

Telegram Online Novel: An Experiment in Electronic Literature

Zahra Shahbakhsh

MA in Persian language and literature, University of Birjand, Birjand, Iran

zahra.shahbakhsh@birjand.ac.ir

Abbas Vaezzadeh (Corresponding Author)

Associate Professor of Persian language and literature, Department of Persian language and literature,
University of Birjand, Birjand, Iran

vaezzadeh_abbas@birjand.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

The development of communication technologies and the rapid expansion of the Internet and social media have transformed the production, publication, distribution, and reception of literary works and have contributed to the emergence of electronic literature and new literary forms such as online novels. An online novel is a work produced, published, and read in a digital environment. Unlike a digitized version of a printed novel, its identity and literary experience are closely connected to the affordances of digital media. In Iran, online novels initially appeared on websites and blogs and later expanded to mobile applications and social networking platforms such as Instagram and Telegram. Among these platforms, Telegram has become one of the most important environments for Persian online novels because of its accessibility, free or low-cost distribution, channels and groups, direct communication between writers and readers, and multimedia capabilities.

A Telegram novel is a form of online novel that is produced, published, and read through the Telegram messaging platform. These novels are generally released in short installments known as “parts” at specific intervals and therefore share certain characteristics with the earlier tradition of serialized or feuilleton novels. Nevertheless, immediate communication between writers and readers, the possibility of editing the text after publication, and the use of multimedia functions distinguish Telegram novels from conventional printed fiction. Despite their popularity among Iranian users, Telegram novels have received limited systematic scholarly attention as a form of electronic literature. Accordingly, this study adopts a descriptive typological approach to answer two questions: In what ways are online novels presented through Telegram, and what are the characteristics of Telegram novels as a form of electronic literature?

Methods

This study, adopting a descriptive typological approach, utilizes concepts and theories in the field of electronic literature, especially the views of Catherine Hills and Scott Rotberg, and examines the characteristics of the online Telegram novel as a type of electronic literature. For this purpose, first, the methods of presenting the Telegram novel in the three platforms of channel, group, and

robot are explained, and then this type is examined based on the definition and four main components of electronic literature.

Results

The findings show that Persian Telegram novels are presented through three major environments—channels, groups, and bots—and are primarily distributed in two forms: serialized part-posting and file sharing. Channels constitute the dominant publication environment and are divided into public and private channels.

Part-posting is the most common method of publishing Telegram novels. The novel is divided into short installments and released daily, every other day, weekly, monthly, or irregularly. Daily publication is the most common pattern. The endings of installments are often designed to maintain suspense and encourage readers to follow subsequent parts.

Telegram groups mainly perform supplementary functions. Critique and discussion groups facilitate conversations about the novel and provide opportunities for direct interaction with authors, while request groups primarily provide access to novel files. Bots can also help users search for and receive novel links or files, but their popularity is relatively limited because of excessive advertising, mandatory subscriptions to other channels, and the inactivity of some bots.

The analysis further demonstrates that Telegram novels are fundamentally dependent on networked computation because their production, publication, and reception cannot be separated from digital infrastructure and the Telegram platform. Another important characteristic is textual mutability and editability. Authors can revise linguistic and narrative errors after publication, add new characters or events to previously published sections, and even change the title of the novel during the publication process.

Telegram novels also possess a strong interactive dimension. Readers can communicate with authors through critique and discussion groups, personal pages, anonymous bots, channel administrators, and polls. In some cases, readers' reactions and preferences may influence the subsequent development of the narrative. Furthermore, the use of photographs, audio recordings, music, videos, GIFs, stickers, emojis, and advertising banners demonstrates the increasing use of multimedia capabilities.

In contrast, Telegram novels largely depart from the characteristic of non-trivial navigation and nonlinearity. Readers generally encounter a simple, sequential, and predominantly linear text and do not need to perform complex navigational or cognitive operations to experience the work. In this respect, Telegram novels correspond to aspects of third-generation electronic literature, in which accessibility and ease of content consumption increasingly replace some of the aesthetics of difficulty associated with earlier generations.

Discussion and Conclusion

The findings indicate that the Persian Telegram novel can be regarded as an emerging and locally adapted form of electronic literature and a form of networked writing whose

identity is closely connected to the technological, social, and communicative affordances of Telegram. While continuing the tradition of serialized publication and the feuilleton novel, it establishes a new model of literary production and reception in which the distance between writer and reader is reduced and readers can move from the position of passive consumers toward active participants in the literary process.

Telegram novels clearly embody three fundamental characteristics of electronic literature: computational dependence, interactivity, and multimedia. In addition, mutability and editability constitute an important characteristic arising from their digital nature. In contrast, Telegram novels largely depart from non-trivial navigation and nonlinearity, offering readers a simple, sequential, and predominantly linear reading experience. Accordingly, the main characteristics of Telegram novels can be summarized in five dimensions: **networked computational dependence, textual mutability and editability, author–reader interaction, the use of multimedia capabilities, and simplicity with a departure from non-trivial navigation.**

Therefore, Telegram novels should not be regarded merely as digital versions of printed novels. Rather, they represent a literary form produced through the interaction between narrative practices and the affordances of a networked platform. Channels, groups, bots, serialized part-posting, comments, polls, multimedia content, and direct communication between writers and readers collectively constitute their distinctive literary ecology. Studying this emerging form can contribute to a better understanding of the transformation of Persian literature in the age of social media and the ways in which digital technologies influence the production, publication, structure, circulation, and reception of literary works.

Abstract

Online novels are one of the consequences of the emergence of the Internet in the twenty-first century, which became more popular with the emergence of social networks and messengers and the popularity of Internet users to these networks. New and young Iranian writers began their activities on social networks such as Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, etc. to introduce themselves and publish their works. Among social networks, Telegram in Iran provided a more suitable platform for writers and readers of online novels due to its features, and for this reason it was more popular. This research attempts to examine the features of the Telegram online novel by adopting a typological approach and based on the concepts and theories in the field of electronic literature. The study shows that these novels are presented in three sections according to the capabilities of the Telegram messenger: channel, group, and robot, but the dominant form of the Telegram novel is the novels that are published on Telegram channels. Different parts of each novel are published in these channels at certain intervals, which is called "parting". From the perspective of electronic literature, the Telegram novel, as a subgenre of "network writing" and the third generation of electronic literature (mobile literature), has developed three of the fundamental characteristics of electronic literature (dependence on computer calculations, interactive nature, multimedia) and has distanced itself from the fourth characteristic (non-trivial effort). Accordingly, "based on network computing," "editing and changeability," "reader-author interaction," "utilization of multimedia capabilities," and "simplicity and distancing from non-trivial effort" are among the characteristics of the telegram novel.

Keywords: Novel, Online novel, Telegram novel, Electronic Literature, Mobile Literature, Network writing, Literary genre.

رمان آنلاین تلگرامی؛ تجربه‌ای در ادبیات الکترونیک

چکیده

رمان آنلاین یکی از پیامدهای ظهور اینترنت در قرن بیست و یک است که با ظهور شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها و اقبال کاربران اینترنت به این شبکه‌ها رواج بیشتری یافت. نویسندگان تازه‌کار و جوان ایرانی برای معرفی خود و انتشار آثارشان، فعالیت خود را در شبکه‌های اجتماعی توییتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، تلگرام و... آغاز کردند. در میان شبکه‌های اجتماعی، تلگرام در ایران به دلیل ویژگی‌هایی که داشت بستر مناسب‌تری برای نویسندگان و خوانندگان رمان آنلاین فراهم آورد و به همین دلیل با اقبال بیشتری روبه‌رو شد. این پژوهش تلاش دارد با اتخاذ رویکردی گونه‌شناسانه و براساس مفاهیم و نظریات مطرح در حوزه ادبیات الکترونیک به بررسی ویژگی‌های رمان آنلاین تلگرامی بپردازد. بررسی انجام شده نشان می‌دهد این رمان‌ها با توجه به قابلیت‌های پلتفرم تلگرام در سه بستر کانال، گروه و ربات ارائه می‌شوند، اما شکل غالب رمان تلگرامی، رمان‌هایی است که در کانال‌های تلگرامی منتشر می‌شوند. قسمت‌های مختلف هر رمان در فواصل زمانی معین در این کانال‌ها منتشر می‌شوند که اصطلاحاً به آن «پارت‌گذاری» می‌گویند. از منظر ادبیات الکترونیک، رمان تلگرامی به مثابه یکی از زیرگونه‌های «نوشتار شبکه‌ای» و نسل سوم ادبیات الکترونیک (ادبیات موبایلی) سه ویژگی از ویژگی‌های بنیادین ادبیات الکترونیک (وابستگی به محاسبات رایانشی، ماهیت تعاملی، چندرسانگی) را در خود پرورانده و از ویژگی چهارم (سخت‌پیمایی و غیرخطی بودن) فاصله گرفته است. بر این اساس، «ابتنا بر محاسبات رایانشی شبکه‌ای»، «ویرایش و تغییرپذیری»، «تعامل خواننده با نویسنده» و «بهره‌گیری از قابلیت چندرسانه‌ای» و «سادگی و فاصله‌گیری از سخت‌پیمایی» از ویژگی‌های رمان تلگرامی است.

واژه‌های کلیدی: رمان، رمان آنلاین، رمان تلگرامی، ادبیات الکترونیک، ادبیات موبایلی، نوشتار شبکه‌ای نوع ادبی.

