



رسانه‌های اجتماعی و «نوشتن»

دکتر محمود بابائی

آیا رسانه‌های اجتماعی، ساختار زبان را تغییر می‌دهند؟

نوشتن یک محصول و تولید فرهنگی است و سبک نوشتاری ما منعکس کننده درک ما از زبان و همچنین بافت اجتماعی و ارزش های ما است.

ویژگی‌های فرهنگ سایبر و رسانه‌های اجتماعی موجب تغییراتی در ادبیات نوشتاری است. مانند قواعد نوشتن، کاربرد زبان مخفی/عامیانه، لحن، استفاده از شکلک‌ها در متن، خطی یا غیرخطی بودن نوشتار.

ساختار متنی که در رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد، شامل نوع و اندازه قلم، فاصله سطرها، پاراگراف‌ها، و رنگ‌بندی متن است. این‌ها از جمله اجزاء و عناصر این ساختار هستند.

آنچه بیش از هر چیز جای تأمل دارد، سبک نگارش قالب‌های محتوایی متنی است. آیا در نوشتارها/پست‌ها، پیام‌ها، از زبان رسمی استفاده می‌شود یا زبان محاوره‌ای؟ بر پایه مطالعه‌ای که پیش از رواج فراگیر رسانه‌های اجتماعی انجام شده، سبک نوشتاری رسمی، بر سبک نوشتاری محاوره‌ای غلبه داشته است. اما این وضعیت اکنون کاملاً دگرگون شده و سبک نوشتاری عامیانه/غیررسمی، در رسانه‌ای اجتماعی بیشتر خودنمایی می‌کند. به رویکرد دیگری هم باید اشاره کرد که نوعی تلفیق بین سبک محاوره‌ای در نوشتار و سبک رسمی است. این چالش‌ها و دگرگونی‌ها در ادامه این نوشتار پی می‌گیریم.

آنچه رخ داده است:

رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های گوناگون، هر کدام به شکلی، روی سبک نوشتن کاربران اثر گذاشته‌اند. ما می‌توانیم این اثرها را این چنین جمع‌بندی کنیم:

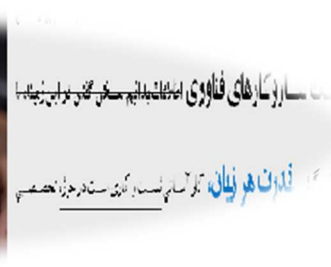
پیشگیری از پرگویی و رواج نوشتن «مختصر و مفید»

ترغیب به کوتاه و شیرین و شفاف نوشتن یک قاعده در رسانه‌های اجتماعی است. به‌طور معمول، کمتر رسانه‌ای هست که به کاربرانش اجازه محتوای بسیار طولانی بدهد. در رسانه‌های اجتماعی، کاربران تشویق می‌شوند که «کم گویند و گزیده گویند». برخی مانند شبکه اجتماعی ایکس یا توییتر، کاربران را وامی‌دارند که در این پلتفرم، سخن/پیام خود را در قالب جملات و کوتاه واژه‌های کمتری منتشر کنند. در سایر رسانه‌های اجتماعی هم کم‌وبیش این محدودیت، موجب تغییر در سبک نوشتاری بسیاری از کاربران شده است. زیرا باید مقصود خود را در قالب واژه‌های کمتر و مناسب‌تری بیان کنند.

رواج زبان غیررسمی و عامیانه

ممکن است در برخی از زبان‌ها، مفهوم «عامیانه نویسی» متفاوت باشد. در یک زبان ممکن است عامیانه نویسی به معنی استفاده از واژه‌های عامیانه (slang) و زبان و لحن کوچه‌بازاری باشد ولی از نظر دستوری، در ساختار واژه و جمله تغییر ایجاد نشود؛ اما در زبان دیگر، مانند فارسی، غیررسمی و عامیانه نوشتن، کلاً سبک نوشتار و واژه‌ها و گرامر زبان دستخوش تغییر می‌شود.

از این رو، باید پیامدهای تغییرات شگرفی که نوشتن در رسانه‌های اجتماعی از این دیدگاه مورد توجه قرار داد. تغییرات سبک و شیوه و گرامر نوشتن، در همه زبان‌ها یکسان نیست.



فراگیر شدن نوشتن، پیامد ظهور شبکه‌های اجتماعی است

چنین وضعیتی، در تاریخ بشر، بدون پیشینه است. در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، همه، به نوعی ناگزیرند بنویسند؛ حتی اگر کم! کاری که پیش از این با زبان انجام می‌شد، اکنون باید با ذهن انجام شود (با فرض استفاده نکردن از مبدل‌های صوتی و متنی). همه کسانی که در رسانه‌های اجتماعی عضویت و حضور دارند، مهم‌ترین نقش مشارکتی‌شان، نوشتن است. نوشتن پیام، یا نوشتن برای پاسخ دادن و واکنش به پیام‌های دیگران و رخدادهایی که در جریان است. این اشتراک‌گذاری و بازخوردهای آن، قطعاً یک جریان ایجاد می‌کند جریانی که ممکن است منجر به غلبه یک سبک نوشتن و لحن و کلیدواژه‌ها و اصطلاح‌های ویژه خودش باشد. این بستگی به زبان و پتانسیل آن دارد .

