

## تبیین و تحلیل پیامک‌ها در دو نوع غنایی و تعلیمی

مریم صادقی‌گیوی\* - زهرا رامهران\*\*

### چکیده

نظر به امکان ارسال پیامک‌های متنوع وابسته به ادبیات به‌وسیله تلفن همراه و به جهت وجود طیف گسترده آثار ادبی در انواع غنایی و تعلیمی، مقاله حاضر می‌کوشد با هدف بررسی چگونگی شکل‌گیری انواع مذکور در پیامک‌های ارسالی، با روش تحلیل محتوا، به این پرسش پاسخ گوید که کمیت و کیفیت پیامک‌ها در انواع غنایی و تعلیمی چگونه است؟ جامعه آماری ۱۶ هزار و ۳۲۷ پیامک است که در آن، نوع غنایی به هفت زیرمقوله تقسیم شده، نوع عاشقانه به‌علت نمایش واکنش فرهنگی - ادبی به نیازهای اجتماعی و برطرف کردن حس انزوای کاربران، بیشترین میزان توجه را دربرداشته؛ نوع تعلیمی به ۱۰ زیرمقوله تقسیم شده که پند و آموزش به اعتبار کتابت از اهمیت بیشتری برخوردار بوده است. با توجه به تعامل سنخ‌های دو نوع مذکور، نوع ترکیبی غنایی - تعلیمی نیز از میان پیامک‌ها استخراج شده است.

### واژه‌های کلیدی

پیامک (SM)، SMS (سیستم پیام کوتاه)، نوع (ژانر) ادبی، نوع غنایی، نوع تعلیمی

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۶/۱۸

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۴/۰۲

m\_sadeghi\_38@yahoo.com

\*. دانشیار ادبیات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

parisaramهران@yahoo.com

\*\* . دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

**مقدمه**

انسان موجودی است ارتباط‌گر که با روش‌ها و ابزار گوناگون به برقراری ارتباط می‌پردازد. تلفن همراه با قابلیت ارسال پیامک یکی از وسایل ارتباطی میان‌فردی و پرکاربرد است که در آن ارسال پیامک‌ها با اهداف خاص وابسته به ادبیات صورت می‌گیرد. از آنجا که بیشتر کاربران سیستم پیام کوتاه به کمک زبان نوشتار با هم ارتباط برقرار می‌کنند و پیام‌های متنوعی را در انواع گوناگون ادبی رد و بدل می‌کنند، در واقع ادبیات را به دنیای نوین فناوری وارد و نقش آن‌را در زندگی اجتماعی تثبیت می‌سازند. صرف‌نظر از کاربردهای متعدد تلفن همراه، کاربرد ادبیاتی آن در بُعد پیامک مورد توجه است زیرا از یک‌سو عاملی برای زایش و آفرینش‌های ادبی می‌شود و از سوی دیگر نقش انتقال فرهنگ، ادبیات پیشین و حاضر را به‌ویژه در مناسبت‌های گوناگون عهده‌دار می‌شود. بر این مبنا با نظر به سازوکار نوین تولید و توزیع ادبی، پیامک‌ها در ایران امروز به‌عنوان یکی از مبانی تداعی‌کننده ادبیات مشور و منظوم کلاسیک و معاصر نیز به‌شمار می‌روند. در نتیجه این رسانه در زمینه ادبی نقش مؤثر غیرقابل انکاری می‌یابد و علاوه بر «پدیده اجتماعی» بودن، به‌عنوان یک «پدیده ادبی» هم مطرح می‌شود. بنا بر بررسی‌ها مشخص شد که به‌دلیل وجود طیف گسترده ادبیات غنایی و تعلیمی در آثار ادبی، پیامک‌ها نیز به انواع مذکور تقسیم می‌شوند. لذا آنچه در این نوشتار بررسی شده، چگونگی شکل‌گیری انواع مذکور در پیامک‌هاست که در راستای پاسخگویی به این پرسش انجام پذیرفته که کمیت و کیفیت پیامک‌ها در دو نوع غنایی و تعلیمی، چگونه است؟

**جامعه آماری و روش**

جامعه آماری این مقاله، ۱۶ هزار و ۳۲۷ پیامک ارسال شده است. روش، تحلیل محتوای کمی و کیفی است. واحد ثبت (تجزیه و تحلیل)، یک پیامک ارسالی (جمله و بندی است که در یک فراگرد ارتباطی به‌وسیله سامانه پیام کوتاه ارسال شده) و مضمون، معنا و مفهوم است. به‌منظور تجسم عینی توصیف و تحلیل داده‌ها، از جداول توصیفی و نمودار ستونی

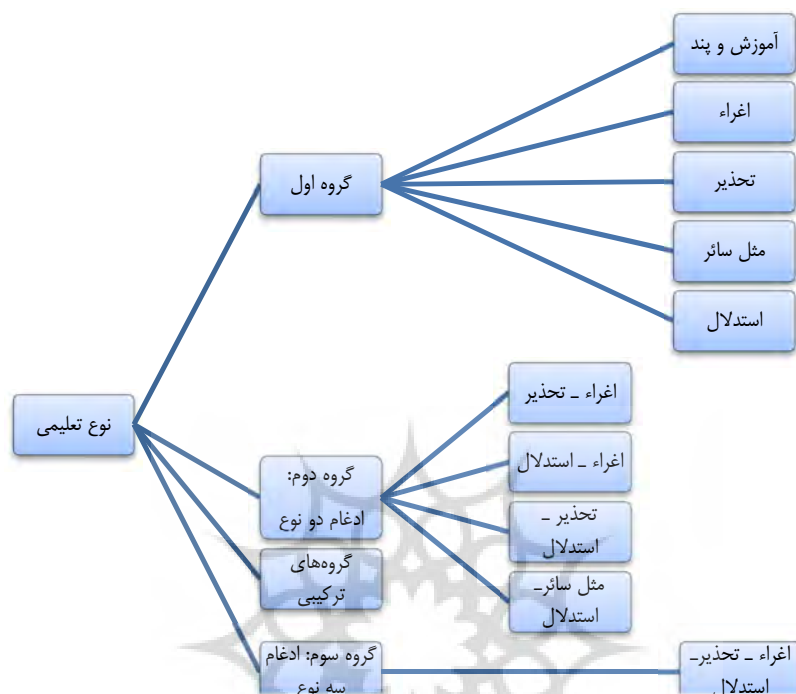
تبیین و تحلیل پیامک‌ها در... ❖ ۳۳

(فراوانی درصدی) استفاده شده، ضمن اینکه برای دوری از اطاله کلام تنها به ذکر یک شاهد پرداخته شده است.

### چارچوب نظری

این نوشتار، تلفیقی از نظریه‌های انواع ادبی سیروس شمیسا، حسن انوشه، محمود عبادیان، خسرو فرشیدورد، سیما داد، نورترپ فرای و هدر دوبرو است.





جدول ۱. پیشینه

عنوان، نوع و سال انجام پژوهش	پژوهشگر	توضیح و نتایج
ادبیات پیام‌های کوتاه و بافت اجتماعی - فرهنگی ایران، مطالعه پیام‌های کوتاه مناسبتی دو روز اول نوروز ۱۳۸۵، مصادف با اربعین حسینی/ کارنوشت دانشجویی	جناب اصفهانی، فاطمه	تحلیل محتوایی با دسته‌بندی پیام‌های تبریک و تسلیت و ترکیبی فروردین ۱۳۸۵، که به میزان بومی شدن تکنولوژی و دین‌داری کاربران می‌پردازد. نتیجه: تلفن همراه در فرهنگ ما بومی شده، پیامک‌های مناسبتی جایگزین مناسک فرهنگی شده است.
نحوه کاربرد پیام کوتاه به‌عنوان وسیله ارتباطی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد تهران مرکز/ ۱۳۸۵/ پایان‌نامه	زابلی، شیرین	در آن دلایل رواج سرویس پیام کوتاه، علت‌های استفاده از آن، نحوه استفاده از این سرویس و علاوه بر آن محتوا و موضوع پیام‌های کوتاه بررسی شده که بر اساس آن، محتوای طنز و فکاهی بیشترین محتواست. در موضوع‌ها، موضوع‌های شخصی اهمیت دارند، ضمن اینکه در بسیاری از موارد موضوع و محتوای پیام‌ها از هم جدا نیستند.

