

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹

نوع مقاله: پژوهشی

سبک‌های نوشتاری توییت‌های انتقادی در میان کاربران ایرانی

نوشته

فاطمه‌سادات حسینی *

محمدسعید ذکایی **

* 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.zokaei@gmail.com

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 تک‌صدا 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، آبرونی، 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.

مقدمه

تا پیش از ورود شبکه‌های اجتماعی به ایران و گسترش آن، فضای اغلب رسانه‌ها، فضایی تک‌صدا و تک‌آوایه بود. صدای قدرت از همه صداها 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 وا همه، 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 می‌گذارد و ابراز 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 و 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 صداها، 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، به‌خصوص 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 توییت 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 روبه‌رو 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 به شمار می‌رود.

متن‌محور بودن و محدودیت استفاده از واژگان در توییت، سبب شده که کاربران در انتخاب و گزینش تک‌تک کلمه‌ها و عبارت‌ها، دقت و توجه بسیاری داشته باشند. کاربران توییت، به تدریج 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 فعالیتی 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

^۱ Jack Dorsey

هدف اصلی این مقاله، تحلیل سبک نوشتاری کاربران منتقد سیاسی در فضای توییتر است. همان‌گونه که هدف اصلی مطالعات فرهنگی، مطالعه سبک خرده‌فرهنگ‌ها 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 توییتر 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 توییتر است، حساس بود و می‌توان آن را به اشکال مختلفی، به‌خصوص از رویکردی ادبی و فرمالیستی مورد توجه قرار داد؛ (همان گونه که در این مقاله سعی شده است). سؤال اصلی که می‌توان در این مقاله مطرح کرد، این است که کاربران انتقادی توییتر از چه سبک‌های نوشتاری‌ای برای نوشتن توییت‌ها و نقد فرهنگ سیاسی استفاده می‌کنند.

چارچوب‌های مفهومی

مطالعه توییتر، 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 به‌وجود 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"^۲ "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^۳، 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 نمی‌گنجد (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 توییت‌ها، 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).

². Richard Dic Hebdige

³. John Fiske

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. 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، حس‌آمیزی، تعلیق، نوآوری‌های واژگانی و طنز بودند (احمدی، ۱۳۷۱: ۶۰).

تویتر، به عنوان فضایی چندصدای و گفت‌وگومحور و نیز شبکه‌ای که در آن بیشتر متونی انتقادی تولید می‌شود که بیانی طنز و گروتسک^۴ دارد، به ناچار ما را به سمت آرای باختین^۵ 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 مفاسد جامعه و حقایق تلخ اجتماعی را، به صورت اغراق‌آمیز، 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 بر خلاف ایدئولوژی و فرهنگ رسمی نوشته شود و سلطه را به چالش بکشاند. باختین به اینکه زبان چگونه قدرت را از هم می‌گسلد و صداها را 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 گفت‌وگومحور 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 سرمایه‌داری و بورژوازی را از پدیده‌های مدرن، به خصوص 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

4. Grotesque

5. Bakhtin

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 اسطوره زدایی، 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 می‌کشید 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 شکل‌گرفته در فضای توییت مفید است. به این ترتیب، اساس و مبنای 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.

پللوینسون در یکپژوهش، فرایند تغییر شکل و تحول‌های رسانه‌های اجتماعی را از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ مورد مطالعه قرار داده‌کهدر آن، به تدریج مصرف‌کنندگان شبکه‌های هم‌چون توییت، فیس‌بوک و یوتیوب تولید کنندگان تبدیل شده‌اند، که برخلاف رسانه

های 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، به

خصوصاً توییت، تأکید زیادی کرده‌است. او اعتقاد دارد که توییت، اهمیت فراوانی در کار، سرگرمی و زندگی افراد دارد. توییت‌هایی

شک، آغاز نقیشتیاست که آن‌ها در سال‌های پیش رو، در جهان خواهند داشت (لونیسون^۶، ۲۰۱۲).

جواد افتاده، در پژوهش‌های سبک‌های رسانه‌های اجتماعی چگونه کار می‌کنند؟ برای این کار، به سراغ تحلیل توییت (کاربرانتو توییت‌فارس) (رفته‌است) او در این تحقیق، ضمن مرور نظریه‌های مربوط به رسانه

های اجتماعی به تولید ادبیات، درباره چستی، تاریخچه، انواع، نقش‌ها، ویژگی‌ها، کمپین، بازاریابی، مدل‌های درآمدی و غیره رسانه‌ها با اجتماع پیرداخته‌است. افتاده، نتیجه‌گیری کرده که همبستگی اجتماعی و انسجام در کاربران فارسی‌توییت بالاست.

سرمايه اجتماعي لاينيز در شبكه وجود دارد. بنابر اين افراد از حمايت بيشتري در شبكه بهره‌بردار هستند. هم.

6. levinson

ریختیاجتماعینیز، درایشبکه‌های انبلا پیرادارد کهنشانی

دهد، افراد بیاطبقه اجتماعی، ثروتو مقام مشابه، احتمالیشتریدارد که تفاق، بایکدیگرمعاشر تکندو همراشوند) افتاده، (۱۳۹۲

روز بهانیدریکپژوهش، بهنقشترندهایتوییتربرجسته سازیموضوعها، نزد افکارعمومیدانشجویاندانشگاههایتهرانمی پردازد .
اوبانتخاببرخیاز هشتنگ هاییکهترندتوییترباروشیمایشی، تأثیر آنهشتنگهارابر ۳۹۹ دانشجویاندانشگاه
هایتهرانموردبررسیقرار دادهاست
کنند؛ بیشتر مردان، کمتر مذهبیوبیشترسیاسیهستند
تواندمشخصکند که دانشجویاندر باره چهچیز یفکر کنند، بابهعارتدیگرموضوع

