

## آسیب‌شناسی پیامک در ساختار زبان فارسی (مطالعه مورد پژوهش: شماره ۷۴ مجله فرهنگی پیام‌آرا)

نرجس قابلی<sup>۱</sup>  
مسعود باوان‌پوری<sup>۲</sup>

### چکیده

با ورود سرویس پیام کوتاه در مرداد ماه ۱۳۸۱ به ایران، تحوّل بنیادی در عصر ارتباطات ملی و مردمی صورت گرفت. این سرویس یکی از پرکاربردترین و جذاب‌ترین سرویس‌های ارتباطی است که توجه قشرهای مختلف را در مناسبت‌ها و مراسم‌ها به خود جلب کرده است. مجلات و نشریات و نیز سایت‌های مختلفی هستند که کار خویش را به انتشار پیامک جهت استفاده عموم اختصاص داده‌اند. مقاله حاضر برآنست تا با استفاده از روش تحلیلی-آماری به بررسی ساختاری و محتوایی پیامک در شماره ۷۴ مجله فرهنگی پیام‌آرا پرداخته و با بیان نمونه‌هایی از هریک به تحلیل و تبیین مسأله بپردازد. دو سؤال اساسی که ما در پی پاسخ بدان‌ها هستیم عبارتند از: پیامک تا چه میزان از نُرم ادبی پیروی می‌کند و اصولاً کدام نوع از پیامک‌ها طرفداران بیشتری دارند؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که درصد بالایی از پیامک‌ها یعنی ۹۱/۸ درصد، از نُرم ادبی پیروی کرده و تنها ۸/۲ درصد آنها از این نُرم دور بوده است. پیامک‌های عاشقانه نیز با بسامد ۲۵/۲ درصد بیشترین طرفدار را داشته و متأسفانه تنها ۴/۳ درصد از پیامک‌ها به مسائل عرفانی و مذهبی پرداخته‌اند.

**کلید واژه‌ها:** ساختار زبان، محتوا، پیامک، نُرم ادبی، مجله پیام‌آرا

۱. کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کردستان. [kurdland2011@gmail.com](mailto:kurdland2011@gmail.com)

۲. کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی و عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام آبادغرب. (نویسنده مسئول).

[masoudbavanpouri@yahoo.com](mailto:masoudbavanpouri@yahoo.com)

■ تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۰/۱۹

■ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۲۴

## ۱- مقدمه

## ۱-۱- مبانی نظری پژوهش

زبان يك رفتار اجتماعی است و مردم هر جامعه‌ای که به زبانی واحد تکلم می‌کنند، ملزم به رعایت قواعد کلی زبان آن جامعه هستند اما چون از طرفی هنجارهای گروهی خاص خود را نیز دارند در زبان جامعه تغییراتی متناسب با هنجارهای گروهی خود می‌دهند و این یکی از راه‌های به وجود آمدن گونه‌های اجتماعی زبان است. (ر. ک سمائی، ۱۳۸۲: ۳۴۸). از سوی دیگر زبان در جامعه فقط به يك شکل و صورت کاربرد ندارد. در بین شکل‌های گوناگون زبان گونه‌ای را گونه معیار می‌شماریم. درباره چستی و چگونگی یا شکل زبان معیار تعاریفی وجود دارد. از جمله: «هر جامعه‌ای دارای زبان معیاری است که گونه رسمی زبان آن جامعه بوده و از گونه‌های دیگر معتبرتر و بامنزلت‌تر است» (مشیری، ۱۳۷۳: ۱۲۷). و باز در تعریف زبان معیار آمده است: «زبان معیار آن گونه زبانی است که در مطبوعات به کار می‌رود و در مدارس تدریس می‌شود. علاوه بر این، زبان گونه‌ای است که افراد تحصیل کرده بدان تکلم می‌کنند و در پخش اخبار و سایر موقعیت‌های مشابه به کار می‌رود» (ترادگیل، ۱۳۷۶: ۲۲) و این گونه غالباً «زبان رسمی در آموزش، رسانه‌های گروهی، نوشتار و سایر موقعیت‌های مشابه است» (مدرسی، ۱۳۶۸: ۲۳۲). میرجلال‌الدین کزازی از آن به «زبان سنج» تعبیر کرده است (کزازی، ۱۳۷۶: ۲۳۷). در نتیجه زبانی که از این قاعده پیروی نکند در نقطه مقابل معیار قرار دارد و از آن به زبان غیرمعیار تعبیر می‌شود.

از بُعد دیگری صورت‌نگرایان در واکاوی زبان آن را به دو بخش خبری و ادبی تقسیم می‌کنند؛ از منظر آنان غرض از زبان خبری ایجاد ارتباط است اما هدف از زبان ادبی آفرینش هنری و خلق زیبایی و انتقال احساسات و عواطف به مخاطبان است. (ر. ک علوی‌مقدم، ۱۳۷۷: ۶۶).