۱. مقدمه

رمان‌نویسان ایرانی در هر دوره سعی بر این داشته‌اند تا خود را با نیاز جامعه، سلیقه مخاطبان و امکانات موجود تطبیق دهند و همین باعث شکل‌گیری گونه‌های مختلفی از رمان شده‌است. علاوه بر تغییرات محتوایی رمان در دهه‌های اخیر، گسترش ارتباطات و ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی منجر به پیدایش گونه‌های نوینی از رمان موسوم به رمان آنلاین شد. رمان‌های آنلاین آثاری هستند که در شبکه جهانی وب و شبکه‌های اجتماعی انتشار می‌یابند. این دسته از آثار زیرشاخه‌ای از نوعی جدید از ادبیات به نام ادبیات الکترونیک یا

دیجیتال^۱ محسوب می‌شوند. رمان آنلاین در دهه ۱۹۹۰ میلادی با ظهور اینترنت و پیدایش وبلاگ‌ها شکل گرفت و با گسترش چشمگیر اینترنت و افزایش شبکه‌های اجتماعی، در دهه ۲۰۰۰ میلادی به سرعت در سراسر جهان طرفداران زیادی پیدا کرد. افرادی که به اینترنت متصل هستند، می‌توانند به این رمان‌ها که اغلب به صورت رایگان ارائه می‌شوند، دسترسی پیدا کنند. این رمان‌ها در انواع فرمت‌های الکترونیکی در وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، برنامه‌های تلفن همراه، کتابخانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در دسترس هستند. نویسندگان این نوع رمان اثر خود را به طور کامل، فصل فصل و یا به صورت قسمت‌های کوچکی که اصطلاحاً «پارت»^۲ نامیده می‌شود به صورت روزانه، هفتگی و... منتشر می‌کنند. از این حیث، رمان آنلاین و به طور خاص، رمان آنلاین تلگرامی را می‌توان نسل جدیدی از «رمان پاورقی» دانست که در فواصل زمانی مشخص (معمولاً هفتگی و ماهانه) در مطبوعات منتشر می‌شدند.

درباره اینکه در ایران و به زبان فارسی، اولین رمان آنلاین چه سالی منتشر شد اطلاعات دقیقی در دسترس نیست، اما به طور کلی می‌توان گفت که وبسایت‌ها اولین بستر برای نشر رمان آنلاین فارسی بوده‌اند؛ بدین صورت که بعضی از نویسندگان، رمان‌های خود را در وبسایت‌های شخصی خود به شکل دنباله‌دار منتشر می‌کردند یا بعضی وبسایت‌ها رمان‌های چاپ‌شده را به صورت فایل‌هایی در قالب‌های مختلف درآورده، انتشار می‌دادند (پویافر و محمدی، ۱۳۹۵: ۱۱۸). رضا قاسمی در سال ۱۳۸۱ رمان «دیوانه و برج مونپارناس» را که بعدها آن را با عنوان «وردی که بره‌ها می‌خوانند» منتشر کرد، به صورت بداهه به مدت ۴۲ شب و هر شب یک قسمت روی سایت شخصی خود نوشت (دانشگر، ۱۴۰۲). اولین سایت دانلود رمان در سال ۱۳۸۸ توسط محمد جوشنی با نام «نودهشتیا» شکل گرفت. فعالیت این سایت بر اساس قانون کپی رایت بود و اثری را بدون مجوز نویسنده و ناشر منتشر نمی‌کرد و اگر گاهی چنین اتفاقی می‌افتاد با تذکر ناشر از سایت حذف می‌شد (محبی، بی‌تا). گسترش این گونه سایت‌ها منجر به ظهور نویسندگان و تولید آثار فراوان شد. به دلیل مشکلاتی که در وبسایت‌ها برای نویسندگان وجود داشت نویسندگان رمان آنلاین به وبلاگ‌نویسی روی آوردند و پدیده‌ای تحت عنوان «رمان وبلاگی» شکل گرفت. نویسندگان رمان با وبلاگ‌نویسی می‌توانستند بدون هیچ محدودیتی فعالیت کنند و بدون هزینه به انتشار رمان خود بپردازند و علاوه بر این می‌توانستند با مخاطبان خود نیز به صورت آنلاین تعامل داشته باشند (رضایی، ۱۳۹۰). پس از وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها، سکوها دیگری که به فعالیت در حوزه رمان آنلاین پرداختند و مخاطبان زیادی را جذب کردند، برنامه‌هایی بودند که برای تلفن همراه و رایانه ساخته شدند. این برنامه‌ها که در حوزه «ادبیات الکترونیک تلفن همراه»^۳ قرار می‌گیرند و صرفاً به ارائه رمان فارسی می‌پرداختند، تحت عناوینی مانند: «رمانسرا»، «رمانکده»، «رمان‌دونی»، «قصر رمان» و... فعالیت می‌کردند و مجموعه‌ای از رمان‌های انتشار یافته در وبسایت‌ها را در اختیار مخاطب می‌گذاشتند. این برنامه‌ها به دلیل اینکه به راحتی بر روی تلفن همراه نصب می‌شدند و افراد از این طریق می‌توانستند به تعداد

^۱ . Electronic/ Digital Literature

^۲ Part

^۳ . Mobile e-lit

زیادی از رمان‌ها دسترسی داشته باشند و در هر مکان و زمانی به مطالعه آن بپردازند، مورد اقبال واقع شدند. از معایی که این برنامه‌ها داشتند عدم ارتباط میان نویسندگان و خواننده بود. ارتباط اندکی که در وب سایت‌ها میان کاربران و نویسندگان ایجاد شده بود در این برنامه‌ها کاملاً قطع شد تا اینکه با ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی، نویسندگان رمان آنلاین در توییتر^۱، اینستاگرام^۲، فیس بوک^۳ و تلگرام^۴ شروع به فعالیت کردند و در این میان، رمان تلگرامی با استقبال بی‌نظیری از جانب کاربران ایرانی روبه‌رو شد.

هدف این پژوهش بررسی ویژگی‌های رمان آنلاین تلگرامی فارسی به مثابه یکی از اشکال ادبیات

الکترونیک و پاسخ به دو سؤال زیر است:

- رمان آنلاین در پیام‌رسان تلگرام به چه شیوه‌هایی ارائه می‌شود؟

- ویژگی‌های رمان آنلاین تلگرامی به مثابه ادبیات الکترونیک چیست؟

برای این منظور، با اتخاذ رویکرد گونه‌شناسی توصیفی از مفاهیم و نظریات مطرح در حوزه ادبیات الکترونیک بهره گرفته می‌شود.

۱-۲. پیشینه پژوهش

در باب گونه‌شناسی انواع رمان فارسی تحقیقاتی انجام شده که از آن جمله می‌توان به «نوع‌شناسی تطبیقی رمان تاریخی فارسی و عربی» (ولی‌نیا و محمدی، ۱۳۹۲)، «رمان به مثابه رسانه، گونه‌شناسی رمان‌های تأثیرگذار بعد از کودتای ۲۸ مرداد تا بهمن ۵۷» (هادیلو، ۱۳۹۵)، «نوع‌شناسی رمان تصویر مرد هنرمند در جوانی و شما که غریبه نیستید» (خسروی زارگز و شایان سرشت، ۱۴۰۲) اشاره کرد. درخصوص داستان‌ها و رمان‌های اینترنتی نیز در زبان فارسی سه پژوهش «هویت جنسی جوانان در رمان‌های عامه‌پسند اینترنتی؛ مطالعه رمان‌های برگزیده سایت (نودهشتیا)» (پویافر و محمدی اکمل، ۱۳۹۵)، «بررسی سبک زندگی اجتماعی رمان اینترنتی دل‌وایس توام مبتنی بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی» (غنی‌پور ملک‌شاه، محسنی و رحمانی، ۱۴۰۲) و «ادبیات الکترونیک و داستان‌های وب‌محور چندوجهی: الگوهای روایی در پوستین‌های ناهمگون: یک رمان (۲۰۱۲) و در حرکت (۲۰۱۴)» (ذالتاش، پروانه و منتخبی بخت‌ور، ۱۴۰۲) انجام شده است، اما تاکنون پژوهشی که به بررسی ویژگی‌های رمان آنلاین پرداخته باشد صورت نگرفته است. با توجه به گسترش شبکه‌های مجازی و رواج رمان آنلاین در عصر حاضر و محبوبیت رمان تلگرامی در ایران، بررسی و شناسایی ویژگی‌های این نوع از رمان ضروری به نظر می‌رسد.

^۱. Twitter

^۲. Instagram

^۳. Facebook

^۴. Telegram

۲. ادبیات الکترونیک: تعریف، نسل‌ها و گونه‌ها

تعریف: کاترین هیلز^۱، از برجسته‌ترین نظریه‌پردازان حوزه ادبیات الکترونیک، ادبیات الکترونیک را که «پس از پانصد سال حضور ادبیات چاپی (و دوره‌های طولانی‌تر سنت‌های شفاهی و دست‌نویس) به صحنه آمده است» (هیلز، ۱۳۹۹: ۵) اینگونه تعریف می‌کند: «منظور از ادبیات الکترونیک شکل دیجیتالی آثار چاپی نیست، بلکه آثاری است که دیجیتالی زاده می‌شوند، شیئی دیجیتالی که از ابتدا روی رایانه خلق می‌شود و (معمولاً) قرار است روی رایانه نیز خوانده شود» (همان: ۴). از نظر اسکات رتبرگ^۲، از پژوهشگران سرشناس این حوزه، ادبیات الکترونیک عبارت است از «گونه‌های نوشتاری جدیدی که قابلیت‌های خاص رایانه و شبکه را در خود می‌پروراند؛ بدون زمینه دیجیتالی معاصر موجودیتی ندارد و در بیشتر موارد نمی‌توان آنها را به راحتی چاپ کرد» (Retteberg, 2019: 2). عطری، فتوحی رودممعجی و عنابستانی (۱۴۰۴: ۱۸۶) بر اساس آرای صاحب‌نظران این حوزه، ادبیات الکترونیک را نوعی از ادبیات می‌دانند که

بدون زمینه محاسباتی و رایانشی امکان‌تکوین، نمایش و تجربه ندارد، با چاپ شدن، برخی ویژگی‌های هویتی خود را از دست می‌دهد، تعاملی و متکی بر رابط‌های کاربری دیجیتال است، سخت‌پیماست و پیمایش اثر، بخشی از تجربه ادبی است، معمولاً چندرسانه‌ای است و سایر رسانه‌ها در خدمت رسانه کلام یا قصه ادبی پیکربندی می‌شوند.

نسل‌ها: هیلز ادبیات الکترونیک را دارای سه موج/نسل می‌داند: ۱- بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ م. شامل آثار ابرمتنی متکی به ذات که ارتباط شبکه‌ای نداشتند؛ ۲- بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ م. که ادبیات الکترونیک از روی سی دی و رایانه‌های مستقل به شبکه وب انتقال یافت؛ ۳- از ۲۰۱۵ م. تا کنون، ادامه موج/نسل دوم است با این تفاوت که از صفحات رایانه به صفحات نمایش کوچک‌تر، مثل موبایل و تبلت منتقل شده است (هیلز، ۱۳۹۹: ۸؛ هیلز، ۱۴۰۱).

