه‌های گوناگون آموزشی را با دادن نمونه‌ها و متن‌هایی که در آن اشتباه زبانی دیده می‌شود، درپیش بگیرند و به آموزش و رفع اشکال به غیرفارسی‌زبانان بپردازند و بخشی از تمرین‌های آموزشی را به یافتن اشتباهات زبانی در پیام‌رسان‌ها اختصاص دهند.

### ۱۰. نتیجه‌گیری

این پژوهش، نخست نشان می‌دهد که در فضای مجازی عوامل مؤثر زبان را تحت تأثیر قرار می‌دهند که عبارتند از: نگرش کاربران به فضای مجازی، غیررسمی و رها دانستن فضا، کاهش مراقبت زبانی به سبب خودمانی بودن، درهم‌آمیختگی گفتار و نوشتار، استفاده از زبان محاوره در نوشتار، گوناگونی کاربران و حضور هم‌زمان افراد باسواد و کم‌سواد، اثرپذیری از زبان یکدیگر

(تطابق زبانی)، تایپ و دشواری‌های آن، شتاب در تایپ، دشواری استفاده از برخی نشانه‌ها (ء، آ، نیم‌فاصله و...)، انتخاب کوتاه‌ترین یا ساده‌ترین شکل نوشتاری، کمبود زمان در گفت‌وگوهای آنی. این تأثیرها، ساختار نوشتاری زبان را دگرگون می‌کند و باعث کاهش توجه به معیارهای زبان شده و شکاف بین گفتار و نوشتار را کم کرده است. این کار در شکل‌های کوتاه‌نویسی، حذف قواعد، کاهش دقت در دستور و املا خود را نشان می‌دهد. پیامد این امر عادی‌شدن غلط‌های گفتاری در نوشتار، تقویت واژگان گفتاری در شکل نوشتاری و مانند آن است. غلط‌های املائی از پیامدهای نوشتاری در فضای مجازی است که خود ناشی از این علت‌هاست: تأثیر گفتار، عجله، بی‌حوصلگی، کم‌توجهی کاربران به قواعد زبانی، نبود نظارت زبانی. همچنین نابه‌سامانی نحوی در حذف‌های نابه‌جا، جابه‌جایی ارکان جمله بدون ضرورت، جمله‌بندی ضعیف که بیشترین شیوع در کانال‌های خبری و رسمی دارد از دیگر پیامدهاست.

در فضای مجازی رابطه معکوس بین نوع پیام و درجه رعایت زبان معیار دیده می‌شود: پیام‌های احساسی بیشترین نوآوری و واژه‌سازی را دارد. پیام‌های خبری بیشترین غلط‌های املائی را به دلیل کمی چسبانی عجولانه دارد و پیام‌های رسمی کم‌غلط‌تر ولی گاهی دچار نحو نادرست است. این پژوهش هشدار می‌دهد که افراط در کاربرد زبان گفتاری و نشانه‌های جایگزین کلام از ظرفیت‌های واقعی زبان می‌کاهد و مانع تولید متن عمیق و غنی می‌شود. این متن فقط بر آسیب‌ها متمرکز نیست؛ بلکه فضای مجازی برای زبان پیامدهایی مثبت هم دارد که برخی از آن‌ها عبارتند از: ورود واژگان گفتاری به نوشتار و غنی‌تر شدن زبان، کاهش فاصله نوشتار و گفتار، ورود نشانه‌های تصویری و ایجاد زبان تصویری مشترک و توسعه ظرفیت‌های جدید ارتباطی، رشد کانال‌های آموزش زبان، کشف استعدادها و نویسندگی و افزایش خلاقیت نوشتاری و آفرینش افعال جدید. تأثیر مثبت و منفی بر آموزش زبان از دیگر دستاوردهای این متن است. تحلیل دقیق‌تر موضوعات نشان می‌دهد که زبان فضای مجازی فقط منفی نیست، آن‌طور که برخی مطالعات فقط بر آسیب‌ها تأکید می‌کنند؛ این‌گونه از زبان را به‌عنوان گونه‌ای مستقل با دستور خاص بشناسیم؛ نه اینکه با آن مقابله کنیم. با توجه به متن حاضر پیشنهاد می‌شود که این امور عملی شوند:

۱. تدوین «دستور زبان فضای مجازی»؛
۲. پرهیز از برخورد تجویزی با تغییرات زبانی؛
۳. افزایش آموزش زبان در کانال‌های رسمی؛
۴. تقویت سواد رسانه‌ای زبان؛
۵. تمرکز بر حفظ تعادل بین نوآوری و زبان معیار.

## منابع

- باطنی، محمدرضا. (۱۳۵۵). مسائل زبان‌شناسی نوین. چاپ دوم. تهران: آگاه.
- باقری، مه‌ری. (۱۳۹۹). مقدمات زبان‌شناسی. چاپ بیست و چهارم. تهران: قطره.
- بیجن‌خان، محمود. (۱۳۹۱). «خط و زبان فارسی در فضای مجازی». همایش محتوای ملی در فضای مجازی. صص: ۶۷-۸۳.
- تاتار، عبدالعزیز. (۱۳۹۷). «الگوهای نوشتار زبان فارسی در پیام‌رسان‌ها؛ (مطالعه موردی پیام‌رسان تلگرام)». ویژه‌نامه نامه فرهنگستان. شماره ۱۴. صص: ۱۸۳-۲۱۴.
- خانیکی، هادی و محمود بابایی. (۱۳۹۰). «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی: مفهوم و کارکردها». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی. شماره ۱. صص: ۷۱-۹۶.
- دهقان، علی‌رضا؛ محبی، نجیبه و محیا برکت. (۱۳۹۵). «مطالعه استیکرهای وایبر و نشانه‌شناسی ایدئولوژی‌های آن». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. دوره دوم. شماره ۷. صص: ۱-۳۳.
- رضاخواه، نازی. (۱۴۰۱). «بررسی آموزش زبان و ادبیات فارسی در فضای مجازی». اولین کنگره و نمایشگاه بین‌المللی صنعت و بازارسازهای نوین.
- سقزاده، سید محمدرضا و حمزه کریم‌خانی. (۱۳۹۱). هجوم خاموش. چاپ هشتم. قم: عطر یاس.
- صادقی، علی اشرف. (۱۳۶۲). «زبان معیار». نشر دانش. شماره ۱۶. صص: ۱۶-۲۱.
- فالک، جولیا. اس. (۱۳۷۲). زبان‌شناسی و زبان. ترجمه خسرو غلامعلی‌زاده. چاپ دوم. مشهد: آستان قدس رضوی.
- قاسمی، ضیاء. (۱۳۹۷). سبک ادبی از دیدگاه زبان‌شناسی. تهران: امیرکبیر.
- قیومی، مسعود و مریم مسگرخویی. (۱۴۰۳). دستور خط و فرهنگ املائی فارسی غیررسمی. تهران: آثار.
- کریمیان، زهرا و علی محمد احمدوند. (۱۳۹۱). «جامعه اطلاعاتی، هویت فرهنگی و رسالت دانشگاه‌ها». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره پنجم. شماره ۳ (پیاپی ۱۹). صص: ۴۷-۷۶.
- مهدی‌پور، فرشاد. (۱۳۹۷). ما و مسائل فضای مجازی. چاپ دوم. تهران: سروش.
- نصراللهی، محمدصادق و محمدجواد بادین‌فکر. (۱۳۹۸). «نشانه‌شناسی فرهنگی-ارتباطی ایموجی‌ها در پیام‌رسان‌های اجتماعی، مورد مطالعه فرهنگ خانواده، فرهنگ جنسی و فرهنگ زبان دست». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. دوره پنجم. شماره ۱۷. صص: ۷۱-۱۰۵.