هایخاصیرادرافکار آنانبرجستهکنند؛ اما تأثیر آن، محدودد به دانشجویانیباویژگی هایخاصو همچنینباشروطیاز جمله، همراهیسایر رسانه
هاباترندتوییتراست) روز بهانی، (۱۳۹۸

روش تحقیق

اینمقاله، بر اساسیکرویکرد چند روشیشکلگرفتهاست، کههمهمسویه هاینشانه شناختیو همبهروش هایفرمالیستینظر دارد .
ترکیبایندو، بهترینروشوبود کهمی توانستیمچگونگیسبکنوشتاریتوییتهارا تحلیلکنیم
در حقیقتفرمالیسم، ابزارهاومعیارهایعملیادراختیار نشانه شناسانقرامی دهد کهبهمکاممی تواندمنتیراموردمطالعتهقرار دهند
از آنجاییکه، اطلاعاتدر توییتربهصورتمتناستوتنهاکار ضروری، گردآور یوگزینهصحیحو تحلیلا آنهاست؛ نشانه
شناسیونقد ادبی، بهترینروشیاست کهمی تواناز طریقآنشبهکهایاجتماعیراموردمطالعتهقرار داد، کلمههاو جزئیاتتوییتهارابیرونکشید، گره
هاو پیچیدگیهایآنرا کشفکرد، بهمعنایضمینیشتمتونسیدودرنهایتتهقراردادها ییدستیداکرد کهکاربرانمیانخوددهو جودآورده اند
(سبکنوشتاری (و همچنینبهرهنگسیاسیو اجتماعیکهدر توییتربا حاکماست، پی برد.
همانگونه کهبهارتدر روش نشانه شناسیخود، جزئیاتمتنرابیرونمی کشیدو معانیصریحرازمعانیضمینیدامی
کرد، دراینمقالهنیز، بابیرونکشیدنجزئیاتتوییتها، کشفآرایهها، ارجاعاتو تمهیداتادبیکهدرانبهکاررفته، می
توانبغیر از دستیابیبهمعنایصریحتوییت
ها، بهمعنا یضمینیمستتر در آننیز دست یافتونقدو اعتراضیرا کهکاربراندر توییتبا استفادهاز سبکخاصو تمهیداتادبیکرددهبودند، دریافت
بایدتوجهکرد کهبهارت، بهغیر از روشنشانه

شناسی، نگاهیهبهمعیارهایفرمالیستیداشت؛ براینمقالهباستعاره، تشبیه، بینامتنیت، خلافتادی، توجهوازانها گره گشاییمی
کردواز طریقهمینگره گشاییبهمعنایضمینیدرون توییت هادستیدامی کرد .

بنابراینوقتیگفتهمی شودروشیهکار گرفته شدهدراینمقاله، همسویه هاینشانه شناختیو همفرمالیستیدارد، منظور همیناست
اگردرخوانشابتدایی، توییتینامفهومبود، بایدبینامتنیتیااستعاره هایهر تمهیدادبیدیگرا کشفکردو توییترا باردیگرخواند، تابخوانشضمنیتوییت
ومقصودکاربراز آن، دستیداکرد؛ براینمقالاگرتوییتبا یکبینامتنیتبهصورتضمنی، بهحادثهایجمله ایشناخته شدهدر خارجاز متنارجامعی
دهد، بایدآنحادثهایجمله ایرا کهدر توییتبهصورتصریحبیاننشده، شرحداد، تارتباطبینآنوتوییتبهمشخصشود

حالاکرتوییترا باردیگربخوانیم، گرهمتنرفعومتوجهمعنایضمینیتوییتخواهیمشد
ها، بایدبهرسایطاجتماعیوتاریخیهم کهتوییتدر آنو شته شده، توجهکرد . براینمقال، اگر توییتیدراوجبحراناقصایدسال ۱۳۹۷
نوشته شده، آنرا در تحلیلگنجانیم؛ اینفرایند تحلیلیدر تمامتوییتها، انجامشده کهبخشیا از آندر قسمتیافته هایمقالهآورد هشد هاست .

توئیت‌های مورد مطالعه ما، چند معیار داشتند ۱. نوشتاری متن محور باشند ۲. سوییۀ انتقاد داشته باشند؛ یعنی طراحان آن‌ها، به‌عنوان نیروهای مرکز گریز، قصد به‌چالش کشیدن قدرت توایدن و لورژ میس‌لتر داشته باشند ۳. توئیت‌های یکپسیدها باشند و با استفاده از تمهیدات و آرایه‌های ادبی، منظور خود را ضمنی و غیر مستقیم بیان کنند.