سخن گفتن از نوشتن در رسانه‌های اجتماعی، باید با نگاه به سایر اجزای پیام نوشتاری باشد

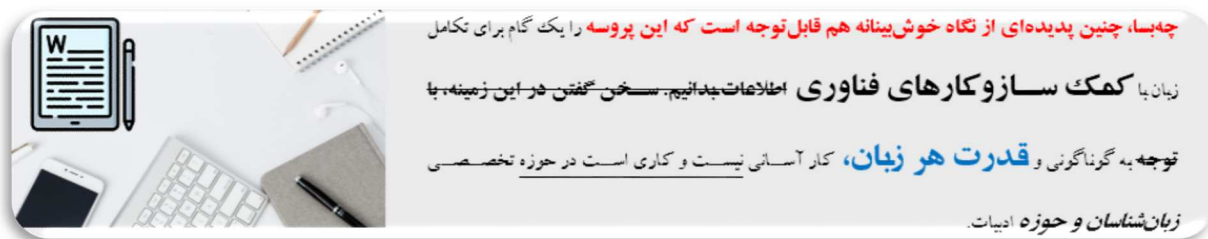
اکنون، نوشتن در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، فقط متن نیست که حامل پیام است. رنگ، علائم سجاوندی (اگر آن‌ها را جزو متن ندانیم)، ایموجی‌ها، عکس، ویدیو، و صوت هم در خدمت پیام هستند. برای شرح مقصود خود از دیگر رسانه‌ها کمک گرفت. گاهی به جای نوشتن یک جمله، برای بیان دیدگاه یا ابراز احساس، درج یک ایموجی کافی است. صرف نظر از جلوه زیبایی‌شناختی این کار، انتقال پیام و مفهوم ترکیبی، از عمق و گستره بسیار برخوردار می‌شود.

پس، اکنون، سبک نوشتن، با این ترکیب و تلفیق، و با توجه به عناصر دیگر یک پیام، می‌تواند متفاوت باشد. یعنی در نوشتن، نگاهی به جزء دیگر رسانه داشت که به درک یا تکمیل پیام کمک می‌کند.

آسان شدن تولید محتوای متنی

اشاره به اینکه می‌توان صدا انسان را به متن تبدیل کرد (و برعکس نیز) و تولید متن از طریق گفتار را در رسانه‌های اجتماعی به خدمت گرفت، حاکی از تأثیر قطعی و مستقیم گفتار بر نوشتار است. این، معنی‌اش، رواج نوشتن عامیانه و غیررسمی است. پیش‌ازین، به کیفیت و عمق این تغییر، اشاره کردیم.

نکته مهم دیگر، رواج گسترده بهره‌برداری از «هوش مصنوعی» و ابزارهایی که در دسترس عموم است، می‌تواند شاهد دیگری باشد بر اینکه تولید محتوای متنی بسیار آسان شده است. اما آیا الگوی نوشتاری ابزارهای هوش مصنوعی غلبه پیدا می‌کند یا خیر، نمی‌توان پیش‌بینی قطعی کرد.



مشارکتی شدن نوشتن و الگوی هماهنگ‌سازی متن

در رسانه‌های اجتماعی، تبادل پیام به زبان مشترک بین کاربران، این پیامد را دارد که رعایت سبک نوشتاری که با پیام یا پیام‌های دیگر سازگاری و هماهنگی داشته باشد، نوعی الزام عقلی و اخلاقی می‌شود. این سبک مشارکت در تبادل پیام، چه‌بسا که به خلق الگوهای نوشتاری ویژه‌ای منجر شود. بازهم، اشاره کنیم که در این زمینه باید پتانسیل را در نظر گرفت. در اینجا، سلیقه‌های شخصی نوشتن، ممکن است به حاشیه رانده شوند و گزینه‌ها و ترجیح‌های شخصی، محدود گردند.

سرعت نوشتن

در رسانه‌های اجتماعی، گردش اطلاعات از چنان سرعتی برخوردار است که کاربران کمتر فرصت می‌یابند نوشته‌های خود را به لحاظ گرامری و درست‌نویسی، بازبینی کنند.

ویراستاری هم در بین نیست. این ویژگی می‌تواند برای آسیب‌رساندن به زبان و خدشه‌دار کردن آن هشدارآمیز باشد

از این رو، پیداست که این سرعت بالای تولید محتوای متنی، بر روی کیفیت و شبک نگارش تأثیر می‌گذارد و ضرباهنگ ویژه‌ای بدن می‌بخشد که شاید در زبان‌های گوناگون، این ضرباهنگ متفاوت باشد.