ادامه جدول ۱. پیشینه

عنوان، نوع و سال انجام پژوهش	پژوهشگر	توضیح و نتایج
مردم‌شناسی ارتباط خودمانی /۱۳۸۶ / کتاب	اکرامی فر، محمود	در حیطه ارتباطی و مردم‌شناسی و گاهی تحلیل زبان (نماد) و محتوای (پیام) پیام‌های کوتاهی است که در طی یک سال رد و بدل شده است. در آن، اثرگذاری پیامک‌ها در ایجاد یا جهت‌گیری افکار عمومی یا استفاده از افکار عمومی در جهت شکل‌گیری آنها، نقش رسانه ملی (صدا و سیما) در شکل و محتوای پیامک‌ها و تبدیل ارتباط رسمی به ارتباط غیررسمی و خودمانی و اثرگذاری این ارتباط بر مخاطبان بررسی شده است. نتایج: رسانه ملی دارای نقش فعالی بوده، در محتوای و اخبار و فرامخاطب کردن پیام کوتاه بسیار مؤثر است؛ ضمن اینکه طنز، هزل و هجو از بیشترین محتوای ارسالی در پیامک‌ها هستند.
فرهنگ ادبی پیام کوتاه /۱۳۸۶ / کتاب	ارجی، علی اصغر و شهبازی، ایرج	ماهیت اصلی کتاب حول محور جمع‌آوری پیامک است با اشاره‌های کوتاه به مسائل زبان‌شناسی و ساختاری پیامک‌ها و ذکر اهمیت ادبی آن.
زبان پیام‌های کوتاه فارسی /۱۳۸۶ / پایان‌نامه	جباری، فروع	در آن با بررسی ۳۰۰ پیامک ارسالی در دو سال، به تحلیل زبانی (از دو بُعد صوری و محتوایی) و اجتماعی (با متغیرهای جنسیت، زبان گونه‌های منطقی‌ای، موقعیت اجتماعی و سن) پرداخته شده است. نتایج: حروف انگلیسی به راحتی به جای حروف فارسی به کار رفته است، ضمن اینکه صورتک‌ها و اشکال، بسیاری از مشکلات نوشتاری را حل کرده و راهی برای بیان احساسات هستند. لطفی‌گویی با الگوی جدیدی در حال شکل‌گیری است. دختران و سنین بین ۱۸-۳۰ بیشترین کاربران هستند. پیامک‌های بومی مورد توجه بسیار کاربران مناطق مختلف است. افراد تحصیلکرده با موقعیت اجتماعی مناسب، سعی در نگارش مطلوب‌تر پیامک دارند.
نوشتن ادبیات شفاهی درباره پیام کوتاه /۱۳۸۶ / مقاله	عالمی، پوریا	ورود زبان محاوره به پیام کوتاه و مرز بین ادبیات کتبی و شفاهی و میزان کاربرد طنز را بررسی کرده است.

ادامه جدول ۱. پیشینه

عنوان، نوع و سال انجام پژوهش	پژوهشگر	توضیح و نتایج
تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه تهران/ ۱۳۸۷/ مقاله	کوثری، مسعود و خیرخواه، فاطمه	با تحلیل محتوای ۲ هزار و ۶۵۱ پیامک بر اساس متغیرهای زمان ارسال پیامک، جنسیت و وضعیت تأهل، نگاهی جامعه‌شناسانه به این پدیده دارد. نتایج: ارسال پیامک بیشتر در بعداز ظهر و ساعت‌های عرف روز بوده، زنان و مجردها بیشترین کاربران هستند.
مردن یا امروزی شدن فرهنگ ایران/ ۱۳۸۷/ کتاب	فاضلی، نعمت‌الله	در بخش دوم کتاب، از منظر روابط اجتماعی و ارسال لطیفه، اشاره‌ای کوتاه به پیام کوتاه شده که بررسی و نوشته‌ی بسیار کوتاهی است. در آن اظهار شده که رواج و ارسال پیامک عاملی برای از بین بردن تابوهای جنسیتی و مشروع کردن روابط مرد و زن بوده است.
مطالعه تلفن همراه، زندگی در حال حرکت/ ۱۳۸۷/ کتاب	عاملی، سعیدرضا و صبار، شاهو و رنجبرمضانی، مهدی	در آن ضمن بررسی نقش تلفن همراه در تغییر الگوی حوزه حکمرانی و به‌وجود آمدن الگوی «حکمرانی الکترونیک» به‌وسیله تلفن همراه و ایجاد حوزه استقلال فردی، با یک تحقیق پیمایشی، جدول و نمودار فراوانی نسبی از پیامک‌ها ارائه شده که مانند پژوهش‌های پیمایشی دیگر، لطیفه و طنز درصد بیشتری را به خود اختصاص داده است.
تلفن همراه به‌عنوان رسانه مکتوب/ ۱۳۸۷/ مقاله	بختیاری، بهروز و آدی‌بیک، آرزو	مطالعه‌ای گفتمانی از متون طنز پیام کوتاه فارسی است. در آن، طنزهای کلامی از دو منظر معناشناسی و کاربردشناسی زبان بررسی شده‌اند. نتیجه: پدیده پیام کوتاه سببی است در پدید آمدن صورت و گونه‌ای جدید از طنزهایی که در ادبیات فارسی سابقه ندارد.
بررسی میزان همخوانی پیام کوتاه با زبان فارسی معیار/ ۱۳۸۷/ مقاله	زندى، بهمن و ربانى، فاطمه	بررسی پیام کوتاه از منظر زبان‌شناسی به روش تحلیل محتوای همخوانی دستوری و معنایی پیامک‌ها با زبان فارسی معیار، نوع مضامین (جمله‌های قصار، عاشقانه، پیام تسلیت، تبریک، طنز و لطیفه) و نوع نگارش آنها (فارسی، انگلیسی، فینگلیش) بررسی شده است. نتایج: در میزان همخوانی زبان پیامک با زبان فارسی معیار تفاوت‌های سبکی آشکاری هست. مضمون طنز بیشتر است. تمایل عمومی به نگارش به خط فارسی است، ضمن اینکه فینگلیش هم ارسال می‌شود.

ادامه جدول ۱. پیشینه

عنوان، نوع و سال انجام پژوهش	پژوهشگر	توضیح و نتایج
پیامک، اسپراتنویی نوین / ۱۳۸۹ / مقاله	شریفی، لیلا	به بررسی ساختاری - محتوایی پیامک‌ها می‌پردازد و زبان پیامک‌ها را مورد سنجش قرار داده تا میزان تناسب آنها با زبان معیار و غیرمعیار مشخص شود. همچنین مسئله مخفف‌سازی و حذف حروف موجود در پیامک‌ها شرح داده شده تا میزان توجه پیامک‌ها به قواعد زبانی بررسی شود. نتیجه: با کاهش طول کلمه‌ها و حذف واژه‌ها، قواعد زبانی و قواعد زبان معیار شکسته شده است.
بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز / مقاله / ۱۳۸۹	احمدی، حبیب و هاشمی، سمیه و روحانی، علی	در این پژوهش پیمایشی، پیامک‌ها به دسته‌های لطیفه، عاشقانه، حکیمانه، کاری، مذهبی، مناسبی و احوالپرسی تقسیم شده‌اند و بیشترین فراوانی شامل پیام‌های کاری، مناسبی و احوالپرسی بوده است.