بر اساس طرح کلی نمونه‌گیری، توئیت‌های بیست نفر از کاربران، در سال ۱۳۹۷ به‌صورت غیر تصادفی و کاملاً انتخابی، مورد مطالعه قرار گرفتند. شیوۀ شناسایی و انتخاب این بیست کاربر، از جابجایی توئیت‌ها و توئیت‌های مورد پسند تعدادی از کاربران است که در این سبک‌نوشتاری بودند. با این تکنیک، به تدریج بر شمار کاربرانیکه باید توئیت‌هایشان مورد مطالعه قرار می‌گرفت، افزوده شد؛ در نهایت بیست نفر از کاربران انتخاب شدند که سبک‌نوشتاری‌شان، با سبک مورد نظر این تحقیق شباهت داشت. به‌صورت آن‌ها فریم‌بندی توئیت‌هایشان را جمع‌آوری کردیم؛ در کل ۱۲۰ توئیت را مورد مطالعه قرار دادیم. از طریق یک تحلیل‌شناسانه شناختی و فرمالیستی، به‌تصویر این شکل دهنده و فرم‌م‌صورت‌متن توئیت‌ها، آرایه‌ها، پیچیدگی‌ها، ابداعات هنری آن‌ها را اگره‌گشایی کردیم و به‌معانی ضمنی‌نوشتاری‌ها دست یافتیم. توئیت‌های تحلیل شده را، براساس پانزده ویژگی صورتی و آرایه‌ای، که از همه مشخص تر بودند، دسته‌بندی کردیم. به‌علت کمبود فضای توانم‌آمان ۱۲۰ توئیت را در این مقاله گنجاند، بنابراین در ادامه، فقط ۱۱ توئیت آورده شده، که نشان‌دهنده چهار مورد از ویژگی‌های صورتی مورد مطالعه ما است. این ۱۱ توئیت، به‌گونه‌ای انتخاب شده‌اند که بتوانند هر توئیت به‌جای یک آرایه‌ای، چند آرایه را تحلیل کرد تا نماینده بهتر و گویا تر از سایر توئیت‌ها بیابانند که این مقاله گنجایش اضافه کردن آن‌ها را نداشت؛ برای مثال می‌تواند ریکتویت همزمان بینامتنیت، استعاره و طنز را مورد مطالعه قرار داد. روش‌شناسی، نتایج هم‌مک‌ها در انتها به‌مقاله‌ها آورده شده، براساس مطالعه همه ۱۲۰ توئیت انتخاب شده است و فقط منحصراً به این ۱۱ توئیت نیست. در مورد روایا و پی‌نوشت‌ها، می‌توان گفت که تمام توئیت‌ها مطابق با واقعیت، یعنی به‌همان‌صورتی‌آمد‌هاست که کاربران، در صفحه توئیت خود منتشر کرده‌اند. نام‌کاربر و تاریخ و زبیک‌ها را در صفحه خود منتشر کرده‌اند، در تک‌تکیافته‌ها، آورده شده است. سبک‌ها خصوصاً که این مقاله به‌دنبال مطالعه و تحلیل آن‌است، می‌توان به‌کاربران انتقاد توئیت‌ها را تعمیم داد؛ اما اگر دقیق‌تر بنگریم توئیت‌ها را می‌توانیم، در عین‌اینکه کاربران از این سبک‌نوشتاری‌ها استفاده می‌کنند، هر کاربر با توجه به تجربه‌ها، مطالعات و اطلاعات یک‌ه‌دارد، و روش‌نوشتاری خاص‌ی‌دارد، برای مثال کاربری در واک‌نش به مسئله ایمان‌درا ناطاعاتی، از تشبیه‌ها استفاده می‌کند و کاربر دیگر بر این‌سوالاتی‌بروز‌نمی‌آید؛ اگر توئیت‌ها را می‌توانیم استفاده می‌کنند؛ اما تمام این روش‌ها را می‌تواند ر قالیبک سبک‌نوشتاری‌گر د آورد؛ به‌صورتی‌که کاربران، با سبک‌نوشتاری توئیت‌های یکدیگر آشنا هستند و آن‌ها را در کمی‌کنند. بنابراین شواهدی‌اکو تشابه میان سبک‌نوشتاری‌ها را انتقاد توئیت‌ها، میان‌کاربران این سبک‌نوشتاری‌ها را می‌توان به سبک‌نوشتاری‌ها تعمیم داد. در مورد پایایی و هش‌باید گفت، اگر معیارها و روش‌های نشان‌دهنده شناختی که در این مقاله به‌کار گرفته شده، در اختیار پژوهشگر کیفی‌نگر دیگر قرار می‌گرفت، نتیجه تحلیل توئیت‌ها تا حد و دیهیکدیگر شباهت داشت؛ اما باید دانست در روش کیفی، به‌خصوص در حوزه نقد ادبی، هیچ‌گاه کار دو منتقد ادبی با هم‌ی‌تسا می‌تواند یکدیگر نمی‌شوند. تحلیل‌گران یا منتقدان، با توجه به تجربه‌ها، مطالعه‌ها و دانسته‌های شخصی‌شان، هر یک روش‌های مطالعه خاص خود را دارند.

یافته‌های تحقیق

بینامتنیت

یک‌پاز ویژگی‌هاییکه حضور محسوس‌تر توئیت‌ها داشت، بینامتنیت بود. بینامتنیت در متن، شامل اشاره‌ها و ارجاع‌های پی‌هم‌مین‌ها و یافت‌های فرهنگی، اجتماعی، از پیش‌نوشته‌ها، از پیش‌خوانده‌ها، و نیز ارجاع‌های بی‌بایدات، رویدادها یا خبر یا اسبق فرهنگی است (گراهام، ۱۳۸۰: ۳۹). متن‌ها در عمل، از شخصیت‌ها، رویدادها، درون‌مایه‌ها و ابزارهای سبک‌شناختی موجود در متن‌نپیش‌از خود استفاده می‌کنند و به‌آن‌ها را جامعی

دهند) تودوروف، (۱۰۱). ۱۳۷۷: نویسنده‌ها جایانکه‌ها جرایر به‌صور تکامل‌در متنبیاورد، فقط کلمه
ایازیکرویداد یا متنبیر ایانکردهو مابقیر ابه‌عهد هم‌مخاطبمی گذارد؛ مخاطب‌سازار جاعبها آنکلمه، معناینفته‌در تویترادر کمی
کندومتوجه‌معنایضمینانمی شود.

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 (anadi ، ۸ تیر).