سبک روایت

فضا و امکانات رسانه‌های اجتماعی، نویسنده را در سبک روایت گزارش و داستانش، تحت تأثیر قرار می‌دهد. دگیر نمی‌توان انتظار داشت، کاربر رسانه‌های اجتماعی، حوصله خواندن مقدمه‌های توضیحی و مطالب کشدار را دارند. ماندگاری در این فضا، نیازمند رعایت ملزومات آن است؛ این ملزومات چیزی است که بر روی سبک نوشتاری نویسنده تأثیر بی‌چون و جرا می‌گذارد و او را ناگزیر می‌کند از سایر رسانه‌ها نیز برای روایت داستان و افکار خود، بهره‌گیرد. آن‌چنان‌که نویسنده قادر شود، کاربر رسانه اجتماعی را درگیر نوشته و فضای داستان یا محتوای کند.

تأثیرهای فرازبانی

تبادل محتوای متنی در رسانه‌های اجتماعی، محدود به یک زبان خاص نمی‌شود. مرآده بین زبانی و فرازبانی هم که موجب تأثیر بر نوشتن و نوشتار می‌شود هم رخ می‌دهد. مرآده‌های بین زبانی، اکنون به در دسترس بودن «مترجم‌های ماشینی» مانند «مترجم گوگل» بسیار آسان شده است. واژه‌ها وام داده می‌شوند و وام گرفته می‌شوند و در درازمدت، شاهد تغییراتی شگرفی در نوشتن خواهیم بود.



یکی از فعالیت‌هایی که فارغ از حوزه زبانی و نوشتاری خاص انجام می‌شود، رونق هشتک‌ها (hashtags) و کلیدواژه‌ها (keywords) است که موجب آفرینش عبارات و کوتاه-نوشت‌ها و ژانگان نو، بیان کوتاه مفاهیم، خلق هویت، فراگیر شدن مفاهیم می‌شود.

چه‌بسا، چنین پدیده‌ای از نگاه خوش‌بینانه هم قابل تأمل باشد؛ بدین لحاظ که این پروسه را یک گام برای تکامل زبان با کمک سازوکارهای فناوری اطلاعات بدانیم. سخن گفتن در این زمینه، با توجه به گوناگونی و قدرت هر زبان، کار آسانی نیست و کاری است در حوزه تخصصی زبان‌شناسان و حوزه ادبیات.

سخن پایانی

اکنون می‌توانیم بگوییم انحراف از ساختار سفت و سخت برای نوشتن روایت تا حد زیادی تحت تأثیر رسانه‌ای است که برای درج و فرستادن پیام استفاده می‌شود. ممکن است واژه‌های کلید یک زبان، به دلیل ساده‌نویسی مفرط، حذف شوند؛ ساختار ظاهری نوشته‌ها دگرگون و تیتراگذاری و فصل‌بندی دستخوش تغییر شود؛ نوشته‌های زمخت ویرایش نشده بر رسانه‌های اجتماعی سلطه پیدا کنند؛ لحن و شیوه روایت‌گری را دچار محدودیت کنند؛ و در پایان تغییرات را شکل دهند که باید آن را در بستر کلان «تغییرات فرهنگی» مورد توجه قرار داد.

آیا این تغییرات در سبک نوشتن، ما را در آستانه تغییر در عرصه‌های دیگر قرار داده است؟

منابع

بابائی، محمود (آذر ۱۳۹۱). گزارش نهایی طرح پژوهشی: تولید محتوا در فضای سایبر. مورد مطالعه: وبلاگستان فارسی. صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور. معاونت علمی و فناوری. ریاست جمهوری.

Harris, Joel Mark (2023) *Social Media Writing: How Has Social Media Impacted Writing?* In: <https://ghostwritersandco.com/social-media-writing/> (retrieved: 20-1-2025).

Mailchimp Content Style Guide (2023) Writing for Social Media. In <https://styleguide.mailchimp.com/writing-for-social-media/> (retrieved: 22-1-2025).

Social Media and Writing

Mahmoud Babaei (Phd)

Does Social Media Change the Structure of Language?

Writing is a cultural product, and our writing style reflects our understanding of language as well as our social context and values. The characteristics of cyberculture and social media have led to notable changes in written communication, including shifts in writing rules, the use of slang or colloquial language, tone, the use of emoticons of text.

The structure of text formed in social media encompasses various elements, such as font type and size, line spacing, paragraph structure, and text color. These components play a critical role in shaping communication on these platforms.

A significant aspect to consider is the style of writing used in different content formats. Are formal language and styles being utilized in posts and messages, or is colloquial language more prevalent? Prior to the rise of social media, formal writing predominated over informal styles. However, this trend has reversed; the informal, colloquial style is now more prominent in social media communications. Additionally, many writings now blend colloquial and formal styles.

In this article, we will explore the following challenges and changes brought about by social media:

- The shift from verbosity to “brief and useful” writing
- The increased use of informal and slang language
- The impact of social networks on writing practices
- The role of other message components in writing
- The ease of producing textual content
- The collaborative nature of writing and text coordination
- The speed of writing
- The narrative style
- Metalinguistic effects

These elements collectively illustrate the evolving landscape of writing in the context of social media.