گونه‌ها: هیلز تنوع ادبیات الکترونیک را به طرز شگفت‌آوری زیاد می‌داند: همه انواع ادبی مرتبط با ادبیات چاپی و گونه‌هایی که منحصراً به رسانه‌های قابل برنامه‌ریزی و شبکه‌ای تعلق دارند (هیلز، ۱۳۹۹: ۷). اسکات رتبرگ نیز که اساس کتاب خود را بر معرفی گونه‌های ادبیات الکترونیک گذاشته است، ادبیات الکترونیک را دارای گونه‌ها و زیرگونه‌های متعددی می‌داند: داستان و شعر ابرمتنی آنلاین و آفلاین^۳، شعر جنبشی ارائه شده در فلش یا پلتفرم‌های دیگر^۴، چیدمان‌های هنری رایانه‌ای که از بینندگان می‌خواهند آنها را بخوانند یا جنبه‌های

^۱ . N. Kathrine Hayles

^۲ . Scott Retteberg

^۳ . Hypertext fiction and poetry, on and off the Web

^۴ . Kinetic poetry presented in Flash and using other platforms

ادبی دارند^۱، داستان‌های تعاملی^۲، برنامه‌های ادبی^۳، رمان‌هایی که به شکل ایمیل، پیامک و وبلاگ منتشر می‌شوند^۴، طرح‌های نوشتار مشارکتی^۵، اجراهای ادبی آنلاین که روش‌های جدید نوشتن را توسعه می‌دهند^۶ (Rettberg, 2019: 5). او در شش فصل بوطیقای تلفیقی^۷، داستان ابرمتنی^۸، داستان‌های تعاملی و سایر شکل‌های شبیه به بازی، شعر حرکتی و تعاملی، نوشتار شبکه‌ای^۹ و جریان‌های واگرا^{۱۰} به بررسی گونه‌ها^{۱۱} و زیرگونه‌های^{۱۲} ادبیات الکترونیک می‌پردازد. وی فقط برای گونه نوشتار شبکه‌ای هشت شکل معرفی می‌کند: کدنویسی^{۱۳}، شعر فلرف^{۱۴}، داستان صفحه اصلی^{۱۵}، رمان ایمیلی^{۱۶}، وبلاگ داستانی^{۱۷}، داستان توییتری^{۱۸}، انجمن نویسندگی آنلاین^{۱۹}، روایت جمعی^{۲۰} و نت پروو^{۲۱} (Ibid: 160-181). رتبرگ ضمن مفید دانستن مفهوم ژانر در ادبیات الکترونیک، تأکید می‌کند که

آفرینش‌های جدید [این حوزه] نه تنها به صورت روان و خطی از ژانرهای موجود پیروی نمی‌کنند بلکه به شیوه‌ای وهم‌آلود پدیدار می‌شوند... بسیاری از آثاری که می‌توان آنها را روایت‌های مکانی یا چیدمان‌های ادبی توصیف کرد، داستان فرامتنی نیز هستند. بنابراین، اگرچه نوع ادبی... به تمرکز توجه ما به عنوان خواننده بر جنبه‌های خاصی که پروژه‌های فردی در یک گروه به اشتراک می‌گذارند، کمک می‌کند، اما نمی‌توان گفت که هیچ‌یک از این ژانرها مرزهای ثابت یا تغییرناپذیری دارند (Ibid: 8).

^۱. Computer art installations, which ask viewers to read them or otherwise have literary aspects

^۲. Interactive fiction

^۳. Literary apps

^۴. Novels that take the form of emails, SMS messages, or blogs

^۵. Collaborative writing projects that allow readers to contribute to the text of a work

^۶. Literary performances online that develop new ways of writing

^۷. Combinatory Poetics

^۸. Hypertext Fiction

^۹. Network Writing

^{۱۰}. Divergent Streams

^{۱۱}. Genres

^{۱۲}. Subgenres

^{۱۳}. Codework

^{۱۴}. Flarf

^{۱۵}. Home page fictions

^{۱۶}. Email novels

^{۱۷}. Fictional blogs

^{۱۸}. Twitter fiction

^{۱۹}. Online writing communities

^{۲۰}. Collective narrative

^{۲۱}. Netprov

۳. رمان آنلاین تلگرامی

رمان تلگرامی گونه‌ای از رمان برخط (آنلاین)^۱ است که در پیام‌رسان تلگرام تولید، منتشر و خوانده می‌شود. این گونه از رمان به صورت پیام‌های متنی انتشار می‌یابد و تنها تعداد معدودی از آن‌ها پس از انتشار در تلگرام، به چاپ می‌رسند. نویسندگان، فصل‌ها یا قسمت‌های کوتاهی از رمان (پارت) را که معمولاً بیش از هزار کلمه نیست برای مخاطب خود در کانال‌های تلگرام منتشر می‌کنند. پایان‌بندی هر قسمت (پارت) به گونه‌ای است که مخاطب را در انتظار قسمت بعدی نگه دارد. این نوع رمان به دلایلی چون سهولت در نوشتن و انتشار، دسترسی آسان مخاطبان و تعامل مستقیم نویسنده و خواننده، نداشتن محدودیت برای انتشار محتوا، عدم حاکمیت سانسور و ممیزی و دسترسی آسان، رایگان و نامحدود، در سال‌های اخیر طرفداران زیادی در بین کاربران ایرانی پیدا کرده است. با توجه به مشکلات و محدودیت‌هایی که در زمینه نشر آثار به صورت چاپی وجود دارد و هزینه‌های زیادی که ممکن است برای چاپ کتاب تحمیل شود، نویسندگان به دنبال شیوه‌ای آسان‌تر برای دستیابی به شهرت و کسب درآمد روی آوردند. انتشار رمان در تلگرام نه تنها از لحاظ مادی برای نویسندگان سود بیشتری دارد بلکه از لحاظ فکری و محتوایی نیز می‌تواند به مسائلی بپردازد که در جامعه کمتر امکان بیان آن را دارند. در سال‌های اخیر کانال‌های بسیاری در تلگرام به انتشار رمان‌های فارسی می‌پردازند. علاوه بر کانال‌ها، گروه‌ها و ربات‌هایی نیز وجود دارند که آثار نویسندگان رمان آنلاین را منتشر می‌کنند.

۳-۱. شیوه‌های ارائه رمان تلگرامی

شیوه ارائه رمان در بسترهای سه‌گانه تلگرام (کانال، گروه و ربات) متفاوت است:

۳-۱-۱. کانال‌های رمان

کانال^۲ در تلگرام، مسیر یک سویه‌ای است که فقط مدیران می‌توانند در آن، پست‌های دلخواه را برای اعضای کانال منتشر کنند و دیگر اعضا قادر به ارسال پست^۳ نیستند و تنها در صورت صدور مجوز مورد نیاز توسط مدیر می‌توانند در زیر پست‌ها واکنش نشان داده یا دیدگاه خود را بگذارند. از کانال می‌توان برای پیام‌رسانی به تعداد زیادی از کاربران استفاده کرد. کانال‌های تلگرامی دارای دو نوع عمومی و خصوصی‌اند (محمودی میمند، ۱۳۹۷: ۴).

^۱ . Online novel

^۲ . Channel

^۳ . Post

۳-۱-۱. کانال‌های عمومی

عضویت در این کانال‌ها برای عموم کاربران تلگرام آزاد و رایگان است و همان‌طور که گفته شد برای عضویت در این نوع از کانال نیازی به در اختیار داشتن پیوند (لینک)^۱ یا نام کاربری (ID) نیست و فقط با نوشتن نام کانال در قسمت جستجوی تلگرام می‌توان به آن دسترسی پیدا کرد. کانال‌های عمومی رمان براساس فعالیتی که دارند به چند دسته تقسیم می‌شوند:

۱- کانال‌هایی که در اختیار نویسندگان تازه‌کار و نوپا است: نویسندگان تازه‌کار به دلیل اینکه هنوز مخاطبان چندانی ندارند و یا نمی‌توانند برای کانال خود تبلیغات کنند با عمومی کردن کانال سعی در جذب مخاطب دارند.

۲- کانال‌های محافظ: این کانال‌ها در کنار کانال‌های اصلی نویسندگان ایجاد می‌شوند. در کانال‌های محافظ فقط چند پیام حاوی اطلاعاتی دربارهٔ رمان که شامل: نام اثر، نام نویسنده، نام شخصیت‌ها، خلاصه یا عیار سنج داستان، عکس نمایه یا به اصطلاح پروفایل کانال و در نهایت لینک کانال قرار داده می‌شود. این کانال‌ها به این منظور ایجاد می‌شوند که اگر خواننده‌ای کانال اصلی را ترک کرد بتواند دوباره به آن دسترسی داشته باشد و یا اگر بنا به دلایلی کانال اصلی نویسنده، از دسترس او و سایر مدیران خارج شد، در کانال محافظ اطلاع‌رسانی شود و لینک جدید در اختیار خوانندگان قرار گیرد. از آن جمله می‌توان به کانال محافظ «رمان‌های آتوسا ریگی» اشاره کرد.

۳- کانال‌هایی که محتوای سایر کانال‌های رمان را منتشر می‌کنند: مدیران این کانال‌ها فایل PDF رمان‌های خاتمه‌یافته در تلگرام یا لینک کانال‌های خصوصی نویسندگان و برخی از آنها پارت‌های رمان‌های پرتعداد را بدون هیچ نام و نشانی از نویسنده در کانال خود منتشر می‌کنند و یا فایل آن را به فروش می‌رسانند. تمام فعالیت این دسته از کانال‌ها بدون اطلاع و کسب اجازه از نویسندگان است. وجود این کانال‌ها یکی از مشکلات نویسندگان آنلاین به شمار می‌رود. کانال‌های «دنیای رمان»، «داستان‌کده»، «رمان‌بوک»، «دریای رمان»، «آنلاین‌کده»، «دنیای رمان‌های صحنه‌دار»، «رمان‌سرای لپتوس» و... در این دسته جای می‌گیرند.