مؤلف‌درایت‌توییت، با‌استفاده‌از بینامتنیت، مخاطبان‌شرا به‌فیلم‌میان‌ستاره‌ای^۷ «کریستوفر نولان» ارجاع‌می‌دهد.
خواننده، برایدراک‌این‌بینامتنیت، بایداین‌فیلم‌را دیدهباشد، یعنیاین‌فیلم، پیش‌زمینه‌اشقرار می‌گیرد؛ سوادیکه‌بهاواین‌فرصت‌را می
دهد، تا‌تواندایت‌توییت‌ها را متنبیرا که‌بها‌صور تیبها این‌فیلم‌مریوط‌است، درک‌کند. مؤلف‌بازبان‌طنز، وضعیت‌ایرا نرا به‌این‌فیلم‌تشبیه‌می‌کند.
اگر‌فرداین‌فیلم‌را دیدهباشد، می‌داند که‌فیلم‌به‌دو بخش‌کامل‌آتما‌یز تقسیم‌می‌شود، بخش‌اولکه‌مریوط‌است‌به‌خشکسالی، وقوعطوفان
هایشنوریزگرد

ها که‌زندگیو کشاورزیا‌ها‌ایمن‌طقه‌را مختل‌کرده‌استو بخش‌دو مک‌ه‌قهرمان‌داستان‌از طرف‌سازمان‌فضایبیا‌سفینه‌به‌یک‌سفرچندساله‌به‌سویسیاره
هایدیگر می‌رود، تاجاییرا بریزند گیانتخاب‌کنند؛ چرا که‌زندگی‌درزمین، با‌شرایطیکه‌در بخش‌اولفیلم‌نشان‌دا‌ده‌شد، دیگر امکان‌پذیر نیست.
بخش‌دو، مفیلم، شاهدو وضعیت‌به‌تر و مطلوب‌به‌هستیم، که‌در قسمت‌اولوجود نداشت. مؤلف، ابتداایرا نرا به‌این‌فیلم‌تشبیه‌می‌کند
اما‌باباز خوانیت‌وییت‌ومتوجه‌می‌شویمکه‌هاو به‌صور تآیرو نیکو‌طنز بینامی‌کند که‌هایرا تشبیه‌بخش‌اولفیلم‌است؛ یعنیهمان‌طوفان
هایشنو حمله‌ریزگردها که‌زندگی‌را مختل‌کرده‌بود؛ یعنیایرا نه‌چشما ه‌تیباقسمت‌دو، مفیلم، یعنیبخش‌مطلوب‌فیلم، ندارد.
مؤلف، برخلاف‌تصور مخاطبان‌شعم‌لکرده‌است، او با‌این‌تشبیه، وضعیت‌ماناس‌ب‌زندگی‌درایرا نرا، به‌وضعیت‌ماناس‌ب‌فیلم، که‌با‌خشکسالیوریزگردو
مختل‌شدن‌زندگی‌هم‌راه‌بود، مقایسه‌می‌کند و قصد‌دارد وضعیت‌موجود را مورد‌انتقاد قرار دهد.

سردر شبکه‌خبر 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 ۲۵۰۰ساله، خطاب به "کوروش" گفته بود. مؤلف سعی می‌کند، به طرز خنده‌داری، این جمله را در مورد
شبکه‌خبر صداوسیما به‌کارگیرد و به‌آن‌مرتب‌تک‌کند. شاهدرا این‌سخن‌رانی، خطاب‌به‌کوروشگفته‌بود: «کوروش!
آسوده‌بخواب، زیرا که‌ما بیداریم»؛ حال‌مؤلف‌به‌وسیله‌یک‌خیال‌پردازی، تصور می‌کند‌سردر شبکه‌خبر این‌جمله‌را خطاب‌به‌مردم‌نوشته
اند، مرد‌آسوده‌بخوابند، زیرا شهر در امن‌و‌امان‌است؛ دروغ‌یا‌ست‌که‌فقط‌شبکه‌خبر می‌تواند آن‌را بگوید.
در حقیقت، شهر در امن‌و‌امان‌نیست‌و این‌جمله‌در بستر اجتماعی‌و تاریخی که‌نوشته‌شده، آیر و نیک‌محسوب‌می‌شود. زمانیکه‌مؤلف‌ایت‌توییت‌را می
نوشت، مصادف‌بود با‌وجوت‌موج‌بحران‌اقتصادی‌و پس‌از آن‌اعتراضات‌مردمی، نسبت‌به‌وضعیت‌ماناس‌ب‌اقتصادی؛ بنابراین‌شهر، در امن‌و‌امان‌نبود.
مؤلف‌با‌استفاده‌از زبان‌آیرو نیک، قصد‌دارد دروغ‌و تحریف‌ات‌ایرا ملا‌کند که‌رسانه‌ملی‌منتشر می‌کند.
او درایت‌توییت، با‌ظرافت، از آرایه‌تشبیه‌استفاده‌می‌کند؛ شاه‌نیز این‌جمله‌را از مانینگفت، که‌نا‌برای‌یو‌گرانیدر جامعه‌بیداد می‌کرد و او و ان‌مود می
کرد که‌شهر در امن‌و‌امان‌است. مؤلف، سخندور غین‌شاه‌را، به‌عمل‌و حرک‌ترسانه‌ملی، در بازتاب‌اخبار، تشبیه‌کرده‌و سعی‌می
کند این‌را بگوید که‌شهر دو، یک‌عمل‌انجام‌می‌دهند و هر دو به‌مردم‌رو غمی‌گویند و او ضاع‌به‌صور تی که‌آنها می‌گویند، نیست!
مؤلف، بازبان‌طنز و به‌صور تغیر مستقیم، به‌این‌اشاره‌می‌کند که‌شبکه‌خبر و سایر شبکه‌های رسانه‌ملیدر گزارش‌ها و اخبار‌ها، حقیقت‌را نشان‌نمی

7. INTERSTELLAR

دهند. مؤلف، با این آشنایی زدیاز شبکه خبر و افشا حقایق پیشترده، قصد دارد آنرا مورد انتقاد و تمسخر قرار دهد.

