

مطالعه‌ی روند بکارگیری واژگان پرکاربرد انگلیسی شبکه‌های اجتماعی در میان گویش‌وران فارسی

رضا عبدی (نویسنده مسئول)، دانشیار زبان‌شناسی کاربردی، دانشگاه محقق اردبیلی، reabdi@uma.ac.ir
فرشته نظری، دانشجوی کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه محقق اردبیلی، fereshteh.nazari@yahoo.com

چکیده: پژوهش حاضر تغییرات اتفاق‌افتاده در بکارگیری واژگان پرکاربرد گویش‌وران فارسی را به تفکیک سن و جنسیت آنان مورد مطالعه قرار داده است. زبان به عنوان مهمترین ابزار ارتباطی بشر از طریق فناوری‌های روز مانند شبکه‌های اجتماعی زمینه‌ی ارتباط گسترده‌تر مردم در گوشه و کنار دنیا را فراهم آورده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی با وجود این که زمان اندکی از تولد آن‌ها سپری شده است، به باور تعدادی از کارشناسان توانسته‌اند تغییرات قابل توجهی را در حوزه‌ی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به وجود آورند. یکی از حوزه‌های بارزی که تغییر در آن‌ها اتفاق می‌افتد زبان است و از همین رو به نظر می‌رسد برای آرایه‌ی تصویری بهتر از تغییراتی که در زبان فارسی روی می‌دهد مطالعات نظام‌مندی لازم است. برای این منظور پرسشنامه‌ای ویژه تهیه و بین ۱۳۰۰ نفر از گویش‌وران به صورت چاپی و مجازی توزیع گردید. داده‌ها جمع‌آوری و برای سنجش معناداری تفاوت موجود در بکار بستن واژگان زبان فارسی و انگلیسی بین افراد از آزمون خی‌دو استفاده شد. نتایج نشان داد که بکارگیری واژگان انگلیسی به جای فارسی در میان گویش‌وران زبان فارسی با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی به طور معنی‌داری ترویج یافته است. نتایج این پژوهش ضرورت توجه ویژه‌ی زبان‌شناسان و جامعه‌شناسان را به روند شتابان تغییر زبان فارسی یادآوری می‌نماید.

واژگان کلیدی: واژگان انگلیسی، شبکه‌های اجتماعی، تغییر زبانی، دنیای مجازی، گویش‌وران فارسی

مقدمه

تحلیل میزان کاربرد لغات زبان انگلیسی رایج در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در میان گویش‌وران فارسی، با در نظر گرفتن سن و جنسیت از نگاه جامعه‌شناختی مساله این پژوهش است. زبان به عنوان نظامی برای برقراری ارتباط است و کارکرد ذاتی آن ایجاد رابطه و تعامل بین انسان‌ها و جوامع است. به کمک زبان، انسان توانسته پا را فراتر از مرزهای محدود جغرافیایی بگذارد و با ورود به دنیای بی‌نهایت ارتباطات به پیروزی‌های بزرگی دست یابد. این تنها مرزهای جغرافیایی نیست که توسط شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای الکترونیک دیگر تغییر یافته‌اند؛ رواج کار با تلفن همراه مرزهای میان زندگی عمومی و خصوصی را هم از میان برداشته است (منتظر قائم و عرفانی حسین‌پور، ۱۳۹۴: ۶۶). در این میان، یکی از نتایج اجتناب‌ناپذیر فرارفتن از مرزهای جغرافیایی، تعامل زبان‌ها و تاثیرپذیری آن‌ها از یکدیگر است. با گسترش علوم ارتباطات، تعامل و دیگرشناسی زبان‌ها افزایش یافته و افراد ملل مختلف بیش از پیش به یکدیگر نزدیک شده‌اند. به باور بسیاری از زبان‌شناسان، تعامل و ارتباط روزافزون، همزمان با تحولات اجتماعی ناشی از گسترش سریع رسانه‌های جمعی، زبان‌های بومی را دچار چالش و تغییر می‌کند (مدرسی، ۱۳۹۱: ۷۷). همچنین ورود پدیده‌های جدید به جوامع و گسترش تمدن، مستلزم گسترش دایره‌ی واژگانی زبان است. یکی از راه‌های گسترش این دایره، قرض‌گیری واژگانی است که به ورود واژه‌ها و اصطلاحات از دایره‌ی واژگانی یک زبان به زبان دیگر اشاره دارد. قرض‌گیری واژگانی به دلیل اینکه واژگان زبان‌ها از دیگر بخش‌های زبان ثبات کمتر و یا استقلال بیشتری دارند سریع‌تر رخ می‌دهد (عزیزمحمدی، ۱۳۸۲: ۷۲).

از دیرباز تاکنون تغییر در زبان هم به عنوان یک فرآیند طبیعی و هم به عنوان یک چالش مطرح بوده است. تراسک (۱۷: ۱۹۹۶) معتقد است رایج‌ترین تغییری که در زبان رخ می‌دهد پیدایش واژگان نوظهور در آن است. وی همچنین بیان می‌کند که یکی از مهمترین وظایف واژه‌نگاران در آماده کردن ویرایش‌های جدید از فرهنگ‌نامه‌ها، جمع‌آوری، ثبت و ضبط هزاران واژه‌ی جدید در زبان است که از زمان آخرین انتشار فرهنگ‌نامه در زبان ظاهر گشته‌اند. در این روند، تغییراتی که در راستای گسترش حوزه‌های فعالیت بشری بوده، طبیعی است؛ ولی تغییراتی که با وجود ظرفیت در زبان بومی از طرف زبان دیگر تحمیل می‌شوند، چالش فرض شده‌اند. یکی از آثار نفوذ قدرت و تعارضات فرهنگی کشور غالب و مغلوب، تغییر زبانی کشور مغلوب یا در بهترین حالت، هجوم واژگان زبان کشور غالب است، که موجبات تغییر زبانی را فراهم می‌کند.

از دیگر عوامل ورود واژگان بیگانه، اشتراکات فرهنگی و مذهبی میان کشورها است. به عنوان مثال، اگرچه کشورهای مسلمان به زبان‌های متفاوتی سخن می‌گویند اما واژه‌هایی مانند زکات، خمس، حج و... در تمامی کشورهای مسلمان با همین الفاظ خوانده می‌شوند. گاهی نیز ممکن است علت نفوذ واژه‌ها، نزدیکی زبانی کشورها باشد. مثلاً، اکثر واژه‌های زبان‌هایی مانند فرانسوی، آلمانی و انگلیسی از ریشه‌ی مشترک لاتین گرفته شده‌اند. البته در برخی موارد هم ممکن است واژه‌های مورد استفاده ریشه‌ی مشترکی نداشته باشند، ولی از واژگان مشترکی که در زبان آنان رایج شده استفاده کنند؛ مثل زبان فارسی، دری، پشتو، اردو، ازبکی و عربی که همه از واژه‌های مشترک با ریشه‌ی عربی استفاده می‌کنند.