۳-۱-۲. کانال خصوصی

برخلاف کانال‌های عمومی در این کانال‌ها فقط از طریق لینک دعوت می‌توان عضو شد. لینک دعوت نیز از طریق مدیران کانال یا تبلیغات گسترده در اختیار مخاطبان گذاشته می‌شود. کانال‌های خصوصی نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ کانال‌های رسمی و کانال‌های ویژه (وی‌آی‌پی)^۲.

۱- کانال‌های عادی و رسمی نویسندگان: عضویت در این کانال‌ها مانند کانال‌های عمومی برای کاربران رایگان است و تعداد اعضای آنها معمولاً زیاد است. در این کانال‌ها علاوه بر پارت‌گذاری رمان، فراخوان

^۱ . Link

^۲ . VIP (Very Important Person)

عضویت در کانال وی‌آی‌پی، جملات ادبی یا انگیزشی، شعر، آهنگ، استیکر، ویدئو، مطالب آموزشی و تعداد زیادی تبلیغات معرفی رمان‌های دیگر منتشر می‌شود. کانال‌های رمان «فستیوال» پریسا شکور، «سدم» کیوان عزیزی و «هزاران ماهی تنها» فاطمه قیامی به این شیوه فعالیت دارند. البته برخی از کانال‌هایی که دارای مخاطبان زیادی هستند، سعی می‌کنند از ارسال محتوای اضافی که منجر به از بین رفتن نظم و توالی پارت‌ها و در نتیجه نارضایتی مخاطبان می‌شود، خودداری کنند. در این کانال‌ها فقط پارت‌های رمان، فراخوان عضویت در وی‌آی‌پی و تبلیغات قرار می‌گیرد که تبلیغات نیز پس از رسیدن به تعداد بازدید مشخص و یا سپری شدن مدت زمان تعیین‌شده، مثلاً پس از یک ساعت، از کانال حذف می‌شود. رمان‌های «شوگار» آرزو نامداری، «بی‌هیچ‌دردان» سامان شکبیا، «جهنمی بنام عشق» آراز طالبی و «پارازیت» زینب عامل از این دسته هستند. در نهایت، کانال‌هایی که در ابتدا تحت عنوان کانال رمان فعالیت خود را شروع می‌کنند و تا پیشبرد بخشی از رمان به شیوه کانال‌های قبلی عمل می‌کنند، اما پس از مدتی تبدیل به کانال‌های آموزشی می‌شوند و بیشتر به انتشار ویدئو و مطالبی می‌پردازند که به اصطلاح دارای ترفندهای کاربردی برای زندگی و خانه‌داری است. در این بین به طور نامنظم پارت‌گذاری رمان هم انجام می‌گیرد. حتی تبلیغاتی که در این کانال‌ها انجام می‌شود نیز نه درباره رمان که درباره دعانویسی و سرکتاب، آشپزی، خرید لوازم خانه و... است. کانال‌هایی چون رمان «کینه‌کش» راز انصاری و «سماح» پریسا حضاری از این نوع هستند.

۲- کانال‌های ویژه/ وی‌آی‌پی: دسترسی به این کانال‌ها برای کاربران صرفاً با پرداخت حق عضویت امکان‌پذیر است. تعداد اعضای کانال وی‌آی‌پی به دلیل داشتن حق عضویت بسیار کمتر از اعضای کانال رسمی است. در کانال وی‌آی‌پی، علاوه بر پارت‌گذاری رمان، اطلاعاتی درباره نویسندگان و دیگر آثار او، تخفیفات و برنامه‌های ویژه ارائه می‌شود. همچنین اعضای این کانال می‌توانند در گروه‌هایی که برای نقد رمان تشکیل می‌شود، عضو شوند و با نویسندگان به صورت مستقیم در تعامل باشند.

پس از اتمام رمان، برخی از نویسندگان علاوه بر پاک کردن همه پارت‌ها از کانال رسمی، کانال وی‌آی‌پی را نیز حذف می‌کنند و برخی نیز کانال را به همان صورت رها می‌کنند. در کنار این‌ها، نویسندگانی هم هستند که کانال وی‌آی‌پی ندارند و رمان را پس از اتمام به صورت فایل درمی‌آورند و به فروش می‌رسانند تا پس از حذف کانال نیز امکان مطالعه رمان وجود داشته باشد؛ از آن جمله می‌توان به رمان‌های «لیلیان» مریم عباسقلی و «طرار» فاطمه غفرانی و «بی‌هیچ‌دردان» سامان شکبیا اشاره کرد.

۳-۱-۳. پارت‌گذاری

مهم‌ترین و پرکاربردترین شیوه انتشار رمان در کانال‌های تلگرام، انتشار به صورت پارت‌گذاری است. قراردادن بخش کوتاهی از رمان را در کانال، اصطلاحاً «پارت‌گذاری» می‌گویند. تعداد کلمات هر پارت رمان تلگرامی به طور میانگین ۱۰۰ تا ۶۰۰ کلمه و تعداد پارت‌های هر رمان آنلاینی که در کانال‌های تلگرام منتشر می‌شود معمولاً ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ پارت است. پارت‌گذاری رمان در کانال‌های تلگرامی عمدتاً روزانه، روز در میان، هفتگی، ماهانه و در بعضی کانال‌ها نامنظم انجام می‌شود.

پارت‌گذاری روزانه: متداول‌ترین شیوه پارت‌گذاری میان نویسندگان رمان تلگرامی است. در این روش، نویسنده هر روز یک یا دو پارت را در ساعت مشخصی از شبانه‌روز در کانال قرار می‌دهد.

پارت‌گذاری روز در میان: بعضی از نویسندگان در روزهای زوج یا فرد یک الی دو پارت منتشر می‌کنند. نویسندگانی که بیش از یک کانال دارند و در هر کانال رمانی متفاوت منتشر می‌کنند بیشتر از این شیوه استفاده می‌کنند. به‌کارگیری این شیوه در پارت‌گذاری باعث می‌شود تا نویسنده بتواند کانال‌ها را همزمان مدیریت کند و داستان‌ها را در کنار هم پیش ببرد. از این نویسندگان می‌توان به سامان شکبیا (رمان‌های درحال انتشار: هوپان، قلب تزار، بی‌هیچ‌دردان و تو را در بازوان خویش خواهم دید) و آراز طالبی (رمان‌های در حال انتشار: جهنمی بنام عشق، زیر پوست طهران و مُفسد فی‌الارض) اشاره کرد.

پارت‌گذاری هفتگی یا ماهانه: گاهی نویسنده بنا به دلایلی نمی‌تواند به صورت روزانه در کانال پارت‌گذاری کند؛ لذا از همان ابتدا با اطلاع‌رسانی به مخاطبان، این شیوه را در پیش می‌گیرد. این شیوه بیشتر مخصوص کسانی است که رمان‌های خارجی را ترجمه می‌کنند. هرچند تعداد کمی از نویسندگان رمان آنلاین از این شیوه استفاده می‌کنند، اما از آنجاکه رمان‌های این نویسندگان از نظر مخاطبان جذاب است، تأخیر در پارت‌گذاری خللی در کار آنها ایجاد نمی‌کند. از رمان‌هایی که به این شیوه پارت‌گذاری می‌شدند می‌توان به «تمساح خونی یک آکواریوم را بلعید» اثر نگار. قاف و «سونات مهتاب» اثر آتوسا ریگی اشاره کرد.

پارت‌گذاری نامنظم: در این شیوه قاعده و قانون خاصی وجود ندارد و نویسنده در هر ساعت از شبانه‌روز هر تعداد پارت که بخواهد در کانال قرار می‌دهد. این نوع از پارت‌گذاری عموماً موجب نارضایتی مخاطبان و ترک کانال می‌شود.

هر شیوه‌ای که نویسنده در کانال رسمی برای پارت‌گذاری اتخاذ کند در کانال وی‌آی‌پی هم همان را در پیش می‌گیرد؛ با این تفاوت که معمولاً تعداد پارت‌ها یا تعداد کلمات هر پارت در کانال وی‌آی‌پی دو برابر است. در کانال وی‌آی‌پی نیز ممکن است برخی نویسندگان برخلاف تبلیغاتی که برای پارت‌گذاری منظم روزانه انجام می‌دهند، هر زمانی که برایشان مقدور باشد، پارت‌گذاری می‌کنند و ممکن است حتی چندین روز هیچ پارتی منتشر نکنند. البته این نکته را نباید از نظر دور داشت که نویسندگان به دو دلیل آنلاین‌نویسی یا نداشتن پیش‌نویسی از رمان، گاهی در پارت‌گذاری دچار بی‌نظمی می‌شوند و اکثر نویسندگان برای جبران بی‌نظمی و دلجویی از مخاطبان، تعدادی پارت را تحت عنوان «پارت جبرانی» در کانال قرار می‌دهند.

۳-۱-۲. گروه‌های رمان

گروه‌های یکی از بخش‌های اصلی تلگرام هستند که کاربران با عضویت در آنها می‌توانند به صورت چند سویه با دیگر اعضا ارتباط برقرار کنند. اولین گروه‌های تلگرامی قابلیت پذیرش ۲۰۰ عضو را داشتند، اما پس از بروزرسانی، در حال حاضر امکان عضویت ۲۰۰,۰۰۰ نفر در گروه‌های تلگرام وجود دارد (همان). برخلاف کانال‌های رمان تلگرامی که روز به روز درحال افزایش هستند، گروه‌های تلگرامی رمان بسیار معدودند. درحقیقت، گروه‌های تلگرامی رمان، همچون کانال‌ها، اختصاصاً به انتشار رمان نمی‌پردازند؛ بلکه

درواقع، این گروه‌ها به‌نوعی وابسته به کانال‌های رمان هستند و از این نظر به سه دسته تقسیم می‌شوند: گروه نقد رمان، گروه بحث وابسته به کانال رمان و گروه درخواست رمان.