سوهان حاج اکبر واتیکانی و پسران (جبین شناس، 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؟ بر اینگونه دانی پیچیدگی، باید بینا متن تیرا پیدا کنیم، که مؤلف با مهارت در توییت قرار داده است. او مخاطبانش را، به خبریاری جامعه می دهد که آنروزها به موضوعی دیگر توییت تبدیل شده بود. ماجرا از این قرار بود که مدرسی که از مدرسه همدان، در نوشته ای پیشنهاد داده بود تا قم نیز مانند واتیکان به کشوریم مستقل تبدیل شود. توان ارتباطی اکبر واتیکانی و قم را توییت وجود دارد، یافت. کند و در خیالش، یک سوهان فروشی می سازد. علاوه بر پسرانش؛ مثلاً حاج حسین فروغی و پسران. مؤلف با زیرکی و ظرافت، به جای نام خانوادگی حاج اکبر، واتیکانی را اقرامی دهد تا با این بینا متنیت، به آشناسان اشاره کند و آنرا مورد انتقاد و تمسخر قرار دهد و با قلمو بینا نکهدارد، توانسته گوینده این خبر را به چالش کشاند. نویسنده با به کار بردن بینا متنیت، حرف های ایراکه نمی تواند بیان کند، یا بیانا آن هادر محیط محدود توییت نمی گنجد؛ آشکار می کند. در حقیقت، بینا متنیت از این راه یا مجاز است. بیشتر نیاستفاده ای که کار بران از بینا متنیت داشتند، اشاره وار جاع به خبر خیال سخنان مسئول نبود. مؤلفان، به کلمه های کلیدی یک خبر، یا واقعه یا اشاره می کنند، که حاشیه های زیاد به وجود آورده و از این طریق، نسبت به آن رویداد و اکنش نشانی دهند؛ و اکنش که نسبت به آن رویداد، سویی انتقاد دارد. بنابراین در بینا متنیت، چیز زیاد در لفظ نمی آید، پشت همانا لفظ و کلمه های اندک، معانی ضمینی بسیار وجود دارند.

پارودی

پارودی، نمایانگر نقل قول همراه با دستکاری یا گاهانه یا از یک متن یا یک سبک ادبی است (آسا برگر، ۱۰۵: ۱۳۷۹). پارودی، تقلید ساختار و فرم جمله های متن یا شنا است، به نحوی که مخاطب با خواندن متن پارودی، به یاد جمله یا آشنایی افتد. پارودی، هنگامی به خوبی فهمیده می شود که مخاطب آن چه مورد تقلید قرار گرفته، آشنا باشد. به خانه ای من اگر آمدی، برایم دوام بیاور. خیلی وقته تموم کردیم خلاصه #دوام - می آوریم (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 می کند. او سعی می کند با تقلید مسخره آمیزی، شعر فروغ را تغییر دهد و با جابه جایی کلمه ها، 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 می دهد؛ وزیر مربوطه، در مصاحبه ای از مقاومت مردم ایران در برابر تحریم گفت و این را اضافه کرد که «ما در برابر تحریم ها دوام می آوریم». بعد از منتشر شدن این خبر، بلافاصله واکنش های زیادی در شبکه های اجتماعی شکل گرفت و کاربران عصبانیت شان را با هشتک های "#دوام می آوریم"، نشان دادند. در وضعیت دشوار اقتصادی، گفتن دوام می آوریم از زبان یک وزیر، برای کاربران غیر قابل تحمل بود. با اینکه وزیر، نمی تواند زندگی انسان های ضعیف یا حتی متوسط جامعه را درک کند، برای جمله اش از فعل جمع استفاده می کند و خود را میان جمعیتی قرار می دهد که باید مقابل تحریم ها دوام بیاورند؛ در صورتی که این مردم هستند که فشارهای زندگی، مانع دوام و مقاومت آنها در برابر تحریم ها

می‌شود. کاربران توییت، 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؛ خانه اش، 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 مخاطبانش برساند. متن این پیامک‌ها چنین است: «مشری 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 مخاطبانش (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 استفاده از پارودی، از موقالب جمله‌های شناخته شده استفاده می‌کنند و از طریق بازی با کلمه‌ها، برخی از واژه

ها را در آنجمله تغییر می‌دهند و جابه‌جایی می‌کنند و کلمه‌هاییرا 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 می

کند؛ او در فرایند مقایسه به خنده می‌افتد .

آیرونی

وارونه‌سازی آیرونی، تکنیکی است که می‌توان از طریق آن با تعریف از کسی، او را نقد کرد (صلاحی، ۱۳۸۲: ۱۸۰). مؤلف، به وسیله آیرونی و وارونه

گویی، می‌تواند بر خلاقانه‌ی انتظار و عادت مؤلف، عمل و او را اغافلگیر کند؛ به گونه‌ای که بیشتر توییت‌ها، بر این مخاطبان غیر قابل پیش‌بینی شوند .

در آیرونی، مؤلف مسائل را اخلافان گونه‌ای که هست، بیان می‌کند و مخاطب با خواندن چنین متن متناقض می‌تواند 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 تیسفون و خواب پادشاه مصر می‌افتد . خوابی که در آن هفت گاو لاغر، هفت گاو چاق را می

خورد و تعبیر آن این بود که هفت سال قحط در راه است . مؤلف با این بی‌نامتنیت، توییت را شروع می

کند تا ذهن مخاطب را بر یاد آید و توییتاً مد هکند، اما با استفاده از آبرو و نبیر خلافت انتظار خواننده، روند داستان را تغییر می دهد .

با اینا متنی که در جمله او لو جود داشت، ذهن مخاطب به سمت داستان حاضر تپو سفر فته است؛ باید تو جهداش که هایتو بیتدر شرایط بحراناقتصادینو شته شد هو مخاطب، منتظر ایناست که نویسنده در مورد قحطی صحبت کند، اما با جمله دو مغافلگیر می شود . مؤلف، خلافت انتظار مخاطب، بیانی می کند که «ما بهشون حمل که کردیم و خوردیم شون» ، و ریتمد استانرا به هم می زند، همین به هم زدگیو آشنایی زدا ییاست که هایتو بیترا جزء توییت هایپر مخاطب قرار داده است .