تبیین و تحلیل پیامک‌ها در دو نوع غنایی و تعلیمی

انسان امروز کاملاً متأثر از وسایل ارتباطی است که نتیجه ساخت و ورود فناوری به جوامع گوناگون است. لذا در این تأثر، طرز برخورد با ابزار فناورانه از دو جنبه مطرح می‌شود: ورود و ساخت (بابایی، ۱۳۸۳: ۱۶۱). «سازمان ملل متحد فناوری را به‌عنوان مجموعه اطلاعات، مهارت‌ها، روش‌ها و ابزار لازم برای ساختن محصولات مورد نیاز و کاربرد آنها یا تأمین خدمات مفید و مورد نیاز پذیرفته است» (عباسپور، به نقل از همان: ۲۳). از محصولات فناوری، ابزار ارتباطی است که ورود آن نسبت به ساخت آن در ایران نمود بیشتری داشته است و نمونه بارز آن، تلفن همراه با امکان ارسال و دریافت پیامک و استفاده از سیستم پیام کوتاه است. این سیستم در سال ۱۳۸۱ ش. / ۲۰۰۲ م. در ایران راه‌اندازی شد در حالی که در سال ۱۹۹۱ م. به دنیا معرفی شده است.

### نقش و کارکرد پیامک

از ویژگی‌های بارز در برخورد با ابزار ارتباطی فناورانه، نقش و کارکردهای آن در جامعه به‌ویژه در میان کاربران است. پیام کوتاه در ایران دارای کارکردهای متنوعی است که می‌توان آنها را به دو دسته کارکردهای مناسب و نامناسب تقسیم کرد.

### کارکردهای مناسب

۱. اقتصادی و تبلیغاتی: با قصد تبلیغ کالا و سه ویژگی عمده دربرگیری (پوشش)، اثرگذاری بر مخاطب و اجبار مخاطب در دیدن پیامک؛ ۲. اطلاع‌رسانی: که از مهم‌ترین ویژگی‌های یک رسانه است؛ ۳. ایجاد ارتباط؛ ۴. تفریحی - سرگرمی: که بر اساس نظریه «وابستگی مخاطبان» در برابر رسانه، نیاز به ندانستن و گریز از واقعیت را برای سرگرمی و تماشای صندوق ورودی تلفن همراه را برای تفریح دربر می‌گیرد؛ ۵. ترمیم‌بخشی گسست‌های جامعه: که شامل آموزش مهارت زندگی و مواجهه با معضلات می‌شود؛ ۶. تخلیه روانی و هیجانی؛ ۷. شوخی، طنز و خندیدن؛ ۸. ایجاد نگرش جدید: با دو رویکرد علت اثرگذاری پیامک‌ها و ویژگی‌های یک پیام‌رسان مؤثر؛ ۹. کارکرد سیاسی؛ ۱۰. ایجاد شبکه اجتماعی: که همان شبکه‌ای کردن روابط اجتماعی است؛ ۱۱. کارکرد خلاقیتی و تولید ادبی - هنری: که ضمن ایجاد «لذت خلق و کشف» و افزایش خودباوری در زبان نوشتار و تصاویر، زمینه انباشتگی و «تراکم فرهنگی» را فراهم می‌کند؛ ۱۲. کارکرد رسانه‌ای: به دلایل سرعت بالا، دسترسی دائم، همگانی بودن، بالا بودن درجه اعتماد به آن در ضمن خصوصی بودن، خودمانی بودن و دسترسی نداشتن دیگران به آن، اطلاع‌رسانی، دربرگیرنده ارتباطات جمعی و تبلیغات؛ ۱۳. کارکرد مذهبی - اعتقادی؛ ۱۴. کارکرد هویتی (هویت فردی) و فردگرایی: برای ایجاد یک فردگرایی ابزارمند در بالاترین سطح با دو بُعد ذهنی - ارزشی و فناورانه و ایجاد هویتی جدید در شبکه اجتماعی مجازی؛ ۱۵. کارکرد فرهنگی: از منظر انتقال مواریت فرهنگی و بروز یک «عنصر جدید فرهنگی»؛ ۱۶. تعدیل‌کنندگی: تعدیل روابط رسمی به روابط خودمانی و تعدیل و تبدیل زبان معیار به زبان گفتار.



تبیین و تحلیل پیامک‌ها در... ❖ ۳۹

### کارکردهای نامناسب

۱. کم شدن دایره تابوها و ممنوعیت‌ها؛ ۲. گسترش دایره مشروعیت‌ها (اکرامی‌فر، ۱۳۸۶: ۷۱ - ۵۰؛ ارجی و شهبازی، ۱۳۸۹: ۴)

### اهداف ارسال پیامک

با نظر به کارکردها، اهداف ارسال پیام از بُعد چرایی ارسال آن نیز مطرح است و شامل نظریه‌های مختلفی می‌شود که عبارت‌اند از:

#### خودگشودگی یا خودافشاگری<sup>۱</sup>

اظهاراتی را دربر می‌گیرد که فرد به گونه‌ای آگاهانه و تعمّدی در مورد خود با دیگران در میان می‌گذارد (فرهنگی، ۱۳۹۰، ج ۱: ۱۸۳) و با توجه به ارسال پیامک‌ها زمینه‌ای برای خودبالندگی، خودشناسی، جلب اعتماد و بهبود روابط و مثبت‌نگری به خود از جانب خود و دیگران می‌شود (اکرامی‌فر، ۱۳۸۶: ۸۸).

#### تعادل<sup>۲</sup>

طبق این نظریه، تعادل عاطفی، اعتقادی و فکری، از دلایل ارسال پیامک است (همان: ۲۴۷-۲۴۶) که برای رسیدن به یک تعادل روانی و رد وضعیت نامتعادل استفاده می‌شود.

#### تفسیری

بر اساس این نظریه، با تحلیل و تفسیر متون پیامک‌ها می‌توان به اندیشه و امور ذهنی ارسال‌کنندگان و بعضاً دریافت‌کنندگان آن دست یافت (همان: ۹۰-۸۹).

#### نزدیکی<sup>۳</sup>

با توجه به این نظریه می‌توان بیان کرد که سامانه پیام کوتاه با خصوصیت فرامکانی و

---

1. Self – Disclosure  
2. Balance Theory  
3. Proximity

فرازمایی خود، فاصله را که از عوامل از بین برنده جاذبه در ارتباطات انسانی است، از میان برداشته، نزدیکی ایجاد می کند.

### تشابه<sup>۱</sup>

یکی از عوامل جذب در ارتباطات انسانی، تشابه است. هر اندازه که تشابه میان اشخاص درگیر در فراگرد ارتباطی بیشتر باشد، به همان میزان اثربخشی ارتباطی بیشتر خواهد شد. بر اساس این نظریه فرد سعی می کند که دیگری را به خود شبیه سازد. در نتیجه در طول زمان، نگرش ها شبیه به هم شده، رابطه ای مؤثر ایجاد، نزدیکی بیشتر و در نهایت نگرش های جدید ایجاد می شود.

### نیازهای اجتماعی

مازلو به ارائه هر می از نیازهای انسان پرداخته که در آن پایین ترین نیاز، نیاز جسمانی است و پس از آن نیاز امنیتی و ایمنی، نیازهای اجتماعی، نیازهای قدرت و منزلت است و در رأس هرم، نیازهای خودیابی یا خودشکوفایی وجود دارد. سومین مرتبه آن یعنی نیازهای اجتماعی با پذیرش اجتماعی<sup>۲</sup>، یعنی دوست داشتن و دوست داشته شدن و مورد توجه قرار گرفتن همراه است (فرهنگی، ۱۳۹۰، ج ۱: ۱۳۱). لازمه تأمین این نیاز، زیستن در جمع و اجتماع است که با توجه به آن یکی از اهداف و چرایی ارسال پیامک نمایان می شود.

### استفاده و رضایت مندی

بنا بر این نظریه، کاربران برای منافع شخصی خود، از رسانه ها استفاده می کنند. از آنجا که سرویس پیام کوتاه، رسانه ای است که مطابق با خواست های مخاطبان بوده و سبب رضایت خاطر شده، با وجود قدمت کمتر خود نسبت به دیگر رسانه ها، به سرعت مورد توجه قرار گرفته است (زابلی، ۱۳۸۵: ۲۹).

1. Similarity
2. Social Acceptance

### تفاوت

این نظریه به چگونگی استفاده زنان و مردان از زبان معیار و تفاوت گفتار آنها برمی‌گردد که در میزان و نوع پیامک‌ها و محدوده معنایی و محتوایی آنها بین دو جنس زن و مرد قابل اثبات است (اکرامی‌فر، ۱۳۸۶: ۸۴-۸۳).