۱- گروه‌های نقد رمان: برخی نویسندگان که مشتاق تعامل بیشتر با خوانندگان رمان خود هستند، با ایجاد

گروه نقد که مستقل از کانال اصلی است، این امکان را فراهم می‌کنند تا خوانندگان بتوانند نظرات خود را درباره شخصیت‌ها، موضوع داستان و نحوه پیشبرد آن بیان کنند. با اینکه این گروه‌ها به منظور نقد رمان ایجاد می‌شوند، اما بسیاری از پیام‌ها برای آشنایی اعضا با یکدیگر و نویسنده، گفت‌وگو در مورد مسائل روزمره، گفت‌وگو حول محور داستان، شامل سؤال درباره نحوه پایان‌بندی داستان، روند پارت‌گذاری، واقعی/غیرواقعی بودن داستان و تعریف و تمجید از نویسنده است و در این بین افراد اندکی را می‌توان دید که به نقد درست و اصولی داستان و بیان نظر خویش بپردازند. برخی از کانال‌های عمومی که به انتشار فایل رمان‌ها می‌پردازند نیز گروه نقد رمان دارند. هدف آن‌ها از ایجاد گروه این است که کاربران پس از خواندن رمان‌های عرضه‌شده در کانال به سؤالات دیگر اعضا درباره آن رمان پاسخ دهند تا اعضا بتوانند براساس علایق‌شان رمانی بیابند و دانلود کنند. ازجمله این گروه‌ها می‌توان به گروه نقد رمان «رمان‌بوک» اشاره کرد.

۲- گروه‌های بحث وابسته به کانال رمان: امکان عضویت در این گروه برای اعضای عادی وجود ندارد،

مگر اینکه به وسیله مدیر گروه اضافه شوند. نحوه کار این گروه بدین صورت است که مدیر کانال، گروهی را به عنوان گروه بحث انتخاب می‌کند. سپس با فعال سازی این گزینه در کانال، با انتشار هر پارت، کادری در زیر آن نمایش داده می‌شود که در آن نوشته شده است «دیدگاهی بگذارید». با لمس این کادر، اعضا وارد گروه می‌شوند که در ابتدای آن بحث، همان پارتی نمایش داده می‌شود که در کانال اصلی قرار گرفته و در زیر آن، افراد می‌توانند درباره آن پارت گفت‌وگو کنند.

۳- گروه‌های درخواست رمان و کتاب: این گروه‌ها فعالیتی مشابه کتابخانه‌های دیجیتال و کانال‌های

عمومی انتشار کتاب دارند؛ با این تفاوت که در گروه‌ها، کتاب‌ها بنا به درخواست اعضا برایشان ارسال می‌شود. این گروه‌ها در ساعات خاصی از شبانه‌روز، معمولاً از ۷ صبح تا پایان شب فعالیت می‌کنند و پس از طی زمان تعیین‌شده، گروه توسط ربات محافظ قفل می‌شود و کسی جز مدیران قادر به فعالیت نخواهند بود. عضویت و دریافت اثر در این نوع گروه‌ها رایگان است، اما هر فرد در طی یک روز تنها می‌تواند بین ۳ تا ۱۰ درخواست ارسال کند. همچنین فردی که تازه عضو گروه شده است باید تعداد اعضایی را که مدیر گروه مشخص می‌کند و توسط ربات شمارش می‌شود به گروه دعوت یا اضافه کند و یا در کانال‌های خاصی عضو شود. در غیر این صورت، پس از ارسال درخواست، پیام او توسط همان ربات محافظ گروه حذف می‌شود. تعداد افرادی که هر کاربر باید اضافه کند در هر گروه متفاوت است. به عنوان نمونه در «گروه درخواست کتاب» باید ۱۰ عضو افزود و در «گروه درخواست رمان حباب» باید در کانالی به نام «حباب» عضو شد. این سیاست که نتیجه آن افزایش تعداد اعضا و ارتقای گروه از گروه عادی به آبرگروه است، درحقیقت، به منظور انجام تبلیغات و فروش عضو

توسط مدیران گروه و نهایتاً کسب درآمد انجام می‌شود. «گروه تبادل رمان» و «گروه رمان‌ها _ رمان‌باز» نیز از زمره این گروه‌ها هستند.

۳-۱-۳. ربات‌های رمان

ربات^۱ نرم‌افزاری است که بدون دخالت انسان و براساس دستورالعمل مشخص فعالیت می‌کند. ربات‌هایی که در تلگرام در زمینه رمان فعالیت دارند بسیار کمتر از دو بستر قبلی (کانال و گروه) اند. فعالیت این ربات‌ها به این شیوه است که کاربر با راه‌اندازی ربات، طبق دستورالعملی که ربات می‌دهد عمل می‌کند. مثلاً اکثر ربات‌ها از کاربر درخواست می‌کنند در کانال‌های مشخصی عضو شود. پس از عضویت و بررسی صحت عملکرد کاربر، ربات فعال خواهد شد و کاربر می‌تواند درخواست خود را از طریق منویی که ربات در اختیار او قرار می‌دهد انتخاب و یا در قالب پیام متنی ارسال کند. با ارسال نام رمان، ربات، لینک کانال و یا در صورت موجود بودن، فایل PDF آن را برای کاربر ارسال می‌کند. ربات‌های رمان چند ایراد دارند که باعث می‌شود کاربران تمایل چندانی به استفاده از آن‌ها نداشته باشند. برخی ربات‌ها پس از فعال‌سازی به طور مداوم برای کاربر پیام‌هایی حاوی تبلیغات ارسال می‌کنند و از او درخواست عضویت در کانال‌ها و گروه‌هایی را دارند. ایراد دیگری که این ربات‌ها دارند این است که پس از مدتی غیرفعال می‌شوند و امکان ارسال درخواست وجود ندارد یا از همان ابتدا نمی‌توان آن‌ها را فعال کرد. استفاده از این دسته از ربات‌ها توسط افراد سودجو صورت می‌گیرد. آن‌ها با دستوری که به ربات می‌دهند، باعث عضویت افراد در کانال‌های خاص و افزایش اعضای آن کانال‌ها می‌شوند. «ربات رمانیکو» و «ربات داستانکده» از جمله ربات‌های رمان در تلگرام هستند.

۴. رمان تلگرامی به مثابه ادبیات الکترونیک

عطری، فتوحی رودمعجنی و عنابستانی (۱۴۰۴: ۱۷۹) بر اساس آرای صاحب‌نظران این حوزه، ادبیات الکترونیک را دارای چهار ویژگی بنیادین دانسته‌اند: وابستگی به محاسبات رایانشی، ماهیت تعاملی، چندرسانگی، و سخت‌پیمایی و غیرخطی بودن. در این مجال به بررسی رمان تلگرامی بر اساس ویژگی‌های ادبیات الکترونیک می‌پردازیم.

۴-۱. ابتدا بر محاسبات رایانشی شبکه‌ای

یکی از ویژگی‌های بنیادین ادبیات الکترونیک وابستگی آن به محاسبات رایانشی است. به این معنا که ایجاد و تجربه ادبیات الکترونیک به طور جدایی‌ناپذیری با فرایندهای محاسباتی مرتبط است. در چنین شرایطی... نطفه ایده‌های ادبی از لایه کلامی و حامل کاغذ به لایه رایانشی و حامل پیکسل منتقل شده [و اثر ادبی] در یک فرایند هم‌زیستی و همکاری انسان و ماشین، شکل می‌گیرد (همان: ۱۷۰)

^۱. Robot

تمام شبکه‌های اجتماعی و سکو (پلتفرم) های مبتنی بر وب از محاسبات رایانشی در رایانه‌های غول‌پیکر و سرور^۲ های قدرتمند بهره می‌گیرند و قاعدتاً هرآنچه در این سکوها تولید می‌شود، اعم از متن، فیلم، عکس، صوت و... مبتنی بر محاسبات رایانشی است. رمان تلگرامی، طبق طبقه‌بندی رتبرگ از ادبیات الکترونیک، یکی از اشکال نوشتار شبکه‌ای است که با دیگر داستان‌های مبتنی بر وب، نظیر داستان صفحه اصلی، وبلاگ داستانی، داستان توییتری، رمان ایمیلی، روایت جمعی و... شباهت‌هایی دارد و البته امکانات و قابلیت‌های خاص سکوی تلگرام ویژگی‌های متمایزکننده‌ای به آن داده است.

اسکات رتبرگ نوشتار شبکه‌ای را اینگونه تعریف می‌کند: «ادبیات الکترونیک است که برای اینترنت ایجاد و در آن منتشر می‌شود» (Rettberg, 2019: 152). این گونه از ادبیات الکترونیک ممکن است خوانندگان را برای تجربه روایت، ملزم به بازدید از سایت‌های متعدد کند؛ ممکن است ماهیت و مادیت خود شبکه را مورد بررسی قرار دهد؛ ممکن است از پتانسیل اینترنت برای همکاری استفاده کند یا از شبکه صرفاً به عنوان مکانی برای اجرا استفاده کند (ibid). رتبرگ با تأکید بر این واقعیت که «شبکه‌ها شرط زندگی معاصر هستند» و بخش زیادی از ارتباطات نوشتاری و تعاملات اجتماعی معاصر ما در شبکه‌ها شکل می‌گیرد، شبکه‌ها را برای ادبیات الکترونیک، هم پلتفرم و هم ماده می‌داند (ibid). رمان تلگرامی از بستر تلگرام برای تولید، انتشار و خوانش بهره می‌گیرد و تعاملات اجتماعی و اقتصادی بسیاری حول این گونه از ادبیات الکترونیک در این پلتفرم ایجاد می‌شود. هرچند ممکن است بعضی از رمان‌های تلگرامی پس از خاتمه انتشار در تلگرام، به صورت چاپی نیز منتشر می‌شوند، اما شکل چاپی این رمان‌ها نمی‌تواند تعاملاتی را که در بستر تلگرام حول این آثار شکل گرفته با خود به همراه داشته باشد.