یعنی ما از فرط گشنگی، حتی به گاوهاییکه در خواب بودند نیز، رحم نکردیم و آن ها را خوردیم . مؤلف با اینا غر ا قو بزرگ نمایطنازانه، وضعیت آشفته اقتصادیا جمعه را، بهر خوابنده جامعها، در توییت به تصویر می کشد . آینده

ایک ه قرار است، مردم در مواجه با قحطی، به گاوهاییکه حمل کنند، که در دنیا یحقیقو جود ندارند .

مؤلف با خلق این فانتزی، در عینا یکنه انتقاد شرا ضمنی بیانی می کند، توییتشرا از نظر ادبیینز جدا بکرده است .

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

مؤلف در این توییت با زبان آبرونیک، تنها درمان بیماری ها را پراید می داند. مخاطب در ابتدای توییت انتظار دارد، وقتی مؤلف از درمان بیماری ها صحبت می کند، نام یک دارو را ببرد، اما برخلاف انتظارش، مؤلف، "پراید" را نام می برد. در خوانش اولیه، نمی توان فهمید که چرا مؤلف به جای به کار بردن نام یک دارو، پراید را انتخاب کرده است. برای درک این انتخاب، باید با وضعیت خود رواسازی در ایران آشنایی داشت. پراید به علت اینکه خود روی امنی نیست و می تواند حتی در تصادفی ساده، جان سرنشینانش را بگیرد، خطرناک است و می تواند با مرگ، انسان را از شر بیماری هایی 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، می تواند با تمام بیماری هایی که او را آزار می دادند، خدا حافظی کند. مؤلف در توییت، هیچ اشاره ای به کلمه "مرگ" نمی کند و به جای آن کلمه "نجات" را آورده است، اما مخاطب می داند 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 بی ثباتی اقتصادی و بی تدبیری مسئولان و منفعت طلبی خود رواسازان، به ویژگی نجات دهنده گی و درمانی اش ارتباط می دهد. او پراید را، به دارویی تشبیه کرده که به دلیل ویژگی شفادهندگی اش، گران شده است. مؤلف در این توییت سعی کرده با استفاده از آبرونی، بی ثباتی اقتصادی، گرانی و بی کیفیتی پراید را مورد انتقاد قرار دهد.

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

اصطلاح "وزیر جوان" رمزگان شناخته شده ای است که میان کاربران توییت رایج است و منظور از آن وزیر ارتباطات (دولت دوازدهم) است. مؤلف، مخاطبان را به عکسی ارجاع می دهد 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 می کند و آن، تناقض میان شلوار جین و هنجارهای جمهوری اسلامی است. بعد از انقلاب، برای سال ها، پوشیدن شلوار جین، به علت اینکه از فرهنگ غرب وارد شده بود، کار پسندیده ای نبود و این باور، در مردم وجود داشت که کسانی که جین می پوشند، جزء مخالفان نظام هستند. همین باور، با شدت بیشتری میان مسئولان کشور نیز وجود داشت و شلوار جین به کلی از پوشش های مسئولان حذف شد. اما با گذشت چهاردهه از انقلاب، این باور کم رنگ شد و نسل جوان بعد از انقلاب، در پوشش خود تجدید نظر کردند و دیگر، پوشیدن تی شرت و شلوار جین یا کتانی را از ممنوع ها محسوب نمی کنند. 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 آیرونیک و کنایی، تنها نتیجه این رأی را، جین پوشیدن وزیر می‌شمارد، یعنی جین پوشیدن تنها نقطه مثبت این دولت به شمار می‌رود.

در بیشتر تویت‌های آیرونیک، کاربران، فضای جامعه را، مانند اکثر سیاستمداران، متناقض و خلاف‌آن چه هست، نمایش می‌دهند. گوییکاربران، لحن گفتمان سلطوریانه را مورد تقلید و تمسخر قرار می‌دهند؛ اما مخاطبان مقایسه وضعیت جامعه و زبانی مؤلف، متوجه تناقض منتهی شود.

تشبیه و مقایسه

تشبیه، از ابزارهای نویسنده، برای ایناست که انتقادش را مستقیم و آشکار بیان نکند. او مسائل اجتماعی را، به سطر چندگانه و زمره می‌آورد و آنرا ملموس می‌کند؛ این، سبب جذب شدن تویت‌ها را می‌خواند. هاشمیرا با اخلاقیت، به یک مبحث کلان اجتماعی، سیاست‌مردانه و از طریق تویت‌ها به یک چک، جزئی‌بینی اهمیت، وضعیت موجود را به چالش می‌کشد.

سهم ما از خوشبختی مساویست با از خط بیرون زدگی دایره آبیچ چمن کنار اتوبان (ایوانف، مرداد).