### آزادی خواهانه

این نظریه بیشتر در مورد رسانه صادق است که بر اساس آن رسانه علاوه بر اطلاع‌رسانی، سرگرمی و فروش بیشتر، در خدمت کشف حقیقت و نظارت بر دولت و برآوردن نیازهای جامعه است و بر اساس آن رسانه به وسیله کثرت آراء و سیستم قانونی کنترل می‌شود. ارتباط پیامک با نظریه آزادی خواهانه در این است که ۱. یک رسانه است و ۲. محتوای برخی از پیامک‌ها در راستای نظارت و کنترل اجتماعی است (همان: ۲۷۶).

### مسئولیت اجتماعی

این نظریه هم با رسانه در ارتباط است. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها باید به تعهدهای اجتماعی پایبند باشند و به دنبال محافظت از منشور حقوق شهروندان بوده، علاوه بر سرگرمی، اطلاع‌رسانی و فروش باید باعث تضارب آراء شده و مباحث را رشد دهند. ارتباط پیامک با نظریه مسئولیت اجتماعی در این است که زمینه تضارب آراء و اندیشه را پدید می‌آورد (همان: ۹۵).

علاوه بر نظریه‌های مذکور، در مواجهه این سیستم با ادبیات، دسته‌بندی ادبی که یکی از مباحث نظریه ادبیات<sup>۱</sup> و از اقسام جدید علوم ادبی است مطرح می‌شود. نوشتار حاضر نیز پیامک‌ها را از بُعد انواع ادبی بررسی می‌کند. در واقع مبنای بررسی بر این استوار است که انواع مختلف ادبی چون غنایی و تعلیمی، مورد توجه کاربران پیام کوتاه بوده، آنان سعی دارند منویات و احساسات خود را بیشتر در قالب‌های احساسی و عاطفی و تعلیمی - آموزشی به دیگران منتقل سازند که البته این دو با اهداف مختلفی صورت می‌گیرد.

### غنائی

مدار، میزان و ملاک حقیقت در این نوع ادبی، عواطف و روح خالق آن است. ادبیات غنائی برگرفته از احساسات و درونیات شاعر/ نویسنده است که در آن دغدغه‌ها، باورها و نگرش‌ها، تجربه‌ها و طرز تلقی خود از دنیای اطراف را، از ذهن و عاطفه‌اش می‌گذرانند و به صورت یک راوی، خود را بیان می‌کند. در واقع ادبیات غنائی در بردارنده حدیث نفس است. شاعر/ نویسنده برای ساخت این نوع، عمدتاً از موضوع‌ها و مضامین مختلف استفاده می‌کند که عبارت‌اند از: عشق و دلدادگی، دل‌تنگی، دل‌شکستگی، اندوه، غم و افسردگی، حالت‌های هجر و فراق و وصل، احساس انزوا و تنهایی، شوق و اشتیاق، آرمان و آرزومندی و تمنا، حسرت، انتظار، بی‌قراری، گریه، مویه و ناله، توصیف جمالی و کمالی، ناامیدی، رنج و درد و تألم از هر چیز، گلایه و شکایت، یاد و خاطره، فراموشی، دعا و مناجات، طبیعت، حقیقت مطلق، جهان و کل هستی، مدح، بشارت و مژده و ... به لحاظ زمان و علت پیدایش، ادبیات غنائی بعد از ایجاد اجتماع‌ها و شهرها و به وجود آمدن قوانین و رسیدن انسان به خودشناسی و کسب فردیت ظهور کرده است. شاعر/ نویسنده در این دوران برای دوری از طبیعت آزاد، خود را در تضاد و تعارض با اجتماع و قوانین یافته، احساس انزوا و تنهایی می‌کند، در نتیجه برای یافتن آرمان‌شهر خود به ادبیات غنائی روی می‌آورد (شمیسا، ۱۳۷۶: ۱۲۳).

با توجه به موضوع‌ها و مضامین یادشده که در پیامک‌های غنائی نیز مشهود است، پیامک‌های این نوع در ابتدا به شش دسته کلی تقسیم می‌شوند. از لحاظ معنا دو دسته عاشقانه و احساسی را دربر می‌گیرند، مرثیه و شکوائیه از فروع این نوع بوده، ادعیه و مناجات و اروتیسیم نیز از دیگر انواع آن است. اما دسته هفتمی هم دیده می‌شود که از ادغام دو دسته عاشقانه و احساسی ایجاد شده است. در نتیجه در نوع غنائی دو گروه پیامک مشاهده می‌شود: گروهی که تنها از یک نوع ادبی تشکیل شده‌اند و گروهی که از ادغام دو نوع ادبی شکل گرفته‌اند.<sup>۱</sup>

۱. برای تعاریف دیگر ر.ک: (شمیسا ۱۳۷۶: ۱۲۴ - ۱۲۰، ۲۲۴ - ۲۲۱، ۲۲۹-۲۲۸ و ۲۴۳ - ۲۴۱؛ داد، ۱۳۹۰: ۳۲۶ و ۴۲۴؛ انوشه، ۱۳۷۶: ۳۴؛ عبادیان، ۱۳۷۹: ۴۱ - ۲۹).

### عاشقانه

ارسال‌کننده پیامک عاشقانه با کمک زبان نوشتار، تمامی ابعاد درونی شده عشق، حالت‌ها و رفتار عاشقانه خود را نشان می‌دهد. شایان ذکر است که گلایه نیز یکی از این حالت‌هاست، از سوی دیگر یکی از انگاره‌های ادب پارسی است که به‌طور جداگانه در نوع غنایی قرار می‌گیرد اما گلایه‌هایی در این نوع هستند که دربردارنده حالت‌ها و شکایت‌های عاشق در برابر معشوق بوده و چون نوع غالب عاشقانه است در این دسته جای داده شده‌اند.

«اینجا رادیو دل است، صدای مرا از ته دل می‌شنوید که می‌گه: دوستت دارم.»

### احساسی

در این دسته از پیامک‌ها، برخورد و نحوه نگاه به امور واقع، از مجرای احساسات مطرح است. ارسال‌کنندگان این نوع پیامک‌ها به مسائل پیرامون خود نگاهی احساسی دارند، لاجرم به بیان احساس‌های منبعث از پیرامون خود می‌پردازند. به بیانی دیگر، پیامک‌های این دسته، ادراک و معرفت حسی و فردی نسبت به امری در جریان است که به کمک سیستم پیام کوتاه ارسال شده و از دو بُعد قابل بررسی هستند: طبیعت‌گرایی<sup>۱</sup> و بُعد انسانی؛ لذا وصف و گونه‌های مختلف آن همچون: وصف طبیعت، بهار و...، بشارت‌های گوناگون چون مژده رسیدن بهار، عید و...، مدح‌ها و تبریک‌های پیامکی که در مناسبت‌های گوناگون در طیف گسترده‌ای ارسال می‌شوند در این نوع جای می‌گیرند.

برآمد باد صبح و بوی نوروز

به کام دوستان و بخت پیروز

مبارک بادت این سال و همه سال

مبارک بادت این روز و همه روز

1. Motif  
2. Ecole Naturiste

### شکوائیه و گلایه (بث الشکوی)

پیامک‌هایی که در این دسته قرار می‌گیرند شامل درون‌مایه‌هایی است که در برابر ناملایمات و محرومیت‌ها خلق شده‌اند. بنابراین شکایت از روزگار و اهل آن، فلک‌نالی همراه با بیان رنج، اندوه و غم، یأس، ناکامی، تیره‌روزی و بدبختی از مضامین و محتوای این گروه از پیامک‌هاست که از بیان احساسات و عواطف فردی سرشارند.