۴-۲. قابلیت ویرایش و تغییرپذیری

یکی دیگر از ویژگی‌های رمان تلگرامی که بدون محاسبات رایانشی امکان‌پذیر نیست، قابلیت ویرایش و تغییرپذیری رمان است. سرژ بوچاردون^۳ با اشاره به کتاب به عنوان یک رسانه فیزیکی، متذکر می‌شود که «[با فناوری] دیجیتال، نه تنها رسانه، بلکه خود محتوا نیز قابل دستکاری می‌شود. قابلیت دستکاری، اصل دیجیتال است» (Berens, 2024: 24). رمان آنلاین تلگرامی، برخلاف رمان چاپی، از این قابلیت برخوردار است که نویسنده پس از انتشار می‌تواند هر جا که لازم باشد، به عقب برگردد و تغییراتی در متن داستان ایجاد کند. از آن‌جاکه نویسندگان رمان‌های تلگرامی نویسندگانی نه‌چندان آشنا به اصول و قواعد زبان فارسی هستند و از سوی دیگر این رمان‌ها هم‌زمان که نوشته می‌شوند، منتشر نیز می‌شوند، اشتباه‌های فراوانی، از اغلاط املائی و نگارشی تا اشکالات محتوایی دارند. از اشکالات نگارشی بسیاری که در این رمان‌ها وجود دارد که بگذریم، به عنوان مثال ممکن است نویسنده در ابتدای داستان، شخصیتی را توصیف کند، اما پس از گذشت مدتی، با

^۱ . Platform

^۲ . Server

^۳ . Serge Bouchardon

پیشبرد داستان، آنچه را که قبلاً بیان کرده فراموش کند و خصوصیات جدیدی برای آن شخصیت بیان کند. در چنین مواردی، نویسنده هر زمان بر خطای خود وقوف یابد، آن را اصلاح می‌کند. به‌غیر از رفع مشکلات، گاهی نویسنده برای ادامه داستان و افزودن جذابیت آن، به حادثه یا شخصیت جدیدی در داستان نیاز پیدا می‌کند، در این موارد نیز نویسنده می‌تواند حادثه یا شخصیت مورد نظر خود را به پارت‌های قبلی اضافه نماید. این تغییرات نه‌تنها در پارت‌ها و جریان داستان که حتی ممکن است در عنوان رمان انجام شود. مثلاً ممکن است نویسنده‌ای در ابتدا، رمان خود را با نامی شروع کند اما در میانه راه، نام مناسب‌تر یا جذاب‌تری بیابد و نام رمان را تغییر دهد. به عنوان مثال، پریسا شکور رمانی با عنوان «شبرنگ» شروع کرده بود، اما پس از مدتی و در میانه انتشار، نام آن را به «الرز» تغییر داد.

۴-۳. ماهیت تعاملی: تعامل نویسنده با خواننده

یکی از بارزترین ویژگی‌های ادبیات الکترونیک را ماهیت تعاملی آن دانسته‌اند. تعامل از منظر ادبیات الکترونیک به معنای توانایی خواننده برای انجام اقداماتی است که بر رفتار متن تأثیر می‌گذارد. «برخلاف متون چاپی که خوانندگانی تقریباً منفعل - در سطح پیمایش - را طلب می‌کند ادبیات الکترونیک اغلب مستلزم مشارکت فعال خوانندگان است» (عطری، فتوحی رودمعجنی و عنابستانی، ۱۴۰۴: ۱۶۷). بنابراین، ادبیات الکترونیک، خواننده را از مصرف‌کننده منفعل به مشارکت‌کننده فعال ارتقا می‌دهد. از نسل اول ادبیات الکترونیک، یعنی داستان ابرمتنی و داستان تعاملی گرفته تا نسل دوم و سوم مبتنی بر شبکه آن، مثل روایت جمعی، نت پروو، داستان توییتری و...، تعامل و مشارکت خواننده یکی از ویژگی‌های اصلی محسوب می‌شود. این تعامل و مشارکت از «پیش‌روی در متن، کار با رابط کاربری، انتخاب از میان گزینه‌های مختلف، دستکاری عناصر صفحه برای تجربه خواندن منحصر به فرد» (همان) در نسل اول تا «پسند/نپسند» (لایک/دیس‌لایک)‌ها، «نظرات»^۲، «بازنشر» (ری‌پست)^۳ و «بازفرست» (ریپلای)^۴ یا «نام‌یاد» (منشن: @)^۵‌ها در نسل سوم (Berens, 2024: 19) را در برمی‌گیرد. رتبرگ با اشاره به این موضوع که بخش زیادی از ارتباطات نوشتاری و تعاملات اجتماعی معاصر ما در شبکه‌ها شکل می‌گیرد (Rettberg, 2019: 152)، اشکال مختلف نوشتار شبکه‌ای را مبتنی بر مشارکت فعال خوانندگان می‌داند: «شبکه شیوه‌های خلق مشارکتی را ممکن می‌سازد؛ کاری که در ادبیات چاپی به‌راحتی قابل دستیابی نیست» (ibid: 154).

^۱ . Like/ Disli

^۲ . Comments

^۳ . Repost

^۴ . Reply

^۵ . Mention

یکی از اساسی‌ترین تمایزات رمان تلگرامی با رمان‌های چاپی و بعضی دیگر از رمان‌های آنلاین، تعامل نویسنده با خوانندگان و سهولت آن است. پیش از این، امکان دسترسی به نویسنده برای همه خوانندگان رمان وجود نداشت و یا اگر امکان‌پذیر بود به سختی صورت می‌گرفت. در گذشته، خوانندگان رمان از طریق ارسال نامه، تلگراف و ایمیل به دفتر انتشارات و یا شرکت در جلسات نقدی که از طرف ناشر با حضور نویسنده تشکیل می‌شد، می‌توانستند در مورد اثر با نویسنده ارتباط برقرار کنند و نظرات خود را بیان کنند. البته این ارتباط نیز پس از چاپ و عرضه رمان در بازار، میسر می‌شد. با گسترش اینترنت و ظهور داستان‌های وبلاگی، این ارتباط تسهیل شد و هم‌زمان با تولید اثر برقرار می‌شد، اما با توجه به عدم دسترسی بعضی از افراد به رایانه و اینترنت، استفاده از داستان وبلاگی و به تبع آن، تعامل با نویسنده برای همگان امکان‌پذیر نبود. با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و انتشار رمان در این سکوها و با توجه به همگانی شدن گوشی‌های تلفن همراه هوشمند و اینترنت، برقراری این ارتباط بسیار سریع‌تر و آسان‌تر شد. در تلگرام، مخاطبان می‌توانند با خواندن هر پارت از رمان، نظر خود را بیان کنند و نیازی نیست تا اتمام رمان صبر کنند. با توجه به قابلیت‌هایی که تلگرام ارائه می‌دهد نویسندگان نیز می‌توانند به راحتی و به طرق مختلف با مخاطبان خود در ارتباط باشند، از نظرات آنها مطلع شوند و بخش بعدی رمان را براساس خوشایند ایشان بنویسند. چنانکه پیش‌تر نیز گفته شد، خوانندگان می‌توانند از طریق گروه‌های نقد و گروه‌های وابسته به کانال، نظرات خود را با نویسنده در میان بگذارند و با او گفت‌وگو کنند. علاوه بر این، مخاطبان می‌توانند از طریق صفحه شخصی نویسنده در تلگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی، ربات ناشناس، ادمین و نظرسنجی با نویسنده در تعامل باشند.

۱- **گروه‌های مرتبط با کانال رمان:** برخی نویسندگان تمایل دارند که با مخاطبان رمان خود، ارتباط بیشتری برقرار کنند. به همین دلیل در گروه‌های نقد و سایر گروه‌های مرتبط با کانال رمان خود حضور می‌یابند و با خوانندگان گفت‌وگو می‌کنند؛ به سؤالات و انتقادات مخاطبان در مورد داستان و حوادث آن پاسخ می‌دهند و تا جایی که جریان داستان فاش نشود، اطلاعاتی را در اختیار آنها می‌گذارند.

۲- **صفحات شخصی نویسنده:** نویسندگانی که خواهان تعامل بیشتر با کاربران و نیز کسب شهرت هستند، در تلگرام از مخاطبان می‌خواهند که صفحات شخصی آنها را در سایر شبکه‌های اجتماعی، به خصوص اینستاگرام دنبال کنند. حتی گاهی بعضی از نویسندگان به جای پارت‌گذاری در تلگرام، پارت‌ها را در قالب عکس در اینستاگرام بارگذاری می‌کنند و به مخاطبان اعلام می‌کنند برای خواندن پارت جدید به آنجا مراجعه کنند. نویسندگان عمدتاً این کار را برای افزایش تعداد دنبال‌کنندگان (فالور)^۱های خود در اینستاگرام انجام می‌دهند، اما بعضی نویسندگان صرفاً برای دسترسی آسان مخاطبان یا ناشران به آنها دست به چنین اقدامی می‌زنند.

^۱. Follower

۳- **ربات ناشناس:** در تلگرام ربات‌هایی هستند که با به کارگیری آن‌ها می‌توان به صورت ناشناس برای افراد مختلف پیام ارسال کرد. البته لازمه این کار این است که طرف مقابل نیز این ربات را فعال کرده باشد. گاهی نویسندگان بدون اینکه گروهی ایجاد کنند و یا از حساب شخصی خود با مخاطبان ارتباط برقرار کنند، با استفاده از این ربات‌ها از مخاطبان خود می‌خواهند تا نظرات و دیدگاه‌هایشان را از این طریق ارسال کنند. به عنوان نمونه، آراز طالبی، نویسنده رمان «جهنمی بنام عشق» در کانال خود از این شیوه برای ارتباط با مخاطبان استفاده می‌کند. ربات‌های «چت ناشناس» و «برنامه ناشناس» که با نوشتن نام آن‌ها در قسمت جستجوی تلگرام برای کاربران نمایش داده می‌شوند، دو نمونه ربات ناشناس و پرکاربرد فارسی در تلگرام هستند.

۴- **ادمین:** ادمین یا پشتیبان کانال مسئولیت‌های مختلفی چون: انجام تبلیغات، ارتقای کانال، انتشار مطالب، مدیریت اعضا و گفت‌وگوها را بر عهده دارد. ادمین می‌تواند واسطه‌ای بین نویسنده و اعضای کانال باشد. در مواردی که نویسنده تمایلی به ارتباط مستقیم با اعضا ندارد، ادمین به عنوان واسطه‌ای میان آن‌ها عمل می‌کند و تا جایی که ممکن باشد، به سؤالات اعضا پاسخ می‌دهد و نظرات آن‌ها را به نویسنده منتقل می‌کند.

۵- **نظرسنجی:** یکی از امکاناتی که تلگرام در نسخه‌های جدید خود ارائه داده، امکان ایجاد نظرسنجی است. نویسندگان گاهی برای جویا شدن نظر مخاطبان از نظرسنجی استفاده می‌کنند تا از آن در پیشبرد داستان استفاده نمایند.