مؤلف در این تویت، به جز بیاتپیرامون خود تویت‌ها را به یکدیگر می‌دهد. اهمیت را به «خوشبختی»، تشبیه می‌کند؛ تلاش می‌کند سبب خنده مخاطب می‌شود. این نوشته، حاصل تکرار روزمرگی‌های مؤلف است، روزمرگی‌های که شاید در نگاه اول بی‌فایده جلوه کنند؛ اما مؤلف را قادر کرده تا این تویت را بنویسد. این که فردی شعاع آب پاشی چمن کنار اتوبان را به خوشبختی ارتباط می‌دهد، نشان دهنده ایناست که او، بارها و بارها از چنین موقعیت و صحنه‌های عبور کرده و آن تصویر در حافظه اش ثبت شده است. نویسنده، با استفاده از ترکیب طولانی «مقدار ناچیز یا ز آب پاشی که شعاع اصلی اش در کنار اتوبان‌ها می‌پاشد»، سعی می‌کند خوشبختی را در جامعه‌ها با دیگر و تسکین تصویر بکشد. ترابری را به صورت خوشبختی انتخاب کند. مشخصات که او در فرایند گزینش کلمات، تویت‌ها را به یکدیگر می‌دهد. انتخاب این ترکیب، برایتو صیف خوشبختی، نشان دهنده ذهن خلاق مؤلف است. او با استفاده از تکنیک، فرمول‌های دایره‌خوبی می‌تواند، وضعیت موجود را در این چالش بکشد. وضعیت که خوشبختی را، به اندازه خط بیرون زدگی از شعاع آب پاشی کنار اتوبان است. البته نباید اغراق را در این تویت نادیده گرفت؛ مؤلف به وسیله همین تکنیک توانسته است مقصودش را بیان کند. نمایشگر دنو اصرار مؤلف، بر اینست که مخاطب به صحنه‌ای که او را به تصویر کشاند، تکنیک دیگری را به تویت است؛ او مخاطب را در موقعیت‌های که آنرا با کلمات به هم می‌آمیزد، همراه او درگیر می‌کند. هاشمیرا، به صورت نمایشی ترسیم می‌کند.

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

خوانش اولیه این توییت، ما را به مفهوم اصلی این پیام نمی‌رساند، برای فهم دقیق متن، باید پیچیدگی‌ها و گره‌های این توییت 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 توییت را هنگام برگزاری جام جهانی فوتبال ۲۰۱۸ نوشته است. "کاسپر اشمایکل" فرزند "پیتر 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 توییت، 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 توییت 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.

کاربر اتوتویتر باتکنیک تشبیه، سبک خود را از رسانه‌های یک‌سعی می‌کنند بر اینقد وضعیت موجود، به‌آمار و ارقام متوسل شوند، جدای می‌کنند و از طریق توجه، به عناصر یک‌هزار و نود و نهم روزمره وجود دارند، انتقادهایشان را بیان می‌کنند؛ بنابراین مسائل اجتماعی از زوایای دیدی جدید می‌شود. به عبارت دیگر، به جای اینکه وضعیت نامناسب را با نیمه مستقیم توصیف شود، آن را با گزینش خلاقانه، به عنصری اهمیت‌تیشیه می‌کنند. مؤلف از طریق مقایسه، تقابلی و تائیه وجود می‌آورد و به وسیله آن به صورت تضمین‌مقصود خود را بیان می‌کند. ارتباط ادنیخو شخبند دایره آبیاش، رسانه‌ها می‌توانند دستشویی لیدی مکتب، آقازادگان و پسر اشمایکل، گویایر بطل و عنصری ارتباطیه یکدیگر است.

نتیجه‌گیری

در این مقاله، دیدیم که چگونه خبرخیز کاربر اتوتویتر، انتقادهای خود را در قالب توییت‌ها، قلمو سبک‌نویس‌ها و آشکار می‌کنند. در عصر شبکه‌های اجتماعی، تویتر، ابزار جدیدی برای مشارکت‌های سیاسی دیجیتال و نقد فرهنگ سیاسی ایجاد کرده است. محدودیت استفاده از کلمه

کلمه، مقصود خود را به بهترین شکل ممکن منتقل کنند و بر این کار، ناچارند که از ابزار و راهبردهای بینظیر بینامتنیت، پارودی، آبرونی، تشبیه و غیره استفاده کنند؛ تا با این بازی های فرمی، بتوانند با کمترین کلمه ها، بیشترین بار معنایی را القا کنند.

بنابر این اغلبتوییت ها، در هاله ای از ابهام و به صورت تضمینی نامی شوند و مخاطب را در حالت تعلیق نگه می دارند.

چنین توییت های سرشار از ناگفته ها و جمله های پر تکلف و پر از جاعاست، نه جمله

های ساده و خام؛ این مخاطب هوشمند است که باید پردازش معنایی متن را و نکشید و منظور نویسنده را درک کند.

اولا به لای کلمه ها، به دنبالار جاعا تو مطالب ناگفته می گردد و به ظاهر متن، اکتفا نمی کند.

کاربران، کمتر توییتی می نویسند که معنای آن را بتوانند در یکمر حله درک کرد؛ بر این فهم چنین توییت های بیاید دقت شود و لایه های پنهان آنرا کشف کرد.

نویسندگان، که خود جزئی از مخاطبان تویتر اند، علاقه دارند متن ها را در کمترین زمان بخوانند و بیشترین معانی را دریافت کنند.

آنها دوست دارند، مدام به متون نوحوزه های دیگر ارجاع بدهند.

ندارند، معنار، مستقیم در متن را بخوانند اما ده کنند، چرا که می

خواهند مخاطبان نشان بدهند یا فعال، در فرایند تفسیر توییت مشارکت کنند و ذهنشان درگیر متن شود.

آنها بر این خلق کمیدی، از آبرونی، جهت واره و نه جلوه ها دانو وضعیت موجود استفاده می کنند.

بر این انتقاد از وضعیت موجود، روزمرگی ها و جزئیاتی اهمیت زیادی شان را در توییت ها کرده و با استفاده از تشبیه، آن ها را با مسائل کلان جامعه مقایسه می کنند.

این کاربران، سعی می کنند با نامی شیر دنتوییت ها، فضا را برای مخاطبان شان ملموس کنند؛ آنها با پارودی جمله ها یا اشعار آشنا را آگاهان و خلاقان در جهت بیان رضایتی

هایشان تغییر می دهند.

کاربران تویتر، تخیل و خلق فانتزی را دوست دارند، برخیز از مواقع تر جیح می

دهند دنیا یحقیق را تر کو به دنیا یخیال پناهنده اند؛ چرا که در دنیا یخیال می توان به تمام اهدا فیر سید، که در دنیا یحقیق نمی توان به آن هادستیافت.