چه امید بندم در این زندگانی

که در ناامیدی سرآمد جوانی

سرآمد جوانی و ما را نیامد

پیام وفایی از این زندگانی

### ادعیه و مناجات

درون‌مایه و موضوع اصلی این دسته، دعا و راز و نیاز با معبود ازلی است. در پیامک‌های این نوع، علاوه بر بیان تمناها و خواسته‌های فردی در برابر خداوند، دعا و طلب خیر برای دیگران نیز دیده می‌شود. از سوی دیگر گاهی در پیامک‌های این دسته، خواسته‌ای مطرح نمی‌شود؛ بلکه تنها گفتگویی با معشوق ازلی و ابدی صورت می‌گیرد. لذا تمامی پیامک‌هایی که آرزومندی، طلب خیر و دعا برای خود و دیگران و گفتگو با خداوند را شامل می‌شوند، در این دسته جای داده شده‌اند. گفتنی است در پیامک‌ها گاهی اظهار طلب از بزرگان دینی نیز مشاهده می‌شود که به نسبت دیگر پیامک‌های موجود در این نوع تعداد کمتری را به خود اختصاص داده‌اند که آنها نیز در این دسته گنجانده شده‌اند. علاوه بر موارد ذکر شده، دعاهایی عاشقانه و راز و نیازهایی همراه با شکایت از معبود به چشم می‌خورد که آنها نیز در این گروه قرار داده شده‌اند، زیرا مفهوم و محتوای غالب بر راز و نیاز دلالت داشته است. با توجه به مطالب ذکر شده، محتوای این دسته از نوع غنایی به شش بخش تقسیم می‌شود که همه، بدون تفکیک تعداد فراوانی در این دسته جای داده شده‌اند.

«ای خدا به درون من زیبایی ببخش و برونم را با درونم سازگار و هماهنگ ساز»

(تمناهای فردی).

تبیین و تحلیل پیامکها در... ❖ ۴۵

«خدایا من در کلبه فقیرانه خویش چیزی دارم که تو در عرش کبریایی خود نداری؛ من چون تویی دارم و تو چون خود نداری» (گفتگو با خداوند).  
«خدایا به اونی که دوشش دارم بفهمون همیشه و همه جا به فکرشم و هر تپش قلبم به خاطر وجود اونه» (دعای عاشقانه).

گرفته غم گریبانم خدایا

من از این غم گریزانم خدایا

یکی در دل برای من نمانده

چرا امشب پریشانم خدایا

برای که بنالم من ز سینه

دل پر خون که خواهانم خدایا

قلم با دل در این دفتر نویسم

شدند تنها رفیقانم خدایا...

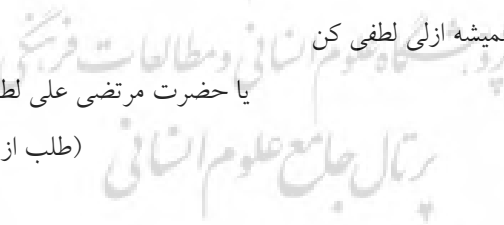
(مناجات گلایه آمیز).

«چه دعایی به از این: / خندهات از ته دل / گریهات از سر شوق / نبود هیچ غروبت

غمناک» (دعا برای دیگران).

ای خوب همیشه ازلی لطفی کن  
یا حضرت مرتضی علی لطفی کن

(طلب از پیشوایان دینی).





### اروتیسم

این نوع از ادبیات به عشق جسمانی، جنبه‌های جنسی عشق و به توصیف روابط جنسی می‌پردازد که از این جنبه به هرزه‌نگاری<sup>۱</sup> نزدیک می‌شود با این تفاوت که هرزه‌نگاری گونه افراطی و بی‌پرده اروتیسم است و در آن مسائل فیزیولوژیکی مطرح می‌شود، درحالی‌که ادبیات اروتیک در بافتی تخیلی، برخوردی هنری و زیباشناختی با مسائل جنسی دارد و در دل ادبیات غنایی جای می‌گیرد؛ لذا پیامک‌هایی که در بافت تخیلی، برخوردی هنری و زیباشناختی با مسائل جنسی دارند، به توصیف عشق جسمانی و جنبه‌های جنسی عشق و حتی به ستایش اندام معشوق می‌پردازند، در این دسته قرار داده شده‌اند.

یعنی گلی که بر سر شاخه ببویمت؟

یا آن شراب نابی و باید بنوشمت؟

اصلاً چه حرف‌های مفت که در شعر می‌زنند

باید تو را بغل نموده، محکم ببوسمت!

1 . Pornographie



### مرثیه

مرثیه ماهیتاً جزء ادبیات غنایی است، زیرا بیان احساسات و عواطف در آن موج می‌زند و موضوع آن تأسفی است ناشی از مرگ شاه یا وزیر یا رجال علم و ادب و دین، فوت دوستان و خویشان، فقدان و تباهی ارزش‌ها، گذشت ایام جوانی و شادکامی، زوال دورهٔ مجد و عظمت که با یاد خاطره‌های کهن نیز آمیخته شده است. مرثیه غالباً منظوم است و در آن مویه و نوحه نیز دیده می‌شود و بر سه قسم است: ۱. رثای تشریفاتی و رسمی: که شاعر به‌عنوان وظیفه در مرگ عزیزان و نزدیکان خود یا هنگام از دست رفتن ممدوح خود با قلبی بسیار متأثر و متأسف مرثیه‌سرایی می‌کند؛ ۲. رثای شخصی و خانوادگی: در رثای فرزند یا بستگان نزدیک است که از سر اخلاص و تألمی عمیق سروده می‌شود؛ ۳. رثای دینی و مذهبی: که چند قرن است وارد ادبیات شده و خاص مذهب شیعه است (داد، ۱۳۹۰: ۴۳۴).

با توجه به نکات یادشده، مرثیه از نقطه‌نظر ماهیتی در زمرهٔ غنایی‌های احساسی قرار می‌گیرد؛ اما نکته اینجاست که درصد بیشتری از پیامک‌های این نوع، مرثیه‌هایی است که با توجه به ایام و مناسبت‌های خاص ارسال شده و در رثای پیشوایان دینی و مذهبی است که از سر اخلاص و تألمی عمیق رد و بدل شده است.

«یا رب الحسین / ارباب، صدای قدمت می‌آید / هنگامهٔ اوج ماتمت می‌آید / ما در تب داغ غم تو می‌سوزیم / یک هفته دگر محرمت می‌آید / السلام علیک یا ابا عبدالله جانم فدای تو و یاران با وفایت...»

### عاشقانه - احساسی

این دسته از پیامک‌ها، ادغامی از دو نوع عاشقانه و احساسی هستند که نه کاملاً در گروه عاشقانه‌ها و نه به‌طور کامل در گروه احساسی‌ها قرار می‌گیرند، بلکه هر دو را دربر دارند.<sup>۱</sup> در آنها ادغام دو نوع به دو صورت دیده می‌شود:

۱. برای آشکارتر شدن تفاوت این دو نوع ادبی باید گفت اثر عاشقانه به بیان حالت‌ها و رفتار عاشقانه بین مرد و زن می‌پردازد. ⇐

۱. پیامک‌هایی که از دو نوع نامبرده به گونه‌ای مجزا از هم، تشکیل شده‌اند: در این حالت دو نوع عاشقانه و احساسی، از لحاظ ساختار تفکیک‌شدنی، بخشی عاشقانه و بخشی احساسی هستند.

«زندگی قانون نیست، زندگی قافیه باران است، من اگر پاییزم و درختان امیدم همه بی‌رنگ شدند، تو بهاری و به اندازه باران خدا زیبایی.» بخش نخست این پیامک با توصیف احساسی آغاز می‌شود یعنی خالق اثر نگاهی احساسی به زندگی دارد و آنرا قافیه باران می‌داند؛ اما با یک غنایی عاشقانه و توصیف معشوق پایان می‌پذیرد که این دو بخش انفکاک‌پذیرند.

۲. پیامک‌هایی که از دو نوع ترکیب شده و به گونه‌ای غیرقابل انفکاک تشکیل شده‌اند: در این حالت دو نوع عاشقانه و احساسی از لحاظ ساختار انفکاک‌ناپذیرند به طوری که محتوا و مفهوم این دو نوع را به طور کلی در تمامی ساختار پیامک می‌توان مشاهده کرد.