۴-۴. بهره‌گیری از قابلیت چندرسانگی

ادبیات الکترونیک را اغلب هنری چندرسانه‌ای دانسته‌اند که متن، صدا، تصویر و... را ترکیب و روایت‌های چندلایه ایجاد می‌کند. اگرچه سایر رسانه‌ها در ادبیات الکترونیک در خدمت متن و کلام هستند، اما حضور آن‌ها می‌تواند کلام‌سالاری را در هم شکند و به رمان‌هایی منجر شود که در آن‌ها پیچیدگی کلام بر روایت به اندازه رمان‌های مرسوم نیست (عطری، فتوحی رودمعجنی و عنابستانی، ۱۴۰۴: ۱۶۸-۱۶۹). در رمان‌های تلگرامی اولیه نویسندگان کمتر از قابلیت‌های چندرسانه‌ای بهره می‌بردند، اما در رمان‌های تلگرامی متأخر شاهد افزایش بهره‌گیری از چندرسانه‌ای هستیم. کیتی اینمن برنز^۱ ترکیب کلام گفتاری و شکلک (ایموجی)^۲ را مشخصه انواع پوپولیستی ادبیات الکترونیکی نسل سوم می‌داند (Bernes, 2024: 21). استفاده از بنرهای تبلیغاتی، صوت (ویس)^۳، موسیقی، عکس، ویدئو و برچسب (استیکر)^۴ از دیگر مصادیق چندرسانگی در رمان‌های تلگرامی است.

^۱ . Kathi Inman Berens

^۲ . Emoji

^۳ . Voice

^۴ . Stiker

۱- **بئر تبلیغاتی:** بئر تبلیغاتی یک پیام به منظور معرفی رمان و جذب مخاطب است. این پیام می‌تواند حاوی اطلاعاتی هم‌چون نام رمان، نام نویسنده، خلاصه یا بخشی از داستان، ژانر، نام شخصیت‌ها، لینک ورود به کانال و... باشد. بئرهاى اولیه تنها به ارائه همین اطلاعات می‌پرداختند و مخاطبان با خواندن خلاصه و شناختی که از نویسنده داشتند، در صورت علاقه‌مندی به کانال می‌پیوستند؛ اما با افزایش تعداد کانال‌های رمان در تلگرام و ایجاد حس رقابت میان آن‌ها در جذب مخاطب، سازندگان بئرها به فکر تأثیرگذاری بیشتر و افزایش جذابیت بئرها افتادند و برای این کار ابتدا از عکس، سپس از تصاویر متحرک (گیف‌ها)^۱ و ویدئوهای کوتاه با محتوای اروتیک استفاده کردند. عکس‌های به کاررفته در بئرها معمولاً همان عکسی است که در نمایه کانال به عنوان عکس روی جلد قرار دارد و تصویری دربردارنده شخصیت‌ها، نام کانال و نام نویسنده است. گیف‌ها و ویدئوهایی که در بئرها به کار می‌رود فقط به منظور افزایش جذابیت است و اطلاعاتی درباره رمان به مخاطب ارائه نمی‌کنند. علاوه بر این، متن بئرها نیز متنی‌هایی جعلی از حوادث داستان است. این متن‌ها در اکثر بئرها مشابه هم هستند و دربردارنده الفاظ مرتبط با اسافل، مسائل جنسی و رابطه‌هایی است که میان شخصیت‌ها شکل می‌گیرد.

۲- **صوت:** بعضی از رمان‌ها در کنار متن، از صوت نیز استفاده می‌کنند؛ بدین صورت که بعضی پارت‌های رمان توسط نویسنده یا فرد دیگری روخوانی می‌شود. این کار بیشتر در رمان‌هایی انجام می‌شود که شخصیت‌های داستان دارای لهجه یا گویش خاصی هستند و خواننده نمی‌تواند متن دیالوگ را به درستی بخواند و کلمات و اصطلاحات گویشی را درست تلفظ کند. به عنوان مثال در رمان «هوروش» اثر منیر قاسمی که دیالوگ‌هایی به لهجه اصفهانی داشت، به درخواست مخاطبان در گروه نقدی که توسط نویسنده ایجاد شده بود، تعدادی از پارت‌ها به شکل فایل صوتی ارسال می‌شدند.

۳- **ترانه و موسیقی:** بعضی از کانال‌های رمان برای افزایش جذابیت کانال، همزمان با انتشار هر پارت، یک موسیقی هم ارسال می‌کنند. بعضی اوقات نیز در یکی از صحنه‌های رمان، شخصیت داستانی مشغول شنیدن یک آهنگ است که نویسنده آن آهنگ را قبل از همان پارت ارسال می‌کند. به عنوان مثال، در یکی از پارت‌های رمان «آشوک» اثر سحر مرادی، راوی برای اینکه خود را از فکر و خیال رها کند مشغول گوش کردن ترانه‌ای است (می‌خواهم پایان این راه اشک شوق به تو رسیدن باشه...) که نویسنده فایل صوتی این ترانه را قبل از همین پارت در کانال ارسال می‌کند.

۴- **عکس و ویدئو:** برخی کانال‌ها ویدئوهای کوتاهی را منتشر می‌کنند که بخشی از یک فیلم است و با بخشی از داستان هماهنگی دارد یا عکس‌هایی از افراد مشهور را می‌گذارند و این افراد را به عنوان شخصیت داستان معرفی می‌کنند. بعضی از کانال‌ها نیز برای جذب مخاطب در ابتدای رمان، کلیپ یا ویدئوهای کوتاهی (نهایتاً یک دقیقه‌ای) متناسب با موضوع رمان منتشر می‌کنند.

^۱ . GIF (Graphics Interchange Format)

۵- برچسب و شکلک (استیکر و ایموجی): بعضی از کانال‌های رمان قبل از آخرین پارت رمان، به نشانه پایان رمان از استیکرهایی استفاده می‌کنند. بعضی از رمان‌ها نیز، در بعضی از پارت‌ها، در توصیفی که از یک صحنه شده از ایموجی‌های متناسب با آن صحنه بهره می‌گیرند.

۴-۵. سادگی و فاصله‌گیری از سخت‌پیمایی

چهارمین ویژگی بنیادین ادبیات الکترونیک را غیرخطی بودن، سخت‌پیمایی یا تلاش غیرپیش‌پافتاده^۱ دانسته‌اند. اسپن آرسن^۲ ادبیات الکترونیک را ادبیاتی سخت‌پیمای^۳ معرفی می‌کند که در آن «پیمایش در متن بخش مهمی از تجربه ادبی را شکل می‌دهد» (عطری، فتوحی رودمعجنی و عنابستانی، ۱۴۰۴: ۱۷۳) در این حالت، خوانندگان متن را به طور فیزیکی در جهات مختلف پیمایش و عناصر مختلف را با توالی‌های گوناگونی تجربه می‌کنند (همان: ۱۷۱).

کیتی برنز سخت‌پیمایی یا تلاش «غیرپیش‌پافتاده» و زیبایی‌شناسی دشوار برای خواندن ادبیات الکترونیک، اعم از تعامل فیزیکی و پیچیدگی شناختی را مشخصه نسل اول و دوم ادبیات الکترونیک می‌داند. وی با طرح این سؤالات که «آیا یک اثر ادبی می‌تواند الکترونیک باشد اگر خودآگاهانه درگیر زیبایی‌شناسی دشواری که مشخصه نسل اول و دوم ادبیات الکترونیک است، نباشد؟» و «آیا گسترش رادیکال زیبایی‌شناسی ادبیات الکترونیک از دشواری به سهولت، یکی از اصول بنیادی ادبیات الکترونیک را نقض می‌کند؟» (Berens, 2024: 18) به بررسی شعر اینستاگرامی^۴ به عنوان نماینده ادبیات الکترونیک نسل سوم می‌پردازد. وی طی بحثی مفصل در این باره، تعاملات اجتماعی خوانندگان در شبکه‌های اجتماعی از بازنشر، لایک و کامنت تا دیدن پنهانی پست (لرکینگ)^۵ را سرمایه و واحد پول رسانه‌های اجتماعی می‌داند و معتقد است شبکه‌های اجتماعی از این تعاملات و کدها که همچون نوک کوه یخ است فراداده‌هایی را جمع‌آوری می‌کنند (ibid: 20). به زعم او، این کدها همچون نسل اول و دوم ادبیات الکترونیک، کدی نیست که بسته‌های اطلاعات را از نویسنده به دستگاه و از دستگاه به سرور و از طریق یک سیستم توزیع گسترده و پراکنده منتقل کند.

این نوع جدیدی از «پاسخ خواننده» است که در آن الگوریتم‌ها عامل محور هستند: خواننده انسانی خودش توسط الگوریتم‌های هدف‌گیری رفتاری «خوانده» می‌شود، از نظر حساسیت تجاری تجزیه و تحلیل می‌شود و اطلاعات یا تبلیغات جدیدی که برای ترغیب به انجام تراکنش طراحی شده‌اند، حتی اگر آن تراکنش فقط یک کلیک باشد، به او ارائه می‌شود (ibid: 21).

برنز احساسات و عواطف خوانندگان را داده‌هایی خام برای بازاریابی رفتاری می‌داند. او نسل سوم ادبیات الکترونیک را به طور جدایی‌ناپذیری با چنین فراداده‌هایی هم‌بسته می‌داند و در نهایت، در پاسخ به این سؤال که «آیا شعر اینستاگرامی، ادبیات الکترونیک است؟» می‌گوید:

¹. non-trivial

². Espen Aarseth

³. Ergodic

⁴. Instapoetry

⁵. Lurking

بله. مادیت اجرایی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، حوزه ادبی معاصر را تغییر شکل می‌دهد. زیبایی‌شناسی دشواری ادبیات الکترونیک از خواندن دقیق ویژگی‌های خاص رسانه آثار نسل اول و دوم، به مرور اجمالی محتوا و خواندن دقیق ظرفیت‌های خواندن/نوشتن بی‌قاعده فراداده‌های رسانه‌های اجتماعی و حدس زدن کد جعبه سیاهی که زیربنای ادبیات الکترونیک نسل سوم است، تغییر می‌کند (ibid: 25).

آنچه برنز درخصوص شعر اینستاگرامی می‌گوید درباره گونه‌های دیگر ادبیات الکترونیک نسل سوم، از جمله رمان تلگرامی صادق است. رمان تلگرامی نیز همچون شعر اینستاگرامی، ادبیاتی ساده و بی‌نیاز از سخت‌پیمایی و تلاش غیرپیش‌پافتاده خواننده است.