زبان در اصل کارآمدترین، منظم‌ترین و کامل‌ترین ابزار پیام‌رسانی است. پیام‌رسانی نقش اصلی زبان است و در زبان عادی روزمره، همین نقش، مهم است. مراد از زبان عادی زبانی است که برای برآوردن نیازهای زندگی روزمره به کار می‌رود و در مکالمات معمول روزانه از آن بهره می‌جویم. زبان در این سطح، پیچیدگی و فرهیختگی لازم را ندارد. (سمیعی، ۱۳۸۰: ۴۴) اما در زبان ادبی وضع به گونه‌ای دیگر است؛ بدین صورت که «مخاطب پیش از آن که به مدلول و معنی کلمات و تعبیرات

دست یابد به لفظ آن توجه می‌کند و زیبایی واقعی هنری عملاً در آن است که شیء جز خود بر چیزی دلالت نکند و در حد خود تمام باشد» و نقش معانی در زبان ادبی «در حکم اشیایی هستند که گویی از پس جام شیشه پرنقش و نگاری دیده می‌شوند. درحقیقت، ادبیات هنر کلمات است؛ هنری که مصالح آن زبان است». (همان: ۴۵). حال ممکن است عواملی، زبان معیار را دستخوش تغییراتی کنند که به ادبیت آن ضربه بزند از این عوامل «ورود عناصر زبانی متروک و منسوخ یا مهجور، اصرار در سره‌نویسی و عربی‌زدایی، گزیده‌برداری از زبان بیگانه و کاربرد زبان محلی» (ر. ک، سمیعی: ۱۳۸۰) و البته کاربرد زبان مخفی در حد افراط را می‌توان نام برد.

زبان مخفی یا «آرگو یکی از گونه‌های زبان‌های اجتماعی است که باعث تغییر در زبان می‌شود که این تغییرات بیشتر در واژگان و اصطلاحات زبان است». (سمائی، ۱۳۸۲: ۵) و «یکی از گونه‌های زبان غیراستاندارد است. این لغت ریشه فرانسوی دارد و قدیمی‌ترین مدرکی که از این گونه زبان به دست آمده، مربوط به سارقان و راهزنان بوده است که نیاز به وسیله‌ای برای ارتباط داشتند تا اسرارشان پوشیده بماند. در متون فرانسوی قرن ۱۴ میلادی واژه‌هایی این چنین دیده شده است». (شریفی، ۱۳۸۹: ۱۵۷) نیز «نظامی واژگانی است و برای ساختن واژه‌های آن از امکاناتی به جز امکانات موجود واژه‌سازی در زبان معیار استفاده می‌شود و در اصل يك زبان مستقل نیست و یکی از شکل‌ها و گونه‌های زبان معیار است که به سبب کثرت استعمال به زبان کوچه و بازار راه پیدا می‌کند و جزئی از زبان معیار می‌شود و این یکی از راه‌های افزایش واژگان هر زبان می‌تواند باشد». (ر. ک، سمائی: ۱۳۸۲). وقتی این زبان تا به این حد تأثیرگذار است و می‌تواند به راحتی زبان بسازد، بررسی و شناخت این زبان و آشنایی با راه‌های ورود به زبان معیار از اهمیت بالایی برخوردار است.

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به مثابه ابزاری توانمند در خدمت بشر قرار گرفته و امور اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بیشتر کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار داده است؛ به طوری که فاصله کشورهای که از فناوری اطلاعات و ارتباطات به گونه‌ای مناسب و به عنوان محور توسعه برنامه‌های ملی خود استفاده می‌کنند و کشورهای که به صورت مناسب از این پدیده استفاده نمی‌کنند به شدت در حال افزایش است (عبداللهی، ۱۳۸۶: ۴۶). با بررسی رشد و گسترش تلفن همراه، می‌توان نتیجه گرفت که «تاکنون هیچ فناوری در طول تاریخ بشر به شدت تلفن همراه فراگیر

نشده است» (منطقی، ۱۳۸۹: ۹۶). پیامک نقطهٔ اوج نسل پیام‌رسانی متنی است که به مرور جای خود را میان کاربران باز کرد و زبان جدیدی نیز مخصوص آن ایجاد شد. (شریفی، ۱۳۸۹: ۱۵۶).

پیامک (سرویس پیام کوتاه) را می‌توان تحولی نوین در ابزارهای اطلاع‌رسانی دانست که با توجه به ویژگی‌های آن از جمله سرعت انتقال، تنوع مطالب و ارزان بودن، می‌تواند به راحتی در اختیار مخاطبان قرارگیرد. (مقصودی و عرب، ۱۳۸۶: ۲۰۳-۲۰۲). سرویس پیام کوتاه سرویسی است که قابلیت ارسال و دریافت پیام‌های متنی به تلفن‌های همراه را ایجاد می‌کند. پیامک یا پیام‌رسانی متنی، اساساً نوعی از نقل و انتقال اطلاعات است که فرستنده را قادر می‌سازد بین ۱۶۰ تا ۱۶۰ کاراکتر متنی را به یک گیرنده ارسال کند. زبان‌هایی که از هیروگلیف استفاده می‌کنند به نصف این تعداد نیاز خواهند داشت که این به معنای ۷۰ کاراکتر برای کسانی است که از زبان‌های عربی و چینی استفاده می‌کنند. برای هماهنگی فرآیند نقل و انتقال اطلاعات با این محدودیت، مجموعه‌ای از علائم اختصاری و تعاریف مختلف برای توضیح تصاویر دیداری به وجود آمده است. مثلاً «b4» کوتاه شده «before» می‌باشد که نشانگر نوعی توافق است. (شریفی، ۱۳۸۹: ۱۵۶). متن ارسالی می‌تواند شامل کلمات، اعداد یا ترکیبی الفبا- عددی باشد. نخستین پیام کوتاه در دسامبر ۱۹۹۲ میلادی از یک کامپیوتر شخصی به یک تلفن همراه روی شبکه Vodafone GSM در انگلستان فرستاده شد. (دردشتی، ۱۳۸۱: ۶۳). پیامک مزایای زیادی دارد؛ برای مثال گیرنده لازم نیست برای دریافت پیام حضور داشته باشد. سریع و همه جا در دسترس و کم هزینه است و بدون هیچ مزاحمتی، خطر درگیری در یک مکالمهٔ طولانی را از میان برمی‌دارد. (Leung, 2001: 118). صرف نظر از سایر وسایل ارتباطی جدید مانند اینترنت، چت و ایمیل، تلفن همراه و پیام کوتاه، میان جوانان به طور قابل ملاحظه‌ای به یک ابزار ارتباطی محبوب تبدیل شده است. استفاده از پیام کوتاه به عنوان ابزاری ارتباطی در زندگی روزمرهٔ افراد جوان، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است. کوتاه و موجز بودن پیام متنی به ابزاری بسیار گسترده و رو به رشد در میان جوانان منجر شده و آن را به یک زبان فرعی جامع و ابتکاری از اصطلاحات و کاراکترها تبدیل کرده است. (همان: ۱۲۵).

در ایران نیز تلفن همراه در سال ۱۳۷۳ وارد شد و سرویس پیام کوتاه در سال ۱۳۸۰ فعال شد. مرداد ماه ۱۳۸۱ اولین پیامک در ایران به وسیلهٔ یک سیستم کاملاً ایرانی آزمایش شد و دریافت‌کننده

آن خانم جوانی بود که پیام «سلام دوست عزیز! اگر پیغام را دریافت کردید با این شماره تماس بگیرید...» را که شاید به نظرش چیزی جز يك مزاحمت تلفنی نبود، دریافت کرد.

«جوانان نیز يك زبان برای پیامك آفریده‌اند، توافقی نانوشته که از آن می‌توانند آنطور که می‌خواهند باهم ارتباط برقرار کنند و علاوه بر داشتن ویژگی زبان‌های صنفی و عامیانه، از جهاتی نیز با آنها متفاوت است و خصوصیات منحصر به فرد و شاخصی دارد». (ر. ک. شریفی، ۱۳۸۹: ۱۵۷).

زبانی که اگر با بی‌توجهی در کاربرد صحیح مواجه شود، زبان معیار را هم دچار آمیختگی می‌کند و به آن صدمه می‌زند. مجلات، نشریات و سایت‌های مختلفی در سال‌های اخیر اقدام به دریافت پیام کوتاه و چاپ آنها کرده‌اند. با توجه به این که پاره‌ای از این مجلات اقدام به چاپ پیامک‌های دریافتی خوانندگان می‌کنند، بدون شک از نظر موضوعی و نیز مطابقت با زبان معیار بسیار متنوع هستند. یکی از این مجلات، ماهنامه پیام‌آرا است که در این پژوهش، شماره ۷۴ آن که در آبان ۹۳ چاپ شده است، مورد بررسی و تحلیل آماری قرار گرفته است. از آنجا که پیامک، گونه‌ای از گویش‌های اجتماعی از رده‌ی زبان‌های ساختگی است که می‌تواند به تقویت زبان کمک کند و از سوی دیگر نیز پیامک، گفتمان خاص خود را دارد و به دو دسته‌ی زبان معیار و غیرمعیار تقسیم می‌شود، بررسی این مسأله می‌تواند در زمینه‌ی مسائل آموزشی زبان فارسی و نشان دادن آسیب‌هایی که در نوشتن و ساختار این زبان به چشم می‌خورد، مفید باشد.