کاربران بر این باورند که مشکلات تو مسائل جامعه، زبانتظر را انتخاب کرده اند؛ زبانی که در آن مرز میان واقعیت و تخیل بار یکاست.

کاربران تویتر، به دلیل داشت تضاد یکتا حد و دیخار جاز کتر لونظر تقدر تاست، نسبت به نو یسندگان و زمانه و تلویزیون، آزاد تر و بدو نواهم می

نویسند. آنها بر این باور رضایتی های شان از کلمه های انتقاد و تند استفاده می کنند.

تویتر جای است که محدود و دیتو سانسور بریر یک کلمه

ها یا انتقاد و جو دارند؛ به همین دلیل، افرادی توانند از خط قرمزها و چارچوب های نهادینه شده عبور کنند.

کاربران با استفاده از طنز گروتسک، وضعیت اقتصاد نامناسب و فشار های زندگی را منعکس می کنند و مخاطبان را از جلد تو خنده ای عمیق، بازمی

دارند و به لحظه ای تراژیک نزدیک می کنند.

پشتواژه ها و کلمه های یا توییت ها، افرادی با مطالب الهام و پیش زمینه ها و تجارب یقوی پنهان شده اند، کسانی که می توانند در یک فضای محدود و با کلمه

های باندک، معانی مضمنیفر او انیگویند.

تجارب و افراوان خواندن، دیدن، شنیدن و همچنین آشنایی با تکنیک

های بادی، کاربران را قادر کرده تا متفاوت از دیگران بنویسند.

اینکه عده ای، به وسیله خلق زبانی جدید و بدیع، انتقاد های خود را بیان کنند، نشان

دهنده قدرت، خلاقیت، اعتماد به نفس و خجگیا آنهاست.

به غیر از نویسنده، مخاطبین، برادر کدالت های غیر مستقیم، بینامتنیت ها، آبرونی

ها و غیره، باید دانش و توانایی خاص داشته باشند؛ نقش پیش متن

های یک مخاطب از گذشته بخواند هاست، اهمیت فراوان دارد و به او در فهم و درک متن کمک بسیار می کند.

تویتر به کاربران، اینفر صترابخشید هتا یکدیگر را پیدا کنند، به هم نزدیک شوند و تشکیل شبکهدهند.

کاربران، بعد از هر اتفاق و دیدادی، در یک حرحر کتدسته جمعی، بلافاصله، واکنش خود را نسبت به آن واقعه، با فرمی

البداهه که آنرا سر بعد از ذهنشان به وجود می آورند؛ توییتی می کنند و در کمتر از چند دقیقه، تویتر پر می شود از توییت

های یکرا جعبه یک موضوع، اما با فرم ها و زبان های گوناگون نوشته شده است؛ بنابر این می توان آنرا منسله را از زوایا متفاوت و از لزلز تک

تککار برانگریست

یک‌کاز جذابیت‌های محیطیویتیر، تنوع سلیقه، لحن‌ها و فرم‌های گوناگون تویت‌ها است.

بنابر این تویت‌ها از پتانسیل بسیار خوردار است و قابلیت اتحاد و همبستگی میان انسان‌هاست

خلاقیت‌ها و پدیدهای پیچیده، به تمام‌کاربران یک‌کاز آناستفاده می‌کنند، احساس سهو و اعتماد به نفس و هم‌فکر می‌دهد.

در دنیا تویت‌ها، چیز می‌تواند تر و جذاب‌تر از لحن، بیان و سبک نوشتار نیست. به صورتی که در ظاهر این متون، چیز خاصی از کلمه‌ها و ترکیب‌ها بیاندکوبی ربطی معنا، دیده نمی‌شود؛ اما نویسنده معنا می‌مورد نظر شما مهارت، توسط ابزارهای یادیده هم‌مخاطب‌القامی‌کند.

می‌توان گفت سبک نوشتار یک‌کاز، بر فضای جامعه شبکه

ها یا اجتماع‌ها می‌تواند تأثیر داشته‌باشد و بتواند از آن استفاده کند، این‌فضا را در دست خود می‌گیرد و بهتری می‌تواند مفاهیم مورد نظر شما را به دیگران منتقل کند و بر انسان‌ها تأثیر بگذارد. از طریق سبک نوشتاری، می‌تواند تر و اتحاد و دیهدست‌گرفتو با کنش‌ورزی‌های سیاسی در چنین قالب‌هایی، بر جامعه نیز تأثیراتی گذاشت.

سبک ارتباطی و مشارکتی تویت‌ها، به تدریج می‌تواند نگاه‌های خشن‌رگیا و 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 ترسمو خشک‌رسانه‌ها می‌تواند تأثیرات بی‌تأثیر دانشگاه‌ها داشته‌باشد، به تویت‌ها پناهی می‌برند و سبک نوشتار تویت‌ها، آن‌را جذاب می‌کند.

خصوصاً فضای سیاسی تأثیرات قابل‌توجهی‌گذاشته‌است.

منابع

- اباذری، یوسف. ۱۳۸۰. "رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی". فصلنامه ارغنون. ۱۸: ۱۳۷ - ۱۵۸.
- احمدی، بابک. ۱۳۷۱. ساختار و تایل 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 هداچ؛ 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، جان‌تان. 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.
- وبستر، راجر. ۱۳۸۲. پیش‌درآمدی بر مطالعه نظریه ادبی. ترجمه حسین پاینده. تهران: روزنگار.
- افتاده، جواد. ۱۳۹۲. ویژگی‌ها و الگوهای رسانه‌های اجتماعی مطالعه موردی: تحلیل شبکه تویت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- روزبهانی، مهدی. ۱۳۹۸. نقش تویت‌ها 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، سیدمحمد. ۱۳۸۷. "مکاتب فرهنگ و ارتباطات: 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 گفت‌وگوهای 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