جوانی هم بهاری بود و بگذشت به ما یک اعتباری بود و بگذشت

میان من و تو الفتی بود که آن هم نوبهاری بود و بگذشت

در این پیامک علاوه بر اشاره به انگاره موجود در نوع احساسی، یعنی «آن روزها

تجزی از منتقدان، اصل اشعار عاشقانه را به روابط مرد و زن در دوران مدرنسالاری - که جامعه تحت حکومت زن بود - ارتباط داده‌اند. اشعار عاشقانه را همان ستایش‌ها و اوراد و اذکاری دانسته‌اند که مردان برای زن حاکم بر قبیله یا جامعه می‌سروده و می‌خوانده‌اند. بدین ترتیب در عصر الهه‌گان و ارباب انواع مؤنث در دوره‌هایی که ریاست جوامع کشاورزی بر عهده زنان بوده، مدح‌ها و اورادی در ستایش ایشان رواج داشته است که بعدها به صورت سنن ادبی غنایی درآمد است (شمیسا، ۱۳۷۶: ۱۲۰).

به «مجموعه آداب و رسومی که در طی قرن‌ها در ادبیات کشوری جمع و تکرار شده است» سنن ادبی گویند (همان، ۱۳۷۸: ۳۶۱). در آثاری که احساسی هستند نحوه نگاه به مسائل پیرامون مطرح می‌شود که نگاه فردی و شخصی و جزئی خالق اثر را نسبت به امری نشان می‌دهد. مثل آمدن بهار و مژده و بشارت آمدن آن به وسیله یک شاعر. این نوع ادبی معمولاً:

با وصف طبیعت و یاد روزگاران کهن همراه است، چون شاعر دوره غنایی روز به روز در شهرها از طبیعت دور می‌شده است. یکی از انگاره‌های این گونه اشعار، انگاره «آن روزها رفتند» است که فرنگیان به آن فرمول *where - are* یعنی کجا هستند می‌گویند

[...] البته نباید این گونه پنداشت که اشعار غنایی عاطفی و احساسی همواره غمناک هستند. مثلاً یکی از موضوع‌های این گونه اشعار، وصف بهار است که شاعر در آن مژده رسیدن بهار را با لحنی شاد بیان می‌کند (همان به تلخیص: ۱۲۴-۱۲۳).

رفتند» و یاد روزگاران کهن و ایام قدیم، از عشق میان عاشق و معشوق نیز که از مضامین تشکیل نوع غنایی عاشقانه است سخن رانده می‌شود.

### تعلیمی

منظور از نوع تعلیمی همان:

ادبیاتی است که نیکبختی انسان را در بهبود منش اخلاقی او می‌داند و هم خود را متوجه پرورش قوای روحی و تعلیم اخلاقی انسان می‌کند. ادبیات تعلیمی طیف وسیعی از آثار ادبی را تشکیل می‌دهد. پند و اندرز، آموزه‌های زهدآمیز و اخلاقیات، گونه‌های رنگارنگ ادبیات تعلیمی هستند. حتی درون‌مایه‌های تغزلی و حماسی در ادبیات فارسی به‌نوعی با آموزش‌های اخلاقی پیوند یافته است (مشرف، ۱۳۸۹: ۹).

درواقع «اثر ادبی تعلیمی، اثری است که دانشی (چه عملی، چه نظری) را برای خواننده تشریح کند یا مسائل اخلاقی، مذهبی، فلسفی، را به شکل ادبی عرضه دارد» (شمیسا، ۱۳۷۶: ۲۴۷). البته عناصر و مایه‌های این نوع ادبی در آثار مختلف دارای شدت و ضعف است. هدف آن، آموزش و نصیحت است. موعظه، حکمت و اندرز در آن موج می‌زند.

در ارسال پیامک‌ها هم کاملاً مشهود بوده که این نوع در راستای آموزه‌های اخلاقی و رفتاری است. «امر به معروف و نهی از منکر» یا به بیانی دیگر سفارش به کار خیر و خودداری از امور ناپسند، در میان کاربران، هدف و غرض اصلی این نوع از پیامک‌ها بوده که یا ساخته ارسال‌کننده پیام یا از آموزه‌های بزرگان اخلاق و دین است. این پیامک‌ها از مضامین و موضوعاتی تشکیل شده‌اند که عبارت‌اند از: سفارش به شکرگزاری و سپاسگزاری از معبود و دیگر افراد و نهی از ناسپاسی، توصیه به محبت، مهرورزی، وفاداری و مهربانی، پرداختن به خود و اندیشه درباره خود و به بیانی دیگر سفارش به خودآگاهی، وادار به ساختن امور به بهترین وجه و دوری از ویرانی و نابود کردن امور، اعتقاد راسخ به باورها، داشتن عزت نفس، یاد کردن از یکدیگر و دوری از فراموشی یکدیگر، دعوت و توصیه به دعا برای دیگران، سفارش به داشتن پشتکار و اراده‌ای قوی و پرهیز از کاهلی، ایستادگی و استقامت

در برابر تمامی امور و نهی از پذیرش روحیه شکست، توصیه به سخاوتمندی و یاری و کمک، بخشودن دیگران، جبرگرایی و در مقابل آن اختیارگرایی، اغتنام فرصت، رازداری، توکل، ترک وابستگی‌ها، سفارش به انجام توبه، سفارش به یکدلی، همدلی و ... .

بنا بر موارد ذکر شده، پیامک‌های تعلیمی شامل زیرمقوله‌هایی می‌شوند که به سه شکل قابل رؤیت هستند: ۱. پیامک‌هایی که بدون ادغام انواع ادبی موجود در این نوع ارسال شده‌اند و عبارت‌اند از: آموزش و پند، اغراء، تحذیر، مثل سائر، استدلال؛ ۲. پیامک‌هایی که دو نوع ادبی موجود در این دسته‌بندی، باهم ادغام شده‌اند و عبارت‌اند از: اغراء - تحذیر، اغراء - استدلال، تحذیر - استدلال، مثل سائر - استدلال؛ ۳. پیامک‌هایی که سه نوع ادبی موجود در این دسته‌بندی در هم آمیخته‌اند و عبارت است از: اغراء - تحذیر - استدلال. در نتیجه گروه اول، پیامک‌های تفکیکی و گروه دوم و سوم، پیامک‌های ترکیبی هستند.

### پند و آموزش

پند و آموزش از مقوله‌های مشابهی هستند که در میان پیامک‌های ارسالی تعداد فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. در این دسته صرفاً پیامک‌هایی جای می‌گیرند که بیشتر جنبه پند و اندرز داشته و برای آگاهی ارسال شده‌اند. ضمناً پیامک‌هایی در قالب حکایت هم دیده می‌شود؛ اما نه به جهت صورت و قالب، به دلیل دارا بودن محتوای غالب آموزشی و پند، در این نوع جای داده شده‌اند.

«سگ» / منصور عباسی به یکی از امیران لشکر خود گفت: درست است که سگ را باید گرسنه نگه داشت تا از صاحبش پیروی کند؟ امیر عرض کرد: آری؛ اما احتمال دارد دیگری لقمه نانی به سگ دهد که سگ دست از صاحب خود برداشته و از او اطاعت کند» (حکایت).

«تنها چیزی که باید از زندگی آموخت، تنها یک کلمه است «می‌گذرد.»

### اغراء

همچنان‌که از معنای واژه آشکار است هدف از ارسال پیامک‌های اغرائی علاوه بر

تبیین و تحلیل پیامک‌ها در... ❖ ۵۱

آموزش و تعلیم، برانگیختن کاربران به امری پسندیده است که در بیشتر موارد با واژه‌ای آمرانه همراه است. در واقع اغراء بر طلب، بعث و برانگیختن کسی برای انجام کاری دلالت دارد که می‌تواند همراه با ابزار آمرانه‌ای چون فعل امر، مضارع در مقام امر و... نیز باشد (مرادی، ۱۳۷۸: ۱۹۸). با این تعریف، اغراء وارد علم معانی نیز شده، در شاخه انشاء طلبی<sup>۱</sup> قرار می‌گیرد و این ناشی از آن است که «نوع ادبی امری معنایی است» (داد، ۱۳۹۰: ۶۰).