## ۲-۱- اهمیت موضوع و سوالات پژوهش

حدود بیست سال است که از تکنولوژی ارسال پیامک می‌گذرد و استفاده از خدمات پیام کوتاه در بین مردم از محبوبیت زیادی برخوردار است. از آن زمان تاکنون سالانه میلیاردها پیامک رد و بدل می‌شوند و نوجوانان و جوانان برای نوشتن پیام کوتاه، زبان خاص متناسب با سن و دانش و عواطف خودشان را به کار می‌برند. این امر موجب شده است که کارشناسان زبان و ادبیات بیم آن را داشته باشند که استفاده از این زبان خاص به تنزل سطح زبان و مهارت‌های نگارش منجر شود. پژوهش حاضر بدین خاطر یکی از این مجلات را به عنوان نمونه مورد بررسی قرار داده است تا به دو سؤال اساسی زیر پاسخ دهد:

این پیامک‌ها تا چه میزان به ترم معیار نزدیک هستند؟

با مشاهده آمار چنین پژوهشی، آینده زبان فارسی چگونه خواهد بود؟

### ۳-۱- پیشینه موضوع

تاکنون در مورد پیامک مقالات ارزشمندی به رشته تحریر درآمده است که در زیر به چند نمونه از آنها اشاره شده است: لیلا شریفی (۱۳۸۹) در مقاله «پیامک، اسپراتیوی نوین؛ بررسی ساختاری-محتوایی»، در فصلنامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی، شماره ۱۶، به بررسی پیام کوتاه و نیز زبانی پرداخته است که حاصل مخفف‌سازی خاصی است که جوانان در استفاده از تلفن همراه از آن استفاده می‌کنند. مریم صادقی گیوی و زهرا رامهران (۱۳۹۳) در مقاله «تبیین و تحلیل پیامک‌ها در دو نوع غنایی و تعلیمی» در مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره ۱۵، شماره ۲۶، تعداد ۱۶ هزار و ۳۲۷ پیامک را مورد بررسی قرار داده و نتیجه گرفته‌اند که نوع عاشقانه، بیشترین میزان توجه را داراست. محمد سعید ذکایی، علی اکبر تاج مزینانی و ادیبه کریمی (۱۳۹۳) در مقاله «کارکردهای پیامک در زندگی جوانان» در مجله جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره ۵، شماره ۱۴، آثار و کارکردهای سیاسی، دینی، اجتماعی و فرهنگی پیامک را در میان طیف متنوعی از دانشجویان تهرانی مورد بررسی قرار داده و فرصت‌ها و تهدیدهای این سرویس را از منظر جوانان مطالعه کرده‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از تأثیرپذیری عمیق جوانان از این سرویس و به کارگیری استراتژیک و هدفمند آن برای مدیریت نیازها و هیجانات جوانان است. اما مقاله‌ای که با موضوع بحث حاضر همخوانی داشته باشد یافت نشد.

### ۴-۱- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، تحلیل محتوای کمی بوده است که از روش‌های مهم مطالعه اسنادی است. بر این اساس پیامک‌های مجله مذکور از حیث نحوه نگارش، رعایت قواعدی، موضوعات آنها و نزدیکی به زبان و ثرم معیار مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در هر بخش نیز جدولی طراحی شده است که می‌تواند به مخاطب در درک بهتر موضوع یاری برساند.

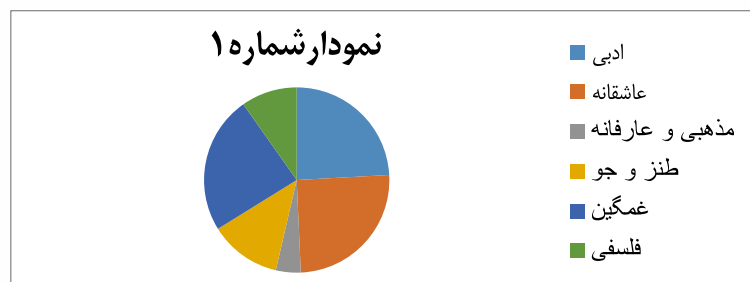
### ۲- بحث اصلی

با بررسی ماهنامه پیام‌آرا مشخص شد علی‌رغم این که روی جلد آن نوشته شده ۲۰۰۰ پیامک، اما تعداد پیامک‌ها، ۱۲۸۷ عدد است که با حذف ۱۹ پیامک به علت تکراری و نامناسب بودن، آمار

کلی مورد نظر در این مقاله ۱۲۶۸ پیامک می‌باشد. در بخش ابتدایی بحث اصلی پژوهش، پیامک‌ها را از منظر موضوعی مورد بررسی قرار داده‌ایم.

نمودار فراوانی پیامک‌ها از منظر موضوع (شماره ۱)

درصد فراوانی	تعداد	نوع پیامک
۲۴ / ۲	۳۰۶	ادبی
۲۵ / ۲	۳۱۹	عاشقانه
۴ / ۳	۵۵	مذهبی و عارفانه
۱۲ / ۵	۱۵۹	طنز و جوک
۲۴ / ۱	۳۰۵	غمگین
۹ / ۷	۱۲۴	فلسفی

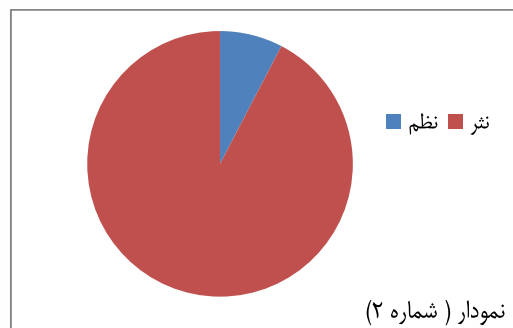


با بررسی پیامک‌های موجود در این نشریه، مشخص شد که بیشترین بسامد مربوط به پیام‌های عاشقانه و نیز ادبی است که شاید علت اصلی این مطلب، حضور قشر جوان به عنوان مخاطبین و نیز ارسال کنندگان پیامک است. نکته نگران‌کننده در این مورد این است که با توجه به این که پیامک به نوعی بیانگر طرز تفکر مخاطب و ارسال‌کننده است، پیامک‌های مذهبی و عارفانه با تنها ۴ درصد کمترین بسامد را به خود اختصاص داده است. البته می‌توان این مورد را نیز با این مسأله توجیه کرد که پیامک‌های عارفانه و مذهبی، بیشتر جنبه مناسبتی دارند. موضوع دیگری که در بررسی این مطلب مورد نظر قرار گرفته است، سبک نگارش پیامک‌هاست. با نگاهی به آمار موجود می‌توان به این نتیجه رسید که با توجه به اینکه تعداد ۷۰ کارا کمتر مناسب نگارش نظم و شعر نبوده و نیز درک و فهم شعر

بسیار سخت‌تر از نثر است، پس توجه و رغبت به نگارش نثر به مراتب از نظم بیشتر است.

جدول فراوانی پیامک‌ها بر اساس سبک نگارش (شماره ۲)

سبک نگارش	تعداد	درصد فراوانی
نظم	۱۵۰	۱۱/۸
نثر	۱۸۱۱	۸۸/۲

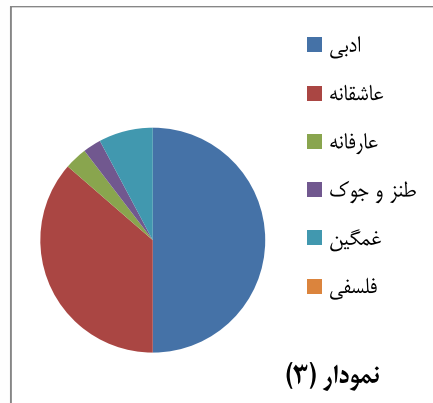


موضوع دیگری که در این بررسی تحلیلی - آماری مورد بررسی قرار گرفت، میزان نظم و نثر بودن پیامک‌ها بر اساس تفکیک موضوعی بود. در این آمارگیری، پیامک‌های غمگین که به صورت نثر بوده، بیشترین تعداد و پیامک‌های طنز که به صورت نظم بوده‌اند، کمترین تعداد را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول فراوانی پیامک‌ها بر اساس نظم - سبک نگارش به تفکیک (شماره ۳)

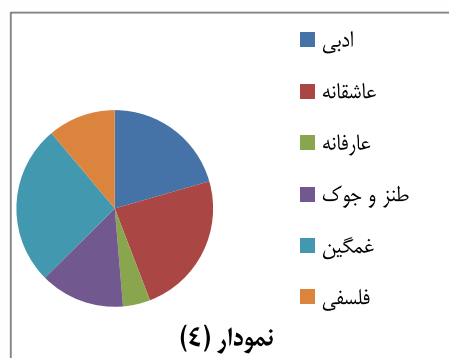
نوع پیامک	تعداد نظم	درصد فراوانی
ادبی	۷۷	۶/۱
عاشقانه	۵۶	۴/۳
عارفانه	۵	۰/۴
طنز و جوک	۴	۰/۳
غمگین	۱۲	۰/۹
فلسفی	-	-





جدول فراوانی پیامک‌ها بر اساس نشر به تفکیک (شماره ۴)

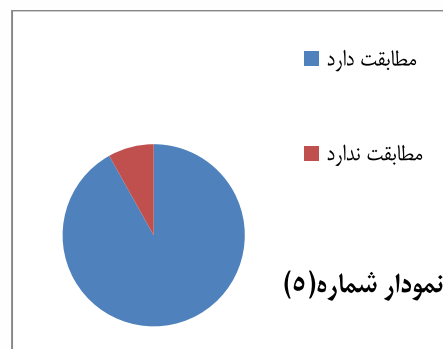
نوع پیامک	تعداد نشر	درصد فراوانی
ادبی	۲۲۹	۱۸ / ۱
عاشقانه	۲۶۳	۲۰ / ۷
عارفانه	۵۰	۳ / ۹
طنز و جوک	۱۵۵	۱۲ / ۲
غمگین	۲۹۳	۲۳ / ۱
فلسفی	۱۲۴	۹ / ۷



موضوع مهم و اساسی که در این جستار مورد بررسی قرار گرفته، میزان تطابق و همخوانی پیامک‌ها با زبان معیار یا نُرم ادبی بوده است. بر این اساس که دستور زبان فارسی مدنظر قرار گرفته و پیامک‌هایی که با آن همخوانی داشته‌اند جدا شده و نمونه‌هایی از هریک بر اساس موضوع بیان شده است. در بخش دوم نیز پیامک‌هایی که با افعال شکسته یا کلماتی ساخته شده که با نُرم ادبی همخوانی ندارند دسته‌بندی شده است. بر اساس آمار، نزدیک به ۹۲ درصد پیامک‌ها - که آمار قابل قبولی است - به نُرم ادبی نزدیک بوده است.

جدول مطابقت پیامک‌ها با نُرم ادبی (شماره ۵)

هم‌خوانی با زبان معیار	تعداد	درصد فراوانی
مطابقت دارد	۱۱۶۵	۹۱/۸٪
مطابقت ندارد	۱۰۳	۸/۲٪



#### نمونه‌هایی از پیامک‌ها

در این قسمت به نمونه‌هایی از پیامک‌ها اشاره شده است که با نرم ادبی مطابقت داشته یا نداشته‌اند. در این بخش، تفکیک بر اساس موضوع پیامک بوده است.

#### ادبی معیار

۱- شبی نیست که آهم به ثریا نرسد

از چشم ترم آب به دریا نرسد

میمیرم از این غصه که آیا روزی

دیدار به دیدار رسد یا نرسد.

۲- ای پادشه خوبان داد از غم تنهایی

وقت است که يك چندی در خانه ما آبی

در خانه ما آمد، آن پادشه خوبان

آن پادشه خوبان، داد از غم تنهایی.

۳- ز روز گذرکردن اندیشه کن

پرستیدن دادگر پیشه کن

به نیکی گرای و میازار کس

ره رستگاری همین است و بس.

#### نمونه‌های غیر معیار

۱- مثل اون وقتا هنوز دلم برات لك ميزنه / حسرت داشتن تو پیر شده، عينك ميزنه / صورتم

سرخ شده بود اما حالا کبود شده / جدایی یه عمره داره به او چک ميزنه

۲- معرفت یه موقعی لباس رفاقت بود

الان منفعت جاش رو گرفته.

در این نمونه‌ها از الفاظ و اصطلاحات عامیانه که در متون ادبی کاربرد ندارند مثل «چک زدن»

و «لك زدن» استفاده شده که این الفاظ بیشتر بین عوام متداول است. همچنین میل به کوتاه نویسی

به زبان عامیانه مثل «اون وقتا»، «یه عمره» و «جاش رو»، زبان پیامک را از معیار خارج کرده است.

#### \* جوک و طنز

۱- شب‌ها

به وقت خواب

از طرف من

وجدانت را ببوس

اگر بیدار بود...!

۲- از بس که گفتم دلم تنگ است

دهانم گشاد شد!!

۳- محبت‌هایت را شمردم

درست بود اما این عشقت را پس بگیر

گوشه ندارد ...

نمونه‌های غیرمعیار

۱- یه وقتا دلت طوری تنگ میشه

که مغزت فلج میشه

۲- انقد مرامت فابریکه که تو هیچ نمایندگی قطعاتش پیدا نمیشه!

۳- فرقی نمیکنه متولد کدوم برج سالی

مهم اینه که اگر نباشی ما همیشه برج زهرماریم!

۴- از شهرداری واحد سد معبر مزاحمتون میشم، ببخشید مهربونیتون سد راه دلمون شده.

۵- آدم تو زندگیش یهو یکی رو میبینه که دیگه بقیه رو نمیبینه.

مجموعه پیامک‌های طنز و جوک چون در بین عموم مردم طرفداران بیشتری و در بین جوانان کاربرد بیشتری دارد به نسبت پیامک‌های دیگر از زبان معیار فاصله گرفته و وارد زبان مخفی تیپ جوانانه شده است، به طوری که از همه اصطلاحات کوچ و بازار برای بیان مقصود خویش یاری گرفته است. مثل «مرامت فابریکه»، «برج زهرمار» و امثال آن. گاهی کلاً از مفاهیم دور شده و برای بیان خنده ارسال می‌شود مثل: «آدم تو زندگیش یهو یکی رو میبینه که دیگه بقیه رو نمیبینه».

\*عاشقانه معیار

۱- برای من که دلم چون غروب پاییز است

صدای گرم تو از دور دل انگیز است.

۲- دوستت دارم به اندازه پلک‌هایی که در زمان خیال پردازی‌هایم

زدم و چه بسیار خیالاتی که در ذهن پرواندم.

۳- بهانه‌های دنیا تو را از یادم نخواهد برد، من تو را در قلبم دارم نه در دنیا.

### پیامک‌های غیرمعیار

۱- میدونی اگه یه روز پادشاه بشم بزرگترین آرزوم چیه؟

میخوام تو بشی تاج سرم.

۲- می نویسم دی دار، تو اگر بی من و دل‌تنگ منی یک به یک فاصله‌ها را بردار

۳- میگن دلای خوب تو دنیا کمن

ولی با معرفتاش به یاد هممن.

یکی از مشکلات امروزه در انتقال مفاهیم از طریق پیامک استفاده از زبان شکسته است که رواج روزافزون دارد؛ مثل نمونه فوق: «میدونی اگه یه روز پادشاه بشم..... تو بشی تاج سرم» که زبان جمله، رسمی شکسته است.

کاربرد واژه‌های فارسی به شکلی خاصی برای انتقال یک مفهوم نیز از ویژگی‌هایی است که آشکارا نظرها را جلب می‌کند. مثلاً در نمونه ذکر شده «دی دار» را جدا نوشته برای اینکه مفهوم فاصله را بهتر تفهیم کند و با تغییر شکل مکتوب آن مفهوم غم‌انگیز پیام را برای خواننده بیان کند.

### \* فلسفی

۱- فرمانروایانی که یک شبه دارای توان می‌شوند، با تلنگری فرو می‌ریزند.

۲- آدمهای ماندگار به چیزی جز آرمان نمی‌اندیشند.

۳- شوپنهاور: وظیفه هنر تجلی ایده‌هاست.

۴- کارایل: تاریخ سیر خود را بر زندگی مردان بزرگ بنا نموده است.

### نمونه‌های غیرمعیار

۱- ازدواج کتابی است که فصل اول آن به نظم است و بقیه فصول آن به نصر.

۲- هنگامی که دوستی به مشکلی برخورد است او را با پرسیدن اینکه چه کار میتونیم برات

انجام بدیم آزار ندهید. یک فکر مناسب بکنید و آن را انجام دهید.

در زبان معیار واژه «نثر» در مقابل واژه «نظم» قرار می‌گیرد. در جمله اول «نصر» نوشته شده

است که از لحاظ نگارشی کاملاً اشتباه می‌باشد. در جمله دوم فعل شکسته «میتونیم» به جای

«می‌توانیم» قرار گرفته که از لحاظ نگارشی درست نیست.

**\* عارفانه**

۱- خدایا

تو پناه منی

وقتی راهها با همه وسعتشان

تنگ می شوند.

۲- الهی در شب قبرم بسوزان

ولی محتاج نامردان مگردان

عطا کن دست بخشش همت را

خجل از روی محتاجان مگردان.

نمونه‌های غیرمعیار

۱- آرزوهاتو یه جا یادداشت کن

و یکی یکی از خدا بخواه

خدا یادش نمیرهولی تو یادت میره که چیزی که امروز داری، دیروز آرزویش کردی!۲- خدایا خیلیا دلمو شکستنشب بیا باهم بریم سراغشونمن نشونت میدم تو بخششون.

در نمونه پیامک‌های عارفانه بیشتر استعمال واژه‌های محلی و شکستگی واژه‌ها باعث دور شدن

از زبان معیار شده است.

**\* غمگین**

۱- بالاتر از سیاهی هم رنگ هست

مثل رنگ این روزهای من!

۲- غم جدا شدن از تو در دل نحیفم زخمها به وجود آورد

آه نمی‌دانم با این زخمها چه کنم.

۳- دلگیرم از کسی که مرا غرق خودش کرد

اما نجاتم نداد!

نمونه‌های غیر معیار

۱- چه سر به راه است

دلتنگی ام را میگویم!

از گوشهٔ دلم جم نمی خورد.

۲- یه وقتا اینقدر آدم زندگیش غمناک میشه که دوست داره یکی یهو بگه: کات.

در جملهٔ اول اصطلاح «جم نمی خورد» هم مانند سایر موارد ذکر شده، زبان پیامک را از نرم ادبی

آن خارج کرده است.

استفاده از واژهٔ بیگانه با سبک نگارش فارسی مثل «کات» در جملهٔ بالا، امروزه در بین تحصیل-

کردگان رواج روزافزونی دارد و باعث دور شدن زبان ادبی از نرم و دستور زبان فارسی می‌شود.

### نتیجه‌گیری

با ورود پیامک‌ها به زندگی مردم، نوع تازه‌ای از ارتباطات شکل گرفت که رنگ و شکل تازه و کم هزینه‌ای داشت. با رواج این نوع پیامک‌ها و علاقهٔ قشر جوان به ارسال آن، شاهد ظهور نوع تازه‌ای از کلمات و اصطلاحات هستیم که چندان با زبان معیار مطابقت و همخوانی ندارد. مجلات و نشریات فراوانی در این راه و در جهت جلب توجه جوانان اقدام به چاپ پیامک کرده‌اند. در مقاله حاضر شماره ۷۴ از مجله پیام آرا مورد بررسی تحلیلی-آماري قرار گرفت و مشخص شد که درصد بالایی از پیامک‌ها یعنی ۹۱/۸ درصد، از نرم ادبی پیروی کرده و تنها ۸/۲ درصد آنها از این نرم دور بوده است. پیامک‌های عرفانی عاشقانه نیز با بسامد ۲/۲۵ درصد بیشترین طرفدار را داشته و متأسفانه تنها ۳/۴ درصد از پیامک‌ها به مسائل عرفانی و مذهبی پرداخته‌اند. با اینکه علوم و فنون جدید باعث توسعه و وسعت بخشیدن به علم روز می‌شوند، از طرفی هم باعث می‌شوند تا بین زبان پیامک با ادبیات کهن و کلاسیک و زبان معیار فاصله ایجاد شود. نگاشتن پیامک اگرچه به ظاهر در زبان فارسی ایجاد وسعت و توسعه می‌کند اما در درازمدت سبب غفلت جوانان از ادبیات شده

و در نتیجه بر آن تأثیر منفی خواهد نهاد. توجه جوانان به پیامک و نیز نرم‌افزارهای پیام‌رسانی مانند تلگرام، واتس‌آپ و وایبر و ... در آینده نزدیک سبب فاصله گرفتن از زبان معیار شده و تهدیدی برای زبان فارسی معیار محسوب می‌شود. توجه به آموزش درست زبان و قواعد آن می‌تواند از آسیبهای محتمل پیشگیری کند.



## منابع

۱. ترادگیل، پیتر، (۱۳۷۶)، زبان‌شناسی اجتماعی، ترجمه محمد طباطبایی، تهران، آگاه.
۲. دردشتی، ل، (۱۳۸۱)، از sms بیشتر بدانیم، آریانت، شماره مسلسل ۴.
۳. ذکایی، محمد سعید، علی اکبر تاج مزینانی و ادیبه کریمی، (۱۳۹۳)، کارکردهای پیامک در زندگی جوانان، مجله جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره ۵، شماره ۱۴، صص ۶۶-۴۳.
۴. سمائی، سید مهدی، (۱۳۸۲)، فرهنگ لغات زبان مخفی، تهران، مرکزسمیعی.
۵. سمیعی، احمد (۱۳۸۰)، نگارش و ویرایش، تهران، سمت.
۶. سیاوشی، ملیحه، عابدینی بهاره، (۱۳۸۹)، بررسی نگرش و عکس العمل افراد نسبت به دریافت پیامک‌های تبلیغاتی در عصر فن آوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت و فن آوری اطلاعات، شماره ۳، صص ۶۸-۵۳.
۷. شریفی، لیلا، (۱۳۸۹)، پیامک، اسپراتیوی نوین، بررسی ساختاری و محتوایی، فصلنامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی، شماره ۱۶، صص ۱۷۶-۱۵۵.
۸. صادقی‌گیوی، مریم و زهرا رامهران، (۱۳۹۳)، تبیین و تحلیل پیامک‌ها در دو نوع غنایی و تعلیمی، مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره ۱۵، شماره ۲۶، صص ۵۸-۳۱.
۹. عبداللهی، م، (۱۳۸۶)، تبلیغات از طریق sms، صنعت خودرو، جلد ۱۰، شماره ۱۱۱.
۱۰. علوی‌مقدم، مهیار، (۱۳۷۷)، نظریه‌های نقد ادبی معاصر، تهران، نشر چشمه.
۱۱. کزازی، میرجلال‌الدین، (۱۳۷۶)، پرنیان پندار، تهران، روزنه.
۱۲. مجله پیام‌آرا، (۱۳۹۳)، شماره ۷۴، چاپ و نشر ایرانیان.
۱۳. مدرسی، یحیی، (۱۳۸۶)، درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۴. مقصودی، م و عرب. م، (۱۳۸۶)، sms و کارکردهای سیاسی-اجتماعی آن: تجربه‌های ایرانی، نمونه-های جهانی، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، جلد ۲۲، شماره ۶ و ۵، صص ۲۲۱-۲۰۲.
۱۵. نوری آزاد، سعید، (۲۷ اسفند ۹۰)، آمدم نبودید، پیامک زدیم جام جم، اقتصادی.
16. [www.jamejamonline.ir/papertext.aspx?news](http://www.jamejamonline.ir/papertext.aspx?news).
17. Leung, I, college student motives for chatting on icq, new media and society, 3(4), 2001.