یکی از علت‌های رایج ورود واژگان بیگانه به زبان‌های بومی، پیشرفت‌های علمی و فناوری روز است. این روزها فناوری جدید و رسانه‌ها با سرعت باورنکردنی رو به رشد هستند و به طور گسترده بر همه جوانب

زندگی بشر تاثیر می‌گذارند (اسلامی، ۱۳۹۱:۲). به این روش، سیل عظیمی از واژگان زبان انگلیسی در زبان فارسی وارد شده و از آنجا که سرعت پیشرفت این فناوری‌ها بسیار بالا است، یافتن معادل مناسب و به موقع برای آنان امری دشوار شده و یا به عبارتی فرآیند ساخت واژه عقب‌تر از فناوری روز عمل می‌کند (خیرخواه، ۱۳۸۸:۱).

شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله پدیده‌های جدید است که بر اثر ادغام فناوری‌های مختلف ارتباطی در سال‌های اخیر شکل گرفته است. تفاوت شبکه‌های اجتماعی با رسانه‌های دیگر این است که این شبکه‌ها با امکان استفاده‌ی برخط به افراد اجازه‌ی تبادل نظر و اطلاعات آنی را می‌دهند. تفاوت مهم دیگر آن‌ها با رسانه‌های رایج، ایجاد زمینه‌ی شکوفایی خلاقیت برای کاربران است، به این معنی که افراد می‌توانند به دلخواه، تبادل اطلاعات را به شکل تصویر، صدا، فیلم، متن و ... انجام دهند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند و با این که عمر خیلی زیادی ندارند توانسته‌اند به خوبی در زندگی مردم برای خود جای باز کنند. این شبکه‌ها با عضوگیری رایگان توانسته‌اند در جریان‌سازی‌های مختلف نقش اساسی داشته باشند (کیا و نوری مزدآبادی، ۱۳۹۱: ۱۸۲). در عصر حاضر، حضور پررنگ تلفن همراه با قابلیت اتصال به اینترنت موجب دگرگونی‌های بسیاری در زندگی فردی و اجتماعی افراد شده است. تلفن همراه شاید به این دلیل که تقریباً همه‌ی ویژگی‌های رسانه‌های دیگر را در خود دارد، نقشی پررنگ‌تر و غالب‌تر از دیگر رسانه‌ها ایفا می‌کند (کلانتری و حسنی، ۱۳۸۷:۱). چنین حضور پررنگ و سریعی در کشور بزرگی همچون ایران با تنوع فرهنگی و گروه‌های جمعیتی سه نسل سنتی، صنعتی و دیجیتال، سبب تغییرات در جوانب گوناگون بین نسل‌های مختلف شده است (نصیری و بختیاری، ۱۳۹۴:۷۱).

آن طور که مشاهده می‌شود فناوری روز بسیار سریع‌تر از فرهنگ استفاده از آن پیش می‌رود و با وجود این که فناوری‌های نوین جوانب مثبت فراوانی دارد، اما نادیده گرفتن جوانب منفی استفاده از تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی، نوعی غفلت به شمار می‌آید، که باعث مشکلات و آسیب‌های جدی اجتماعی و فرهنگی می‌شود (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۲:۷۱).

از مهمترین تاثیرات شبکه‌های اجتماعی که امروزه شاهد آن هستیم، ورود لغات و اصطلاحات بیگانه به زبان فارسی است. سرعت زیاد پیشرفت اینترنت و شبکه‌های اجتماعی تاثیر زیادی بر گفتار و نوشتار زبان فارسی داشته است. در این میان نقش واژه‌های زبان انگلیسی به عنوان زبان بین‌المللی چشم‌گیرتر است. با توجه به هجوم شبکه‌های اجتماعی و دسترسی آسان به آن‌ها در حال حاضر شاهد افزایش رو به رشد کاربران این شبکه‌ها هستیم که این امر در کنار ورود واژگان انگلیسی به نظر می‌آید در حال افزودن گویش جدیدی به زیرمجموعه‌ی گویش فارسی معیار باشد.

تغییرات واژگانی در بین گویش‌وران مختلف یک زبان به یک اندازه رخ نمی‌دهد. گروه‌های سنی مختلف، طبقات اجتماعی، جنسیت‌های مختلف به یک اندازه از ورود واژگان جدید تاثیر نمی‌پذیرند. سن و جنسیت از مولفه‌های مهمی هستند که در تاثیر پذیری از ظهور واژگان نو بسیار موثر واقع می‌شوند. وجود تفاوت در رفتار زبانی از تفاوت‌های آشکار بین زنان و مردان است. در حالت کلی، می‌توان چنین بیان کرد که تفاوت‌های زبانی زنان و مردان از همان بدو تولد آغاز می‌شود. دختر و پسر در دوران کودکی

رفتار اجتماعی زبانی متفاوتی را متناسب با هویت جنسی خود می‌آموزند و بر همین اساس و با مرور زمان نقش‌های اجتماعی متفاوتی را کسب می‌کنند (کوتس، ۱۹۸۶:۱۶۱). همین نقش‌ها، رفتار اجتماعی و زبان-شناختی متفاوتی را ایجاد می‌کنند. در حقیقت زبان بیان‌گر هویت افراد است. وقتی کسی لب به سخن می‌گشاید یکی از مختصات آنی که آشکار می‌شود، مرد یا زن بودن او است.

زنان و مردان نقش و عملکرد متفاوتی در حوزه‌های خاص دارند. این امر که باعث بروز تفاوت در رفتار اجتماعی می‌شود، بر روی رفتار زبانی آن‌ها نیز تاثیرگذار است. از این رو، جنسیت به عنوان یک عامل غیرزبانی در بروز تفاوت و گوناگونی زبانی نقش ایفا می‌نماید. رفتار زبانی بانوان در هر جامعه ویژگی‌های خاصی دارد که در تمامی سطوح زبان و راهبردهای ارتباطی و کلامی از رفتار زبانی مردان متمایز می‌شود و حتی می‌توانند دایره‌ی واژگانی مختص به جنسیت خود در هر دوره‌ی تاریخ داشته باشند. از این رو است که بحث ورود واژگان بیگانه برای زنان و مردان به طور جداگانه ارزیابی شده‌اند.

با پدیدار شدن ابزار ارتباطی الکترونیک، فاصله‌ها کوتاه‌تر شده، مردم در دورترین نقاط دنیا ارتباطات نزدیک باهم دارند. موانع فرهنگی از میان رفته و کاربران ابزارهای جدید خود را با چنین انقلابی وفق داده‌اند و قصد دارند دنیا را بهتر و کامل‌تر از هر وقت دیگر بشناسند. مک‌لوهان (۱۹۶۴:۵۷۳) معتقد بوده است که رواج ابزار ارتباطی الکترونیک مانند تلویزیون و کامپیوتر دنیا را در اندک زمانی دگرگون خواهد کرد.

هنگامی که مردم در گوشه و کنار دنیا از طریق دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار می‌کنند، ارتباط و مکالمه‌ی بین آن‌ها از طریق زبان مشترک یا در اصطلاح یک زبان میانجی صورت می‌گیرد. این زبان میانجی معمولاً زبان غالب دنیا است. تاثیر زبان میانجی بر گویش‌وران این چنین است که گویش‌ور در شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای به زبان خود سخن می‌گوید که هم‌سو با زبان میانجی شبکه‌های اجتماعی است. با این اوصاف، می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی هم موجب تکامل زبان می‌شوند و هم فساد زبانی در پی دارند. زیرا که آن‌ها واژه‌های قرضی و اصطلاحات و ساختارهای زبان‌های بیگانه را وارد زبان‌ها می‌کنند. از آنجا که زبان و فرهنگ ارتباط تنگاتنگ دارند و یکی بر دیگری تاثیر می‌گذارد، ابزارهای نوین و شبکه‌های جهانی با ورود لغات و اصطلاحات خاص خود و با هدف ایجاد یک زبان مشترک در دنیا راه خود را در پیش گرفته‌اند و از این طریق فرهنگ مشترکی را بر تمام دنیا حاکم می‌کنند.

در خصوص موضوع تاثیر فناوری بر زندگی بشر پژوهش‌های جالب توجهی صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به کلانتری و حسنی (۱۳۸۷)، امیرپور و گریوانی (۱۳۹۳)، وفامهر و محبی‌فر (۱۳۸۶) و اسلامی (۱۳۹۱) اشاره کرد. کلانتری و حسنی (۱۳۸۷) رابطه‌ی میان جوانان و رسانه‌های نوین را مورد ارزیابی قرار دادند، و به بحث پیرامون آثار استفاده از تلفن همراه در زندگی روزمره‌ی جوانان و تاثیر آن بر سبک زندگی و هویت آنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطی به طور کلی و تلفن همراه به طور خاص، به فناوری جوانان تبدیل شده است. جوانان مصرف‌کنندگان عمده‌ی فناوری تلفن همراه هستند. آنان از تلفن همراه برای حفظ شبکه‌های اجتماعی خود و شکل دادن روابط جدید استفاده می‌کنند و ارتباطات موبایلی به یک وسیله‌ی مهم برای تعریف حوزه‌ی شخصی افراد تبدیل شده است و نکته‌ای که باید در نظر داشت این است که جوانان به دنبال کسب هویت هستند و از آثار مخرب کار با شبکه‌های

اجتماعی کسب "هویت سیال" می‌باشد. این مفهوم، هویت جوانان را امری سیال در نظر گرفته‌است که لحظه به لحظه دستخوش دگرگونی می‌شود.

امیرپور و گریوانی (۱۳۹۳) با استفاده از نظریه‌ی ساخت‌یابی و نظریه‌ی استفاده و خشنودی به تبیین شبکه‌های اجتماعی نوین و پیامدهای آن‌ها بر کنش‌های روزمره و روابط اجتماعی جوانان پرداخته‌اند و در نهایت به این نتیجه رسیده‌اند که عصر حاضر، عصر ارتباطات و اطلاعات مجازی و از بین رفتن محدودیت‌های زمانی و مکانی است که این محدودیت از طریق شبکه‌های اجتماعی از بین می‌رود و شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگی در هویت‌دهی به جوانان و تغییر سبک زندگی و کاهش روابط خانوادگی و جامعه ایفا می‌نماید. شبکه‌های اجتماعی نگرش‌ها، باورها و عقاید جوانان را دست‌خوش تغییر می‌کنند و به جهت وابستگی عمیق جوانان به آنان، می‌توان گفت آگاهی‌دهی به آن‌ها و فرهنگ سازی کار با شبکه‌های اجتماعی به تقویت و گسترش سبک زندگی سالم و بدون تنش در جوانان می‌تواند کمک شایانی نماید.

در پژوهشی با عنوان "تاثیر فناوری بر زندگی انسان" وفامهر و محبی‌فر (۱۳۸۶) به مطالعه‌ی تاثیر فناوری بر جوانب مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و ... زندگی انسان پرداختند و به این توصیه رسیدند که می‌توان از فناوری استفاده صحیح برد تا ارزش‌های انسانی تحت‌الشعاع قرار نگیرد. بر اساس نظر آن‌ها، فناوری فرهنگی جدید با خود به ارمغان می‌آورد و مصرف‌کننده، خیلی سریع خود را بدان وابسته می‌یابد. فناوری ارزش‌های جدید با خود به بازار عرضه می‌کند که با ارزش‌های دیروز متفاوت است. دسترسی به اطلاعات از طریق ماهواره و اینترنت موجب یکسان سازی افراد جوامع گوناگون شده و در نهایت نوعی فرهنگ یکسان غالب از طریق تجهیزات نوین صنعت ارتباطات در سرتاسر زمین گسترش می‌یابد.

اسلامی (۱۳۹۱) به تحلیل شبکه‌های اجتماعی، تاریخچه آن‌ها و تاثیرات شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی پرداخته و فیس‌بوک را به عنوان پر مخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی روز مورد مطالعه قرار داده است. وی به این نتیجه رسیده است که شبکه‌های اجتماعی در ابعاد گوناگون زندگی افراد تاثیرگذارند و در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع، هم نقش بسزایی ایفا می‌کنند.

حال با در نظر گرفتن این مطلب که تاکنون پژوهشی در خصوص آرایه‌ی تصویری واقعی از واقعیتی که در حال اتفاق افتادن است انجام نشده است، بر آن شدیم که به مطالعه‌ی میزان کاربرد لغات زبان انگلیسی رایج در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در میان گویش‌وران فارسی، با در نظر گرفتن سن و جنسیت بپردازیم. به طور مشخص، این پژوهش قصد دارد به این موضوع بپردازد که آیا شبکه‌های اجتماعی موفق به ایجاد تغییرات زبانی در ایران شده‌اند و همچنین این که روند این تغییر در جنسیت‌های مختلف چگونه بوده است؟

روش انجام پژوهش

به منظور انجام پژوهش، ۶۰ واژه‌ی انگلیسی پرکاربرد در شبکه‌های اجتماعی و معادل فارسی آن‌ها از میان یک لیست ۱۰۰ واژگانی بر اساس نظر سه نفر از اساتید انتخاب شدند و سپس بر اساس آن‌ها پرسشنامه‌ای ۶۰ سوالی تنظیم شد که در هر سوال آن از آزمودنی‌ها خواسته شده بود واژه‌ای را که در ارتباطات روزمره خود ترجیح می‌دهد از میان دو واژه‌ی انگلیسی و یا معادل فارسی آن انتخاب نماید.

پرسشنامه‌ی مذکور هم به صورت دستی و هم به صورت فرم الکترونیکی با محتوای یکسان آماده گردید و سپس از طریق الکترونیک و دستی بین ۱۳۰۰ نفر از گروه‌های هدف با میزان تحصیلات و سن متفاوت که شامل دانشگاهیان، دانش‌آموزان مدارس، کسبه و زنان خانه‌دار بود توزیع شد. با توجه فرمول انتخاب نمونه کوکران و جدول مورگان تعداد نمونه‌ی انتخاب شده برای زنان و مردان به طور کلی و دو گروه سنی ۱۵-۲۴ و ۲۵-۴۴ در این پژوهش کافی بود اما در گروه‌های سنی ۱۴-۰ و ۴۵ سال و بالاتر تعداد نمونه کافی نبوده است که به همین دلیل گروه‌های ۱۴-۰ و ۴۵ سال و بالاتر به طور جداگانه مورد تحلیل قرار نگرفته و فقط در محاسبه‌ی کلی مد نظر قرار گرفته‌اند. پرسشنامه‌های تکمیل شده جمع‌آوری شدند و سپس ۱۲۴ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن بخشی از اطلاعات مورد نیاز حذف و ۱۱۷۶ پرسشنامه برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. داده‌ها از پرسشنامه‌ها استخراج و به صورت منظم جمع‌بندی و خلاصه شدند. در این پژوهش، برای سنجش معناداری تفاوت در بکارگیری واژگان بین گروه‌های مختلف از آزمون خی دو استفاده شد.

نتایج

از بین کل شرکت‌کنندگان این پژوهش، ۵۹٪ از واژگان زبان انگلیسی و ۴۱٪ درصد از واژگان زبان فارسی استفاده کرده‌اند. در این میان، ۵۷٪ خانم‌ها استفاده از زبان انگلیسی و ۴۳٪ استفاده از زبان فارسی را ترجیح داده‌اند. تحلیل آماری خی دو هم نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان استفاده بانوان از واژگان زبان انگلیسی و فارسی وجود دارد. البته میزان کاربرد در افراد با سنین متفاوت متغیر است. این در حالی است که در بین آقایان ۶۷٪ درصد واژگان مورد استفاده به زبان انگلیسی بوده است. مقایسه نتایج به دست آمده تمایز معنادار میزان استفاده از واژگان زبان فارسی و انگلیسی، بین آقایان را نشان می‌دهد. همچنین نشان حجم استفاده از واژگان زبان انگلیسی در بین آقایان بیشتر از بانوان می‌باشد (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع کاربرد واژگان انگلیسی در گروه‌های سنی مختلف

گروه سنی	زن				مرد			
	انگلیسی	فارسی	خی دو	تعداد	انگلیسی	فارسی	خی دو	تعداد
۱۴-۰	۳۲۷ (۵۷٪)	۲۴۰ (۴۳٪)	۱۳,۳۴	۱۰	-	-	-	۰
۲۴-۱۵	۱۸۰۷۷ (۵۵٪)	۱۴۸۷۴ (۴۵٪)	۳۱۱,۳۴	۵۹۶	۲۳۴۹ (۳۵٪)	۶۵۳,۹۵	۱۲۲	
۴۴-۲۵	۹۷۲۲ (۶۳٪)	۵۷۸۰ (۳۷٪)	۱۰۰۲,۴۱	۲۸۴	۵۶۸۶ (۶۷٪)	۲۷۵۰ (۳۳٪)	۱۵۲	
۴۵- بالاتر	۱۱۷۹ (۴۵٪)	۲۱۶ (۵۵٪)	۳,۴۶	۷	۱۷۲ (۶۱٪)	۱۰۹ (۳۹٪)	۵	
کل	۲۸۳۰۵ (۵۷٪)	۲۱۱۱۰ (۴۳٪)	۱۳۳۰,۵۷	۸۹۷	۱۰۳۱۷ (۶۷٪)	۵۲۰۸ (۳۳٪)	۲۷۹	

سطح معنی داری: ۰,۰۱

مقدار بحرانی: ۶,۳۴

پس از ارزیابی واژگان بین بانوان و آقایان از میان ۶۰ واژه فارسی و ۶۰ معادل انگلیسی آنان، پرکاربردترین و کم‌کاربردترین واژه‌ها در هر دو گروه نیز مشخص شدند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که واژه‌های email، download، و online با ۹۷٪ پرکاربردترین واژه‌های انگلیسی و کلمه‌ی “عکس” با ۸۱٪ پرکاربردترین واژه‌ی فارسی در بین آقایان است (جدول ۲).

همچنین، پرکاربردترین واژه‌های انگلیسی و فارسی در بین خانم‌ها به ترتیب واژه‌های copy با ۹۴٪ و “مخفی” با ۷۹٪ بکارگیری است. در مجموع و بدون در نظر گرفتن جنسیت، عبارات و واژه‌های mutual friend با ۱۵٪ و picture با ۱۹٪ بکارگیری کم‌کاربردترین واژگان انگلیسی و همچنین واژه‌های “چاپ” با ۶٪، “رایانامه” و “برخط” با ۳٪ بکارگیری کم‌کاربردترین واژگان فارسی بوده‌اند. در مجموع آقایان و بانوان، رایج‌ترین واژه انگلیسی copy و کم‌کاربردترین آن privacy بوده است (جدول ۲).

جدول ۲. فراوانی کاربرد واژگان انگلیسی و فارسی (به ترتیب فراوانی کل واژگان انگلیسی)

درصد کاربرد				درصد کاربرد				درصد کاربرد				درصد کاربرد			
کل	مرد	زن	واژه	کل	مرد	زن	واژه	کل	مرد	زن	واژه	کل	مرد	زن	واژه
۳۸	۲۹	۴۱	لیست سیاه	۶۲	۷۱	۵۹	Black list	۶	۵	۶	رونوشت	۹۴	۹۵	۹۴	Copy
۳۹	۲۶	۴۴	داده	۶۱	۷۴	۵۶	Data	۸	۳	۹	رایانامه	۹۲	۹۷	۹۱	Email
۴۱	۵۵	۳۶	خداحافظ	۵۹	۴۵	۶۴	Bye	۱۱	۱۰	۱۱	رمز عبور	۸۹	۹۰	۸۹	Password
۴۲	۲۷	۴۷	پشتیبان	۵۸	۷۳	۵۳	Back up	۱۲	۱۲	۱۲	جستجو	۸۸	۸۸	۸۸	Search
۴۳	۳۷	۴۵	تحويل دادن	۵۷	۶۳	۵۵	Deliver	۱۲	۳	۱۵	بارگیری	۸۸	۹۷	۸۵	Download
۴۴	۳۷	۴۶	هشدار	۵۶	۶۳	۵۴	Alarm	۱۳	۳	۱۷	برخط	۸۷	۹۷	۸۳	Online
۴۶	۲۵	۵۲	مدیریت فایل	۵۴	۷۵	۴۸	File manager	۱۳	۷	۱۵	گفت‌وگو	۸۷	۹۳	۸۵	Chat
۴۶	۴۲	۴۷	نظر	۵۴	۵۸	۵۳	Comment	۱۵	۱۵	۱۶	چاپ	۸۵	۸۵	۸۴	Print
۵۴	۲۷	۵۳	نرم‌افزار کاربردی	۵۴	۷۳	۴۷	Application	۱۷	۱۷	۲۰	نمایه	۸۳	۹۲	۸۰	Profile
۴۷	۴۴	۴۸	نصب	۵۳	۵۶	۵۲	Install	۱۷	۱۴	۱۷	می‌پسندم	۸۳	۸۶	۸۳	Like
۴۸	۵۴	۴۶	بازی	۵۲	۴۶	۵۴	Game	۱۹	۱۰	۲۲	به روز رسانی	۸۱	۹۰	۷۸	Update
۵۲	۳۳	۵۹	سیخونک	۴۸	۶۷	۴۱	Poke	۲۱	۸	۲۵	شناسه کاربری	۷۹	۹۲	۷۵	User name
۵۳	۵۵	۵۲	شکلک	۴۷	۴۵	۴۸	Sticker	۲۲	۱۸	۲۳	ارسال	۷۸	۸۲	۷۷	Send
۶۵	۷۶	۶۲	سلام	۴۵	۲۴	۳۸	Hi	۲۳	۷	۲۹	برون خط	۷۷	۹۳	۷۱	Offline
۵۸	۳۸	۶۴	اعلانات	۴۲	۶۲	۳۶	Notification	۲۳	۲۰	۲۴	افزودن	۷۷	۸۰	۷۶	Add
۵۹	۵۶	۶۰	صفحه اصلی	۴۱	۴۴	۴۰	Status	۲۴	۱۶	۲۷	مسدود کردن	۷۶	۸۴	۷۳	Block
۵۹	۵۶	۶۰	وضعیت	۴۱	۴۴	۴۰	Homepage	۲۵	۱۲	۲۹	متصل شدن	۷۵	۸۸	۷۱	Connect
۵۹	۴۳	۶۴	پیوست	۴۱	۵۷	۳۶	Attach	۲۶	۲۱	۲۸	شناسه	۷۴	۷۹	۷۲	Code
۶۴	۷۴	۶۱	تلفن	۳۶	۲۶	۳۹	Tel	۲۸	۱۴	۳۳	پایگاه	۷۲	۸۶	۶۷	Site
۶۶	۵۲	۷۱	ضمیمه کردن	۳۴	۴۸	۲۹	Tag	۲۸	۱۵	۳۲	الحاق	۷۲	۸۵	۶۸	Paste
۶۶	۵۲	۷۰	لیست تماس	۳۴	۴۸	۳۰	Contact list	۲۹	۱۶	۳۳	پیوند	۷۱	۸۴	۶۷	Link
۶۷	۷۸	۶۳	گروه	۳۳	۲۲	۳۷	Group	۳۰	۱۳	۳۶	حساب کاربری	۷۰	۸۷	۶۴	Account
۶۸	۷۰	۶۸	دوربین	۳۲	۳۰	۳۲	Webcam	۳۳	۸	۶۲	نمایه	۶۷	۸۳	۶۲	Icon
۶۸	۷۴	۶۶	دوست	۳۲	۲۶	۳۴	Friend	۳۴	۱۷	۴۰	اشتراک گذاشتن	۶۶	۸۳	۶۰	Share
۶۸	۷۶	۶۵	تماس	۳۲	۲۴	۳۵	Call	۳۴	۲۶	۳۷	تنظیمات	۶۶	۷۴	۶۳	Setting
۷۱	۶۱	۷۴	حریم خصوصی	۲۹	۳۹	۲۶	Privacy	۳۵	۱۳	۴۲	بارگذاری	۶۵	۸۷	۵۸	Upload
۷۱	۶۵	۷۳	تایید	۲۹	۳۵	۲۷	Confirm	۳۷	۳۶	۳۷	رد	۶۳	۶۴	۶۳	Reject
۷۶	۸۱	۷۴	عکس	۲۴	۱۹	۲۶	Pic	۳۸	۲۱	۴۴	رخنه	۶۲	۷۹	۵۶	Hack
۷۷	۶۸	۷۹	مخفی	۲۳	۳۲	۲۱	Invisible	۳۸	۲۶	۴۲	ارسال به	۶۲	۷۴	۵۸	Forward
۸۲	۷۱	۸۵	دوست مشترک	۱۸	۲۹	۱۵	Mutual friend	۳۸	۱۷	۴۴	قطع ارتباط	۶۲	۸۳	۵۶	Disconnect

بحث

ابزارهای ارتباطی علاوه بر مزایای ذکر شده به تغییرات نامطلوبی نیز دامن می‌زنند. با توجه به نتایج بدست آمده، استفاده از کامپیوتر، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای ارتباطی تاثیر نامطلوبی بر زبان کاربران داشته است. درصد بیشتر کاربران متمایل به استفاده از معادل انگلیسی لغات و اصطلاحاتی هستند که در ابزارهای ارتباطی رایج هستند. داده‌ها نشان می‌دهد که واژه‌های email، download و online با ۹۷٪ پرکاربردترین واژه‌ی انگلیسی در بین آقایان هستند. و "عکس" با ۸۱٪ پرکاربردترین واژه‌ی مورد استفاده آقایان است. درصد کاربرد این کلمات در بین بانوان متفاوت است. شاید دلیل پرکاربرد بودن سه واژه email، download و online این باشد که این واژگان مربوط به فناوری‌های جدید است که از آغاز با نام اصلی خود وارد شده‌اند و فرهنگستان زبان و ادب فارسی با تاخیر معادل‌سازی کرده است. پس، با توجه به رواج واژه‌ی اصلی میان عموم پذیرش واژه‌ی معادل جدید دشوار می‌شود. دلیل پرکاربرد بودن واژه "عکس" هم شاید این است که در مقایسه با سه واژه ذکر شده، این واژه جدید نبوده و یا همان مفهوم مورد استفاده فارسی‌زبانان بوده است. همچنین از نظر آوایی، با نظام آوایی فارسی‌زبانان هماهنگی دارد.

پرکاربردترین واژه‌ی انگلیسی مورد استفاده در میان بانوان copy با ۹۴٪ و پرکاربردترین واژه‌ی فارسی "مخفی" با ۷۹٪ بکارگیری بوده است. این واژه در ابتدا با ورود دستگاه چاپ و بعد رایانه و سپس تلفن همراه طی سالیان متمادی در واژگان فارسی وارد شد. واژه‌ی "مخفی" به واسطه‌ی فناوری روز پرکاربرد شده و حوزه‌ی معنایی گسترده‌تری یافته است. پیش از این جز در معنای دیرینه مخفی، کاربرد دیگری نداشته اما می‌توان دلیل اصلی استفاده نشدن از معادل انگلیسی invisible را دشواری تلفظ آن دانست.

در این میان "چاپ"، "رایانامه" و "برخط" کم کاربردترین واژگان زبان فارسی در بین ۶۰ واژه‌ی منتخب بودند. از علل کم‌کاربرد بودن این واژگان می‌توان به معادل‌سازی نامناسب و دیر هنگام (به ویژه در مورد رایانامه و برخط) اشاره کرد. اغلب افراد می‌گویند که یا تاکنون معادل فارسی واژگان را شنیده‌اند و یا این‌که چون از ابتدا با واژه‌ی انگلیسی آشنا شده بودند به کار بستن معادل فارسی برای آن‌ها نامانوس است.

از میان عوامل دیگر ترویج بکارگیری واژگان انگلیسی می‌توان به پرستیژ اجتماعی سخن گفتن با واژگان انگلیسی از نظر برخی کاربران اشاره کرد که باعث ایجاد جاذبه در میان جوانان می‌گردد. این نکته جالب است که کاربران در مکالمات روزمره‌ی خود از دو واژه‌ی mutual friend و picture به ترتیب ۱۵٪ و ۱۹٪ از معادل فارسی آن‌ها یعنی "دوست مشترک" و "عکس" به ترتیب ۸۲٪ و ۷۶٪ استفاده می‌کنند. این امر نشان دهنده‌ی این است که زبان فارسی در این زمینه از عهده‌ی تامین نیاز کاربران برآمده و شاید هم دشواری تلفظ mutual friend برای فارسی‌زبانان دلیل استفاده‌ی محدود از این واژه می‌باشد. این‌که به چه دلیل از بین ۶۰ واژه کلماتی چون "مخفی"، "عکس"، و "دوست مشترک" پرکاربردتر هستند، خود موضوع قابل توجهی است که پژوهشگران می‌توانند آن را مورد مطالعه قرار دهند.

با توجه به اینکه عمر رواج گسترده تلفن همراه و رایانه در ایران نزدیک به ۱۰ سال می‌رسد، تاثیرات حاصل از کار با تلفن همراه در طول این زمان کم، به ویژه برای کاربران دو گروه سنی اول، بسیار زیاد بوده است. درصد استفاده از واژگان انگلیسی در دو گروه سنی ۰-۱۴ و ۱۵-۲۴ سال بالای ۵۰ درصد است. به

نظر می‌رسد کاهش سن شروع کار با تلفن همراه و رایانه و احتمال شروع تسلط زبان انگلیسی در سنین کمتر نیز در این روند موثر بوده است. افزایش چشم‌گیر استفاده از واژگان انگلیسی در گروه سنی ۲۵-۴۴ سال نیز نشان می‌دهد که تغییر شرایط محیطی، حضور بیشتر در اجتماع و تحصیلات دانشگاهی عواملی هستند که بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و به همان نسبت بالا رفتن میزان استفاده از واژگان انگلیسی تاثیرگذار هستند.

بر اساس یافته‌ها در گروه‌های سنی بانوان در میزان کاربرد واژگان انگلیسی نوسان مشاهده شده در حالی که به طور متوسط آقایان در هر گروه سنی به طور متوسط ۶۴٪ استفاده از واژگان انگلیسی را ترجیح داده‌اند. به بیان دیگر، روند رواج واژگان انگلیسی بر واژگان فارسی در بین آقایان در تمام سنین به یک میزان است. دلیل نوسان در میان می‌تواند گروه‌های سنی بانوان می‌تواند این واقعیت باشد که بانوان به این دلیل که در سنین خاصی علاوه بر کار در بیرون از خانه به خانه‌داری نیز مشغول هستند نسبت به آقایان فرصت کمتری برای حضور در شبکه‌های اجتماعی دارند.

نتایج به‌دست آمده به مرور زمان حذف کلماتی چون "چاپ" و "بارگیری" و "رایانامه" را از فهرست واژگانی زبان فارسی پیش‌بینی می‌کند. لازم به ذکر است که برخی از این معادل‌ها مانند بارگیری (حوزه‌ی تخصصی نرم‌افزار) از ابتدا در دایره‌ی واژگانی کاربران نرم‌افزارها و شبکه‌های اجتماعی وجود نداشته است. این نکته هم قابل ذکر است که بالاترین درصد، در پرکاربردترین واژه‌ی فارسی ۸۱٪ درصد است یعنی این که در خوشبینانه‌ترین حالت ۱۹٪ از فارسی‌زبانان از معادل انگلیسی لغات پرکاربرد زبان فارسی استفاده می‌کنند. این در حالی است که فقط ۵٪ از معادل فارسی پرکاربردترین واژه‌ی انگلیسی استفاده می‌کنند.

کاربرد کلمات انگلیسی در جملات فارسی به وضوح نشان می‌دهد کلماتی مانند "like" توسط کاربران در فارسی جایگزین "آفرین یا کارت حرف نداشت" شده است. حتی شاهد استفاده‌ی کنایه‌ای از واژگان در جمله‌ی شماره‌ی ۲ هستیم که در آن offline کنایه از "دست‌وپاچلفتی، گیج، و بی‌تجربه" می‌باشد.

در سالیان گذشته، با رواج هر فناوری، زبان جدید نیز پدیدار شده است. به عنوان مثال، رادیو، لغات و اصطلاحات خاص خود را رایج کرد و سپس تلویزیون لغات مخصوص دیگری را معرفی نمود. به دنبال آن‌ها، ماهواره، رایانه و در نهایت اینترنت و تلفن همراه نیز از این قاعده پیروی نمودند (کریستال، ۲۰۰۴:۲۳۷). به طور خاص، در سال‌های اخیر، تلفن همراه نقشی اساسی در توسعه‌ی دنیای دیجیتال ایفا کرده است. این ابزار امکان دسترسی به اینترنت را برای مشترکان فراهم کرده و به ابزاری چندمنظوره همچون دوربین عکاسی و فیلم‌برداری، رادیو، تلویزیون و ... تبدیل شده و همین امر بر اهمیت نقش ارتباطی و تعاملی تلفن همراه افزوده است. قابلیت ارتباطی سریع و آسان تلفن‌های همراه و امکان نصب ابزارهای چندمنظوره کاربردی و ارتباطی گوناگون تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی را به شدت افزایش داده است.

اینترنت و شبکه‌های اجتماعی قابلیت ایجاد هویت‌های مختلف را در دنیای جدید برای افراد به وجود آورده‌اند که شاید برخی از آن هویت‌ها در دنیای واقعی وجود خارجی نداشته باشند یا فرد مایل به پنهان یا هویدا نمودن آن‌ها در محیط‌های خاصی باشد که همین امر نیز استفاده از فضای مجازی را برای مردم جذاب‌تر می‌کند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱:۱۶۲). تقویت و حمایت از هویت مدرن و بازانديشانه نتیجه‌ی استفاده از اینترنت در بین کاربران به خصوص جوانان است (کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳:۴). با ظهور شبکه‌های

اجتماعی مرزهای کشورها از میان رفته و مردم دنیا سریع از وقایع باخبر می‌شوند و می‌توانند در تمام نقاط دنیا دوست بیابند و عقاید و نظرات خود را درباره‌ی موضوعات مختلف به اشتراک بگذارند.

استفاده‌ی مداوم از واژگان زبان انگلیسی در زبان مادری یا زبان معیار یک کشور به واسطه‌ی کار با کامپیوتر، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای ارتباطی، منجر به نفوذ واژگان زبان انگلیسی در تعاملات و موقعیت‌های عادی زندگی می‌شود، که این امر به مرور زمان، فساد زبانی را در پی دارد. برای روشن شدن بهتر روند عادی شدن استفاده از واژگان انگلیسی، مثال‌هایی از کتاب فرهنگ لغات زبان مخفی و از گفت‌وگوهای روزمره‌ی فارسی‌زبانان در مقطع دبیرستان، در اینجا آورده شده است.

(۱) اکانت فیس‌بوکم رو دی‌اکتیو کردم.

(۲) یکی از فرندام تو فیس‌بوک کامنت‌های بد می‌داشت، بلاکش کردم.

(۳) دیشب تا دیر وقت آنلاین بودم.

(۴) پک اینترنتی همراه اول ضعیفه، زود زود دی‌سی میشه.

(۵) کامنتای توی فیس‌بوک خودبه‌خود دیلیت شدن.

همه‌ی جملات ذکرشده برگرفته از مکالمات قشر دانش‌آموز و نوجوان هستند. در یک نگاه، شاید این‌گونه به نظر برسد که استفاده از واژگان انگلیسی محدود به فضای مجازی و دنیای الکترونیک است و به دنیای غیرمجازی یعنی زندگی اجتماعی عادی راه پیدا نمی‌کند. اما متأسفانه هم به دلیل تعلل در بسترسازی فرهنگی و هم به دلیل شتاب بسیار زیاد گسترش استفاده از فضای مجازی شواهد بیشتری مبنی بر نفوذ واژگان دنیای مجازی به زبان فارسی معیار در گفتگوهای روزمره افراد نیز دیده شده است، که نمونه‌هایی از آن در زیر می‌آید:

(۱) الف) حال کردی چطور ضایعش کردم؟

ب) اره ایول. لایک داری.

(۲) رضا که کلا چیزی بارش نیست، افلاینه افلاینه.

(۳) سوالای ریاضی خیلی سخت بود. مغزم هنگ کرده بود.

(۴) هر وقت خواستید برید فوتبال یه نوتیفیکیشن به منم بدین.

(۵) ناصر روی سایلننه.

(۶) وحید باید حسابی ریست بشه.

(۷) اونا ام‌پی‌تری نشستن.

(۸) اون روی من کیلیک کرده.

(۹) احمد سی‌پی‌یوش عیب کرده.

(۱۰) جواد رمش بالاست.

زبان رایج در شبکه‌های اجتماعی حتی در زبان شعر و طنز فارسی و رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون نیز تاثیرگذار بوده است. این امر نوعی فساد زبانی به شمار می‌آید که یکی از عوامل اصلی چنین فساد زبانی گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عدم توفیق برنامه‌ریزان در برخورد درست با این پدیده است. یکی دیگر از علل نفوذ این‌گونه ابزار در زبان فارسی جمعیت بالای قشر جوان کشور است.

همان‌طور که داده‌ها نشان داده است، جمعیت ۴۴-۲۵ سال ایران بیشترین استفاده از واژگان زبان انگلیسی را دارند. شاید یک عامل تشدیدکننده این وضعیت این واقعیت نیز باشد که از نظر عده‌ی زیادی استفاده از این نوع واژگان برای گویش‌وران اعتبار محسوب می‌شود.

ماهیت شبکه‌های اجتماعی تشکیل گروه‌های اجتماعی با محور اشتراکات سیاسی، اقتصادی، مذهبی و ... است. اعضای این اجتماعات با پیوندهای مشترکی که دارند اغلب به دنبال آرمان‌های مشترک سیاسی، اجتماعی و یا فرهنگی هستند (جهانجونا، ۱۳۹۳: ۱). زبان، خواه گفتار خواه نوشتار، بهترین ابزار نیل به این اهداف است. شبکه‌های اجتماعی به دلیل قدرت سیاسی و اقتصادی پنهان خود در به وجود آمدن زبان و فرهنگ غالب بین‌المللی نقش پررنگی ایفا می‌کنند. این ظرفیت‌های مهم نتیجه‌ی امکان ورود کاربران جدید به صورت نامحدود و امکان ایجاد فضای تعامل گسترده به صورت بین‌المللی، به اشتراک گذاشتن اطلاعات، تولید محتوا بر مبنای علایق فردی و استقلال زیاد شبکه‌های اجتماعی از مراکز قدرت رسمی است (محکم-کار و حلاج، ۱۳۹۳: ۹۴). این قدرت توان اداره‌ی بسیاری از جوانب زندگی بشر شامل زبان، ایدئولوژی، فرهنگ و ... را دارد. به عنوان بخشی از اهداف خود، مدیران چنین شبکه‌هایی از این طریق به ترویج زبان غالب خود می‌پردازند و به دنبال آن در فرهنگ تغییر ایجاد می‌نمایند. جیانگ (۲۰۰۰: ۳۲۸) معتقد است که "زبان و فرهنگ مانند عضوی از بدن هستند؛ زبان مانند گوشت، و فرهنگ مانند خون عمل می‌کنند. بدون فرهنگ، زبان می‌میرد؛ بدون زبان، فرهنگ شکل نمی‌یابد".

نتیجه‌گیری

در این مقاله با ارزیابی ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی، به نقش سن و جنسیت کاربران در میزان استفاده از واژگان زبان انگلیسی در گویش فارسی معیار پرداخته شد که یافته‌های آن حاکی از نفوذ زبان انگلیسی در زبان فارسی است. از آنجا که در عصر حاضر ارتباطات اغلب از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد، تاثیر آن‌ها بر جوانب گوناگون زندگی بشر به ویژه بر زبان و فرهنگ، غیر قابل اجتناب است. رایانه و تلفن همراه زمانی نماد موقعیت و طبقه‌ی اجتماعی افراد بود، اما امروزه کارکردهای اغلب متفاوت و متناقضی در سطوح مختلف فردی اجتماعی ملی و جهانی دارد. افراد می‌توانند به تناسب جنسیت و سطح اجتماعی خود در فعالیت‌های متعددی درگیر گردند که عواقب برخی از آنها قابل پیش‌بینی برای شهروندان و مسئولان نیست. فناوری‌های جدید، ارائه‌دهنده زبان و فرهنگ نو هستند. ابزار ارتباطی جدید در عصر حاضر گرایش به یکسان‌سازی فرهنگ جوامع دارند و بهترین ابزار انتقال فرهنگ، زبان است. مردم در گوشه و کنار دنیا به وسیله‌ی شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و زبان این ارتباط به سمت وحدت سوق داده می‌شود که اولین نقش آن به چالش کشیدن زبان معیار و بومی کاربران است. این شبکه‌ها با رواج زبان غالب، منجر به فساد زبانی می‌شوند و از این طریق فرهنگ مردم را تغییر می‌دهند. یک دلیل توفیق نسبی نفوذ زبان انگلیسی می‌تواند به موقع اقدام نکردن مسئولین امر در برنامه ریزی زبانی و واژه‌سازی مناسب باشد. اما به نظر می‌آید تغییرات گسترده در سطح کلان فرهنگ که تحت تاثیر عوامل متعدد سیاسی و اجتماعی است، دلیل مهم‌تری باشد. برای نمونه، این امر که به کار گرفتن این واژگان خود شاخصی برای معرفی سطح اجتماعی باشد از مصادیق تغییرات کلان در فرهنگ است.

به عنوان بارزترین دستاورد پژوهش، می‌توان به این نکته‌ی مهم اشاره کرد که مقابله با شبکه‌های اجتماعی نتیجه‌ی مطلوبی ندارد، بنابراین لازم است با همراهی هوشمندان شبکه‌های اجتماعی آنها را در مسیر فرهنگ بومی قرار دهیم. به بیان دیگر، لازم است برنامه‌ریزان فرهنگ و زبان بیش از پیش سعی کنند مسیر حرکت شبکه‌های اجتماعی با فرهنگ و زبان بومی هم‌سو شود. برای رسیدن به این هدف می‌توان از طریق رسانه‌های جمعی و شخصیت‌های برجسته و پرطرفدار اجتماعی، شهروندان را نسبت به فرهنگ و زبان بومی حساس کرد و با یادآوری نقش تعیین‌کننده آنان در حفظ زبان و فرهنگ جامعه از ایشان برای کمک به اعتلای فرهنگ و زبان بومی یاری خواست.

منابع

منابع فارسی

- اسلامی، م. (۱۳۹۱). بررسی شبکه‌های اجتماعی و تاثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی. نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، (صص ۱-۲۳)
- http://www.civilica.com/paper-NOPADID01-NOPADID01_018.html
- امیرپور، م. و گریوانی، م. (۱۳۹۳). تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان. فصلنامه‌ی دانش انتظامی خراسان شمالی، ۳(۳)، (صص ۲۳-۳۷)
- جهانجونی، ش. (۱۳۹۳). بررسی آثار مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی در رفتار اجتماعی نوجوانان و جوانان. وبسایت افتاب. بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۳/۰۹/۱۷
- http://aftabir.com/articles/view/applied_sciences/social_science/c12_1417987148p1.php
- خیرخواه، س. م. (۱۳۸۸). اسباب و عوامل ورود واژه‌های بیگانه در داخل زبان. نشریه‌ی خاوران. بازیابی شده در تاریخ ۱۳۸۸/۰۴/۰۸
- <http://www.khawaran.com/articles>
- شهبازی، ح.، باقیانی مقدم، م. ح.، محمدلو، ا.، مطلق، ز. و مسعودی بروجنی، د. (۱۳۹۲). ارزیابی تاثیر تلفن همراه بر عملکرد دانشجویان. مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، ۸(۲)، ۶۹-۸۶.
- عزیزمحمدی، ف. (۱۳۸۲). بررسی برخی فرآیندهای رایج قرض‌گیری در زبان فارسی. مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، ۱۸ (۳ و ۴).
- کلانتری، ع. حسنی، ح. (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تاثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان. رسانه، ۷۶. ۱۱۹-۱۳۶.
- کیا، ع. ا. و نوری مرادآبادی، ی. (۱۳۹۱). عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه‌ی اجتماعی "فیس‌بوک" (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا). مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۳(۴۹)، ۱۸۱-۲۱۲.
- کیانپور، م.، عدلی‌پور، ص. و ملک‌احمدی، ح. (۱۳۹۳). تعامل در فیس‌بوک و تاثیر آن بر هویت. مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، ۹(۲)، ۱۵۴-۱۳۲.
- محکم‌کار، ا. و حلاج، م. (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی به دنبال چه هستند؟ فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، ۲(۲). ۸۷-۱۰۸.
- مدرسی، ی. (۱۳۹۱). درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- معمار، ث.، عدلی‌پور، ص. و خاکسار، ف. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تاکید بر بحران هویتی ایران). فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱(۴)، ۱۵۵-۱۷۶.
- منتظر قائم، م. و عرفانی حسین‌پور، ر. (۱۳۹۴). مصرف تلفن همراه توسط نوجوانان: آسیب‌شناسی و روش‌های فرهنگی و فنی مقابله. رسانه و فرهنگ، ۵(۲)، ۵۷-۸۷.
- نصیری، ب. بختیاری، آ. (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی تلفن همراه بر خانواده. رسانه و فرهنگ، ۵(۲)، ۸۹-۱۱۸.
- وفامهر، م. و محبی‌فر، ه. (۱۳۸۶). تاثیر فناوری بر زندگی انسان. اولین کنفرانس سازه و معماری، تهران، (۱-۷) دانشگاه تهران، دانشکده معماری، پردیس هنرهای زیبا.
- http://www.civilica.com/paper-NCSA01-NCSA01_016.html

منابع لاتین

- Crystal, D. (2004). Internet and language. Cambridge: Cambridge University Press.
- Coates.J. (1986). Women, men and language: Studies in language and linguistics. London:

- Longman Group UK Limited.
- Ishii, K. (2011). Examining the adverse effects of mobile phone use among Japanese adolescents. *Keio Communication Review*, 33, 69-83.
- Jiang, W. (2000). The relationship between culture and language. *ELT Journal*, 54(4), 328-333.
- Khumalo, L. (2004). Language Contact and Lexical Change: A Lexicographical Terminographical Interface in Zimbabwean Ndebele. *Lexikos*, 14, 105-117.
- Lev-Ari, S., & Peperkamp, S. (2014). An experimental study of the role of social factors in language change: the case of loan word adaptations. *Laboratory Phonology*, 5(3), 379-401.
- McLuhan, M. (1964). 'The Medium is the Message'. In Durham, M.G & Kellner, D. (Eds.), *Media and Cultural Studies: Keywords* (2nd ed., pp. 107-116). Mass.: Blackwell.
- Trask, R. L. (1996). *Historical linguistics*. Oxford: Oxford University Press.