«اگر بین دو نفر از اطرافیان کدورت و دشمنی به وجود آمد، شما داوطلب صلح میان آنها باشید.»

### تحدیر

همان‌گونه که از معنای واژه کاملاً مشهود است غرض از ارسال پیامک‌های تحدیری علاوه بر آموزش و تعلیم، منع کاربران از امری ناپسند بوده است که در بیشتر موارد با واژه‌های بازدارنده همراه است. تحدیر بر زجر، نهی و خواستن الزامی عدم انجام کار از کسی دلالت دارد که با این تعریف نیز همچون اغراء وارد علم معانی می‌شود و می‌تواند با ابزار ناهی چون فعل نهی و مضارع در مقام نهی و... نیز همراه باشد (مرادی، ۱۳۷۸: ۱۹۸).

«دل، سفره‌ای بی‌دریغ است مبادا که آنرا پیش انسان‌های بی‌چشم و رو بگشایی.»

### مثل سائر (ضرب‌المثل، داستان زد، زبانزد)

مثل‌های سائر، مثال‌های رایج و جاری کوتاه به نثر و نظم هستند که همه آنها را بیان می‌دارند. کاربردی عام دارند و دربردارنده مفاهیم اخلاقی، اجتماعی، اندرز و دستورهای زندگی هستند که با زبان فشرده، روشن، ترکیب‌کنایی و صفت آموزشی موجود در خود، بخشی از فرهنگ مردم را نشان می‌دهند و دارای سه ویژگی هستند: اختصار لفظ؛ وضوح

۱. انشاء سخنی را گویند که صدق و کذب نداشته باشد، زیرا در عالم خارج هنوز واقع نشده و کسوت وجود بر خود نهوشیده است. این انشاء که در لغت به معنی پدید آوردن و ایجاد است خود بر دو قسم است: انشاء طلبی که گوینده چیزی را که در دسترس نیست طلب می‌کند مثل امر و نهی [...]: انشاء غیرطلبی که معانی دیگری را همچون مدح و ذم، سوگند، آرزو، تعجب و جز آن را بیان می‌کند (همان، نقل به تلخیص: ۱۰).

معنی؛ لطف ترکیب (داد، ۱۳۹۰: ۵۲۶). تمامی این ویژگی‌ها نیز در ساختار پیامک‌های این نوع دیده می‌شود. می‌توان گفت با توجه به کوتاهی و فشردگی زبان و ظرفیت کاراکتری سامانه پیام کوتاه، بستری مناسب برای ارسال پیامک‌های این نوع فراهم شده است. «خواهی نشوی رسوا، هم‌رنگ جماعت شو.»

### استدلال

«در بررسی‌های ادبی عبارت از کوشش گوینده برای رسیدن به حکم مجهول است» (انوشه، ۱۳۷۶: ۸۲) و آن به کمک ترکیب چند حکم معلوم صورت می‌گیرد و در لغت به معنی دلیل آوردن، دلیل جستن و دلیل خواستن است. جرجانی می‌گوید: «استدلال، تقریر دلیل است برای ثابت کردن مدلول» (دهخدا، ۱۳۷۳: ۲۱۳۸)؛ بنابراین در این گروه، پیامک‌هایی جای می‌گیرند که با آوردن دلیل و علتی به اثبات نظر و سخنی و به بیان و توضیح علت پدیده‌ها می‌پردازند که گاه شروع پیام با یک پرسش، جمله شرطی، توصیف یا روایت همراه بوده و سپس علت آورده می‌شود. «خطاها همیشه در همسایگی حقیقت زندگی می‌کنند. به همین دلیل فریبمان می‌دهند.»

### اغراء - تحذیر

«هرچه محبت داری نثار دوست کن؛ اما هرچه اعتماد داری به پای او نریز!»

### اغراء - استدلال

«در مظاهر طبیعت تفکر و تأمل کنید، به دانستن راغب باشید چون رستگاری در دانایی و کسب آن و معرفت به طبیعت، شناخت خداوند و عبادت است.»

### تحذیر - استدلال

«به سه چیز اعتماد نکن: دل، زمان و عمر. چون دل رنگ پذیره، زمان در تغییر، عمر در

تقدیره.»

تبیین و تحلیل پیامک‌ها در ... ❖ ۵۳

### مثل سائر - استدلال

«اگر از شما انتقاد می‌شود، فراموش نکنید! هیچ‌کس به سگ مرده لگد نمی‌زند!»

### اغراء - تحذیر - استدلال

«بگذارید و بگذرید، ببینید و دل مبنیدید، چشم بیندازید و دل مبارزید که دیر یا زود باید گذاشت و گذشت.»

### ترکیبی غنای - تعلیمی

در ادبیات فارسی دو نوع تعلیمی و غنایی از انواع نزدیک به هم به‌شمار می‌آیند به‌طوری‌که می‌توان یک اثر را به‌طور مستقل، هم غنایی و هم تعلیمی محسوب کرد (فرشیدورد، ۱۳۶۳: ۱۰۴-۱۰۲). این ویژگی نمایانگر آمیزش دسته‌بندی‌هاست. ترکیب و ادغام دسته‌بندی‌ها از مباحث نظریه‌های جدید انواع ادبی است که معتقد است انواع ادبی با هم درمی‌آمیزند و دسته‌بندی‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند و آن کاملاً برخلاف نظریه‌های قدیم، مبنی بر مجزا بودن دسته‌بندی‌ها از هم است. ضمن اینکه در تعیین نوع ادبی، هیچگاه با دقت و صراحت و به‌طور ۱۰۰ درصد نمی‌توان نوع ادبی یک اثر را بیان کرد (شمیسا، ۱۳۷۶: ۲۱-۲۰؛ دویرو، ۱۳۸۹: ۴۱). از سوی دیگر یکی از کارکردهای انواع ادبی، تعامل سنخی است که بر اساس آن، دسته‌بندی‌ها نزدیک به هم بوده یا با هم می‌آمیزند یا نوعی از درون نوع دیگر سر برمی‌آورد. لذا با بررسی پیامک‌ها دیده می‌شود که برخی از آنها ویژگی‌های بیان‌شده را دارند یعنی از آمیختگی دو نوع غنایی و تعلیمی شکل گرفته‌اند اما از منظر اولویت‌بندی، در تعدادی از آنها محتوا و مفهوم، تعلیمی و در تعدادی دیگر محتوا و مفهوم غنایی بیشتر است، یعنی در برخی غنایی‌های تعلیمی و در برخی دیگر تعلیمی‌های غنایی دیده می‌شود؛ ولی در هر صورت هر دو نوع را شامل می‌شوند.

«ناپلئون میگه: حرفیو بزن که بتونی بنویسی، چیزی بنویس که بتونی پاشو امضا کنی،

چیزیو امضا کن که بتونی پاش بایستی، حالا می‌نویسم «دوستت دارم.»»

### یافته‌ها

سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳

با نظر به سؤال نوشتار حاضر مبنی بر چگونگی کمیّت و کیفیت پیامک‌ها از نظر نوع غنایی و تعلیمی و با توجه به روش و هدف، یافته‌های زیر حاصل شد:

از میان ۱۶ هزار و ۳۲۷ پیامک، سه دسته کلی استخراج شد: نوع غنایی با فراوانی ۸ هزار و ۵۸۳ نمونه و ۵۲/۶ درصد در اولین مرتبه، نوع تعلیمی با فراوانی ۷ هزار و ۱۷۵ نمونه و ۴۳/۹ درصد در مرتبه دوم و نوع ترکیبی غنایی - تعلیمی با فراوانی ۵۶۹ نمونه و ۳/۵ درصد در پایین‌ترین مرتبه قرار گرفت.