۵. نتیجه‌گیری

با ظهور اینترنت تحولات زیادی در انتشار آثار ادبی، به‌ویژه رمان پدید آمد. رمان آنلاین از پیامدهای ظهور اینترنت و یکی از انواع ادبیات الکترونیک (دیجیتال) است که با گسترش شبکه‌های اجتماعی، طرفداران زیادی پیدا کرد. در بین انواع مختلف رمان‌های آنلاین، رمان آنلاین تلگرامی یکی از پرطرفدارترین رمان‌های آنلاین فارسی است. این گونه از رمان آنلاین در سه بستر کانال، گروه و ربات، به دو شکل ارسال فایل و پارت‌گذاری منتشر می‌شود. رایج‌ترین شیوه ارائه رمان تلگرامی، «پارت‌گذاری» (انتشار بخش‌های کوتاهی از رمان در فواصل زمانی معین) در بستر کانال‌های عمومی و خصوصی است. گروه‌های رمان تلگرامی نیز سه نوع‌اند: گروه نقد رمان، گروه بحث وابسته به کانال و گروه درخواست رمان. گروه‌های نقد و بحث وابسته به کانال توسط نویسندگان ایجاد می‌شود و در آن به بحث درباره رمان و ارائه نظرات مخاطبان پرداخته می‌شود. گروه‌های بحث نسبت به گروه نقد، فعالیت محدودتری دارند؛ زیرا در هر بحث فقط درباره یک پارت می‌توان اظهار نظر کرد. گروه‌های درخواست رمان نیز همانند گروه‌های عمومی به ارائه فایل و لینک کانال‌ها بنا به درخواست کاربر می‌پردازند. ربات‌های رمان نیز نرم‌افزارهایی هستند که فایل لینک کانال رمان‌های درخواستی کاربر را برای او ارسال می‌کنند، اما به دلیل محدودیت‌هایی که این ربات‌ها ایجاد می‌کنند محبوبیت چندانی در نزد کاربران ندارند.

رمان تلگرامی به مثابه یکی از اشکال «نوشتار شبکه‌ای» و نسل سوم ادبیات الکترونیک (ادبیات موبایلی) سه ویژگی از ویژگی‌های بنیادین ادبیات الکترونیک (وابستگی به محاسبات رایانشی، ماهیت تعاملی، چندرسانگی) را در خود پروراند و از ویژگی چهارم (سخت‌پیمایی و غیرخطی بودن) فاصله گرفته است. بر این اساس، «ابتنا بر محاسبات رایانشی شبکه‌ای»، «ویرایش و تغییرپذیری»، «تعامل خواننده با نویسنده» و «بهره‌گیری از قابلیت چندرسانه‌ای» و «سادگی و فاصله‌گیری از سخت‌پیمایی» از ویژگی‌های رمان تلگرامی است.

کتابنامه

- انصاری، راز. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال کینه‌کش]. دسترسی ۱۳ بهمن ۱۴۰۰. در نشانی:
< <https://t.me/joinchat/19i12o3k0fc2OWFk> >
- پویافر، محمدرضا و محمدی‌اکمل، مریم. (۱۳۹۵). «هویت جنسی جوانان در رمان‌های عامه‌پسند اینترنتی؛ مطالعه رمان‌های برگزیده سایت (نودهشتیا)». *مطالعات فرهنگ ارتباطات*. ش ۶۸. صص ۱۰۷-۱۴۴.
- حصاری، پریسا. (۱۴۰۱). در تلگرام [کانال سماح]. دسترسی ۲۵ آذر ۱۴۰۱. در نشانی:
< <https://t.me/+kpMxUSbxgV5hYzA8> >
- خسروی زارگز، زهرا و شایان سرشت، اکبر. (۱۴۰۲). «نوع‌شناسی رمان تصویر مرد هنرمند در جوانی و شما که غریبه نیستید». *متن‌پژوهی ادبی*. ش ۹۵. صص ۱۵۵-۱۷۹.
- دانشگر، بهزاد. (۲۰ آبان ۱۴۰۲). «رمان آنلاین؛ احیای یک سنت ادبی». *خبرگزاری تسنیم*. در نشانی:
< <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1402/08/20/2986853> >
- ذالانش، هانیه؛ پروانه، فرید؛ منتخبی بخت‌ور، نرگس. (۱۴۰۲). «ادبیات الکترونیک و داستان‌های وب‌محور چندوجهی: الگوهای روایی در پوست‌تین‌های ناهمگون: یک رمان (۲۰۱۲) و در حرکت (۲۰۱۴)». *نقد زبان و ادبیات خارجی*. ش ۳۰. صص ۱۳-۳۶.
- رسولی، پرهام. (۱۳۹۹). در تلگرام [کانال هانتر]. دسترسی ۱۸ آبان ۱۴۰۱. در نشانی:
< <https://t.me/joinchat/o91xpD4FHN43OWRk> >
- رضایی، مهسا (۱۳ شهریور ۱۳۹۰). «گونه تازه‌ای به نام رمان وبلاگی». *تبیان*. در نشانی:
< <https://article.tebyan.net/178123> >
- شکور، پریسا. (۱۳۹۹). در تلگرام [کانال فستیوال]. دسترسی ۲۳ مهر ۱۴۰۰. در نشانی:
< <https://t.me/+CQRaumjrMuxjZThk> >
- شکور، پریسا. (۱۴۰۲). در تلگرام [کانال الارز]. دسترسی ۱ آذر ۱۴۰۲. به نشانی:
< <https://t.me/+EAWWLsqfPV1jODU0> >
- شکیبا، سامان. (۱۳۹۷). در تلگرام [کانال بی هیچ دردان]. دسترسی ۱۱ اسفند ۱۳۹۸. در نشانی:
< <https://t.me/joinchat/aD2c6E80xjtiZmY0> >
- طالبی، آراز. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال جهنمی بنام عشق]. دسترسی ۷ شهریور ۱۴۰۱. در نشانی:
< <https://t.me/joinchat/or3JsLxpzk0zOWI0> >
- طالبی، آراز. (۱۴۰۱). در تلگرام [کانال زیر پوست تهران]. دسترسی ۲۰ تیر ۱۴۰۱. به نشانی:
< <https://t.me/+DGpofbxxlls5M2Nk> >
- عامل، زینب. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال پارازیت]. دسترسی ۳ فروردین ۱۴۰۱. به نشانی:
< <https://t.me/joinchat/AAAAAFkdSo3Irtlk68XGtQ> >
- عباسقلی، مریم. (۱۳۹۹). در تلگرام [کانال لیلیان]. دسترسی ۹ مهر ۱۴۰۱. در نشانی:
< https://t.me/joinchat/WPfV46D0_SU0ODdk >
- عزیزی، کیوان. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال سدم]. دسترسی ۱۴ تیر ۱۴۰۱. در نشانی:
< <https://t.me/+0PmVRWaAof85Mjdk> >

- عطری، عاطفه؛ فتوحی رودممعجی، محمود؛ عنابستانی، مرتضی. (۱۴۰۴). «تعریف ادبیات الکترونیک و پیشنهاد یک اصطلاح». *نقد ادبی*. س ۱۸. ش ۶۹. صص ۱۶۰-۱۹۳.
- غفرانی، فاطمه. (۱۳۹۹). در تلگرام [کانال طرار]. دسترسی ۱۷ فروردین ۱۴۰۰. در نشانی: <https://t.me/joinchat/RyZcaZGOgM7yjULB>
- غنی‌پور ملک‌شاه، احمد؛ محسنی، مرتضی؛ رحمانی، زهرا. (۱۴۰۲). «بررسی سبک زندگی اجتماعی رمان اینترنتی دل‌واپس توام مبتنی بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی». *پژوهش‌های ادبی و اجتماعی*. ش ۵. صص ۴۱-۵۶.
- محبی، صبا. (بی‌تا). «نگاهی به سرگذشت سایت‌های دانلود رمان». *طاقچه*. دسترسی ۱۵ اسفند ۱۴۰۳. در نشانی: <https://taaghche.com/blog/1399/10/22>
- محمودی میمند، سکینه. (۱۳۹۷). «دسته‌بندی کانال‌های پیام تلگرام». پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد. پردیس فنی مهندسی، دانشگاه یزد.
- موسوی، شادی. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال ویکار]. دسترسی ۱۵ اسفند ۱۴۰۰. در نشانی: <https://t.me/joinchat/gWeUouAVhD5hOGE8>
- نامداری، آرزو. (۱۴۰۰). در تلگرام [کانال شوگار]. دسترسی ۴ بهمن ۱۴۰۰. در نشانی: <https://t.me/joinchat/YyxpsKdW8ZYyNTNk>
- ولی‌نیا، بهارک و محمدی، ابراهیم. (۱۳۹۲). «نوع‌شناسی تطبیقی رمان تاریخی فارسی و عربی». *کاوش‌نامه ادبیات تطبیقی*. ش ۱۱. صص ۱۳۵-۱۶۰.
- هادیلو، علی. (۱۳۹۵). «رمان به مثابه رسانه، گونه‌شناسی رمان‌های تأثیرگذار بعد از کودتای ۲۸ مرداد تا بهمن ۵۷». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. ش ۴۵. صص ۹۵-۱۲۸.
- هیلز، ان. کترین. (۱۳۹۹). «ادبیات الکترونیک چیست؟». *در ادبیات الکترونیک*. ویراسته ریسیمز و سوزان شرایمین. ترجمه: مهدی صداقت‌پیام. تهران: سمت.
- هیلز، کترین. (۱۵ تیر ۱۴۰۱). «ادبیات الکترونیک به مثابه تداوم نوآوری هاست» در نشانی: <https://www.iranpl.ir/news/37536>

- Berens, K.I. (2024). "E-Lit's #1 Hit: Is Instagram Poetry E-literature?". In J. Mackay & J. Knox (Ed.). *Reading#Instapoetry: A Poetics of Instagram* (pp. 15-28). New York: Bloomsbury Academic. <http://dx.doi.org/10.5040/9798765105511.ch-1>

- Rettberg, Scott. (2019). *Electronice Literature*. Cambridge: Polity Press.

نسخه
پیش
انتشار