جدول ۲. فراوانی مطلق و درصدی سه نوع بر اساس اولویت

ردیف	مقوله مورد سنجش	تعداد	درصد فراوانی
۱	غنایی	۸۵۸۳	۵۲/۶
۲	تعلیمی	۷۱۷۵	۴۳/۹
۳	غنایی - تعلیمی	۵۶۹	۳/۵
۴	جمع	۱۶۳۲۷	۱۰۰

### یافته‌های پیامک‌های نوع غنایی

جدول ۳. توزیع فراوانی مطلق و درصدی پیامک‌های نوع غنایی بر اساس اولویت

ردیف	مقوله مورد سنجش	تعداد	درصد فراوانی
۱	عاشقانه	۵۹۱۶	۶۸/۹
۲	احساسی	۱۰۶۳	۱۲/۴
۳	شکوائیه و گلایه (بث الشکوی)	۸۲۵	۹/۶
۴	ادعیه و مناجات	۵۹۶	۶/۹
۵	اروتیک	۷۶	۰/۹
۶	عاشقانه - احساسی	۵۸	۰/۷
۷	مرثیه	۴۹	۰/۶
۸	جمع	۸۵۸۳	۱۰۰

جدول (۳) حاکی آن است که مقوله عاشقانه این نوع با فراوانی ۵ هزار و ۹۱۶ نمونه و ۶۸/۹ درصد، بیشترین میزان توجه را داراست.



## یافته‌های پیامک‌های نوع تعلیمی

جدول ۴. توزیع فراوانی مطلق و درصدی پیامک‌های نوع تعلیمی بر اساس اولویت

ردیف	مقوله مورد سنجش	تعداد	درصد فراوانی
۱	پند و آموزش	۲۴۷۷	۳۴/۵۲
۲	اغراء	۲۳۶۲	۳۲/۹۲
۳	تحدیر	۱۱۰۲	۱۵/۳۶
۴	اغراء - تحدیر	۴۲۷	۵/۹۵
۵	مثل سائر	۳۷۹	۵/۲۸
۶	استدلال	۱۷۲	۲/۴۰
۷	اغراء - استدلال	۱۵۵	۲/۱۶
۸	تحدیر - استدلال	۸۱	۱/۱۳
۹	اغراء - تحدیر - استدلال	۱۹	۰/۲۶
۱۰	مثل سائر - استدلال	۱	۰/۰۱
۱۱	جمع	۷۱۷۵	۱۰۰

جدول (۴) حاکی آن است که مقوله پند و آموزش با تعداد ۲ هزار و ۴۷۷ نمونه و ۳۴/۵۲ درصد، بیشترین میزان توجه را در این نوع به خود اختصاص داده است.

### نتیجه‌گیری

با توجه به گزارش‌های ارائه‌شده در این بررسی، نوع غنایی با برترین زیرمقوله خود یعنی نوع عاشقانه، از بیشترین میزان توجه برخوردار بوده که حاکی از استقبال کاربران از روابط عاطفی و ابراز صمیمیت است. همچنین با توجه به کارکرد ارتباطی سامانه پیام کوتاه، اهداف ارسال پیامک و نظریه‌های ارتباطی، در واقع ارسال‌کننده پیامک غنایی به‌خصوص عاشقانه، به‌گونه‌ای تعمدی به خودگشودگی پرداخته، تمامی اسرار قلبی خود را به گیرنده پیام اظهار می‌کند تا با برقراری روابط نزدیک و صمیمانه به تعادل روانی برسد. از سوی دیگر با توجه به علت پیدایش ادبیات غنایی، گویی کاربران برای برطرف کردن حس تنهایی و انزوای خود به ارسال این پیامک‌ها اقدام کرده‌اند. با نظر به اینکه نوع غنایی یک واکنش

فرهنگی - ادبی نسبت به برخی نیازهای اجتماعی است و یکی از نمونه‌های بارز آن نیازها، ایجاد ارتباط، نیاز به دوست داشته شدن، دوست داشتن و مورد توجه قرار گرفتن است که خود زمینه پذیرش اجتماعی را فراهم می‌سازد، در واقع ارسال‌کننده این نوع از پیامک یک نیاز اجتماعی را که مسئله‌ای برون‌ی است به شکل ارزش و نگرش شناخته‌شده فردی که کاملاً درونی است، در تار و پود اندیشه‌های تصویرشده ادبی در قالب پیام کوتاه نمایان می‌سازد و اینجاست که کارکرد ارتباطی، اجتماعی و ادبی سامانه پیام کوتاه در مواجهه با ادبیات و علوم ارتباطی نمایان‌تر می‌شود.

از آنجا که شکل کتابت آثار از ارزش تثبیت‌شده تری برخوردار است و با نظر به گستردگی آثار مکتوب نوع تعلیمی در ادب کلاسیک و معاصر که در راستای تعلیم و پرورش بشر در زمینه‌های مختلف بوده، این سامانه با توجه به نوع کتابت و روش نوین تولید و توزیع خود و رویکرد اثرگذاری و کارکرد ترمیم‌بخشی گسست‌های جامعه، زمینه‌ای مناسب و مساعد برای ارسال پیامک‌های تعلیمی به‌ویژه در مقوله پند و آموزش بوده است. همچنین با توجه به نظریه تشابه، زمینه‌ای مساعد برای ایجاد تشابه بین کاربران است.

نظر به اینکه شناخت نوع ادبی یک اثر منوط به شناخت تشابه‌ها و تفاوت‌های آن با انواع دیگر است، با بررسی دو دسته‌بندی بیان‌شده، مشخص شد که در بعضی از پیامک‌های ارسالی، این دو نوع دارای کارکرد تعامل سنخی و پیوند و نزدیکی بسیار بوده و با هم ترکیب شده‌اند، به گونه‌ای که در هر دو نوع تعلیمی و غنایی نیز قرار می‌گیرند. یعنی از مؤلفه‌های تشکیل هر دو نوع برخوردارند، لذا در دسته‌بندی تحت عنوان غنایی - تعلیمی جای داده شده‌اند.

## منابع و مأخذ

- ارجی، علی اصغر و ایرج شهبازی، (۱۳۸۹). *فرهنگ ادبی اس ام اس*. چاپ دوم، قزوین: سایه‌گستر.
- اکرامی فر، محمودرضا، (۱۳۸۶). *مردم‌شناسی ارتباطات خودمانی*. چاپ اول، مشهد: ایوار.
- بابایی، فاطمه، (۱۳۸۳). *درآمدی بر ورود تکنولوژی ارتباط جمعی به ایران و تحولات ناشی از آن*. چاپ چهاردهم، تهران: الیاس.
- داد، سیما، (۱۳۹۰). *فرهنگ اصطلاحات ادبی، واژه‌نامه مفاهیم و اصطلاحات ادبی فارسی و اروپایی (تطبیقی و توضیحی)*. چاپ پنجم، تهران: مروارید.
- دویرو، هدر، (۱۳۸۹). *ژانر (نوع ادبی)*. ترجمه فرزانه طاهری. چاپ اول، تهران: مرکز.
- دهخدا، علی‌اکبر، (۱۳۷۳). *لغت‌نامه دهخدا*. جلد ۱۲. چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- زابلی، شیرین، (۱۳۸۵). «نحوه کاربرد اس ام اس به‌عنوان وسیله ارتباطی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد تهران مرکزی.
- شمیسا، سیروس، (۱۳۷۶). *انواع ادبی*. چاپ پنجم، تهران: فردوس.
- شمیسا، سیروس، (۱۳۷۸). *نقد ادبی*. چاپ اول، تهران: فردوس.
- عاملی، رضا، شاهو صبار و مهدی رنجبرمضانی، (۱۳۸۷). *مطالعات تلفن همراه در زندگی در حال*

❖ حرکت. چاپ اول، تهران: سمت.

فرشیدورد، خسرو، (۱۳۶۳). *درباره ادبیات و نقد ادبی*. جلد اول، چاپ اول، تهران: امیرکبیر.

فرهنگی، علی اکبر، (۱۳۹۰). *ارتباطات انسانی*. جلد ۱ و ۲. چاپ هجدهم، تهران: رسا.

مرادی، علی اصغر، (۱۳۷۸). *فرهنگ اصطلاحات سخن آرایسی*. چاپ اول، تهران: مؤسسه پژوهشی ابن سینا، گروه معارف اسلامی، دایرةالمعارف انسان شناسی.

مشرّف، مریم، (۱۳۸۹). *جستارهایی در ادبیات تعلیمی ایران*. چاپ اول، تهران: سخن با همکاری

انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی