

نشریه علمی پژوهشی

پژوهشنامه ادبیات تعلیمی

سال دهم، شماره سی و هشتم، تابستان ۱۳۹۷

مطالعه تطبیقی ساختار روایی حکایت در ادبیات تعلیمی و قالب

رسانه‌ای آگهی خدمات عمومی

مطالعه موردی: گلستان سعدی

دکتر محمد اخگری* - دکتر منوچهر دانش پژوهان**

چکیده

حکایت یکی از پرکاربردترین قالب‌های روایی در ادبیات فارسی است که ادبیات تعلیمی برای انتقال مفاهیم اخلاقی و اجتماعی از آن بسیار بهره برده است. با پیدایش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در عصر حاضر و کارکرد تعلیمی و آموزشی رسانه، این مسئله قابل طرح است که آیا قالب‌های ادبیات تعلیمی می‌توانند در تولیدات تعلیمی رسانه‌ای بازآفرینی شوند و چگونه می‌توان از قالب‌ها و شیوه‌های روایی ادبیات کهن برای رسانه‌های امروز الگو گرفت. پژوهش حاضر با روش مطالعه موردی به مقایسه شیوه روایت در حکایات گلستان سعدی و قالب رسانه‌ای آگهی خدمات عمومی (PSA) می‌پردازد. آگهی خدمات عمومی، قالبی کوتاه برای انتقال پیام‌های عام‌المنفعه و

* استادیار ادبیات عرفانی دانشگاه صدا و سیما akhgari@irib.ac.ir

** استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه فارابی mdpajuhan@yahoo.com

تاریخ پذیرش ۹۷/۲/۳۰

تاریخ وصول ۹۶/۱۱/۵

غیرتجاری است که چندین دهه از تولید آن در همه انواع رسانه‌های مکتوب، شنیداری، دیداری و نوین تولید می‌گذرد و به لحاظ کارکرد و نوع روایت، با حکایات تعلیمی گلستان سعدی قابل مقایسه است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که روایت مسجع گلستان سعدی از منظر محتوایی، شیوه روایت، ایجاد تعلیق در ذهن مخاطب و نیز پایان‌بندی اخلاقی در قالب زبانی آهنگین، الگویی مناسب برای نوشتن متن قالب رسانه‌ای آگهی خدمات عمومی است که می‌توان آن را روایت مسجع رسانه‌ای نامید.

واژه‌های کلیدی

آگهی خدمات عمومی (PSA)، ادبیات تعلیمی، حکایت، قالب رسانه‌ای، گلستان سعدی.

۱. مقدمه و بیان مسئله

انسان هنگامی که از کارهای روزانه فارغ می‌شود، دنیای واقعی و گاهی بی‌هدف و تکراری خود را کنار می‌گذارد و با کمک نیروی خیال، به دنیایی ذهنی پناه می‌برد که او را از بی‌هدفی و یکنواختی دنیای واقعی دور می‌سازد. او در این دنیای خیالی، هرگونه تناسب، هماهنگی و روزمرگی دنیای حقیقی را دور می‌ریزد و دنیایی می‌سازد که برای او پدیده‌ها، رخدادها، شخصیت‌ها، فضاها، مکان و زمان، آن‌گونه که او می‌خواهد، رقم زده می‌شوند. گاهی این فضاها ساختگی در انتقاد از دنیای واقعی و گاهی ترسیم دنیایی آرمانی است که امروزه به نام ادبیات تعلیمی شناخته می‌شود. برخی از افراد، این فضای ذهنی خود را برای اصلاح جوامع مکتوب کرده و به صورت داستان یا قصه منتشر می‌کنند؛ از این رو می‌توان گفت نگارش داستان‌های حوزه تعلیمی در ادبیات فارسی، قدمتی به بلندای زندگی انسان در این کره خاکی دارد و از زمانی که خط اختراع شد، داستان‌نویسی تعلیمی نیز به وجود آمد. برخی از محققان، پیشینه تولید و نگارش

داستان، داستان‌واره، اسطوره و افسانه را در پهنه ایران تاریخی، حدود پنج هزار سال تخمین می‌زنند (ابراهیمی، ۱۳۷۷: ۷۷). هنگامی که از داستان سخن می‌گوییم، منظور کل ادبیات داستانی، یعنی قصه، داستان کوتاه و رمان است (میرصادقی، ۱۳۶۷: ۱۴). بدیهی است آنچه در ادبیات فارسی قدمتی طولانی دارد، انواع حکایت، حکایت اخلاقی، افسانه، افسانه تمثیلی و اسطوره است که ذیل عنوان قصه از آن‌ها نام برده می‌شود. نگاهی به ادبیات کهن فارسی نشان می‌دهد که داستان به منزله پیکره خام همه انواع ادبی در حکایت‌ها و قصص و تذکره‌ها و تمثیلات وجود دارد و هرچند در برخی از آثار ادبیات کهن همچون *مثنوی معنوی*، گوینده بر آن است تا با ارائه تصویر، حقیقت معنی را که با افهام عام فاصله دارد به اذهان آن‌ها تقریب کند (زرین‌کوب، ۱۳۷۴: ۴۹۶)، اما قصه‌ها از ظرافت و دقت هنری در شکل و ساختار برخوردارند و شاید همین شیوه بیان است که این آثار را جاودان ساخته است. بی‌گمان در داستان، شیوه و فن بیان نقشی بسزا دارد و به تعبیر فرمالیست‌های روسی در هنر، چگونه گفتن از چه گفتن مهم‌تر است (شمیسا، ۱۳۷۸: ۳۵۳). بنابراین اگرچه قصه در ادبیات تعلیمی، قالب و ابزاری جذاب برای بیان نکات اخلاقی است و حتی در آثاری همچون *کلیده‌ودمنه* و *مرزبان‌نامه* نیز از زبان حیوانات، هدفی تعلیمی را در عین سرگرمی پی می‌گیرد، نمی‌توان نقش قالب و ساختمان داستان را در جذب مخاطبان داستان‌ها و حتی تبدیل شدن برخی از حکایت‌ها به ضرب‌المثل در زبان زندگی روزمره مردم نادیده گرفت. شکل و قالب آفرینش این قصه‌ها که گاه روایتگر وقایع زندگی روزمره و تجربیات نویسنده است و گاه در قالب تخیل و فانتزی، به دنبال آن است تا مفهوم ذهنی مورد نظر نگارنده را به صورتی عینی تصویر سازد، در عین ایجاز می‌تواند مخاطب را به شنیدن و خواندن ادامه داستان وادارد و در نهایت از داستان بیاموزد.

گسترش فناوری و پیدایش رسانه‌های شنیداری و دیداری و برخط، نه تنها موجب

نشده است که تعلیم و آموزش از طریق رسانه به فراموشی سپرده شود، بلکه آموزش و اطلاع‌رسانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه در معرض توجه قرار گرفته است. رسانه‌های نوین اگرچه محصول فناوری‌های جدید هستند، در کنار همهٔ خصایص فنی و قالب‌های رسانه‌ای که بر هریک از آنان مترتب است، محتوا در آن‌ها مهم‌ترین نقش را دارد و این جملهٔ کلیدی در رسانه‌های نو حکمفرماست که «محتوا پادشاه است» (DigitalTrend, 2014: 27). به دیگر سخن، آنچه در ادبیات تعلیمی و در قالب حکایات کهن، در آثار بزرگان سینه‌به‌سینه منتقل می‌شد، اکنون در قالب‌های جدید اهمیت یافته؛ اما از آنجا که عنصر اصلی همهٔ این انواع رسانه‌ای روایت و داستان است و از دیگر سو، ادبیات تعلیمی کهن فارسی دارای مضامین نغز و کوتاه تعلیمی است، اکنون این مسئله مطرح می‌شود که چگونه می‌توان از ظرفیت روایی قالب حکایت تعلیمی در قالب‌های رسانه‌ای نو بهره گرفت؟ به دیگر سخن، حکایت‌های ادبیات تعلیمی چه ارمغانی برای دنیای پرهیاهوی رسانه‌ای امروز دارند؟ از آنجا که آگهی خدمات عمومی یکی از قالب‌های نوین رسانه‌ای با هدف آموزش همگانی و ایجاد پوشش‌های همگانی در فعالیت‌های عام‌المنفعه است، می‌توان آن را قالبی تعلیمی در رسانه‌های امروز قلمداد کرد و به همین سبب این پژوهش می‌کوشد به مقایسهٔ روایت آن با حکایت‌های ادبیات تعلیمی بپردازد.

۲. پیشینهٔ تحقیق

مطالعهٔ تحقیقات پیشین دربارهٔ موضوع این پژوهش دو حوزهٔ مختلف را در بر می‌گیرد؛ چراکه پژوهش بر آن است تا میان دو حوزهٔ علمی ادبیات و رسانه مطالعه کند و نتایج را با آن دو حوزه مطابقت و از آنجا استخراج نماید. آگهی خدمات عمومی^۱ قالبی کوتاه و جذاب رسانه‌ای است که در همهٔ انواع رسانه‌های مکتوب، شنیداری و دیداری تولید

می‌شود و خدمات عمومی یا تغییر رفتار و پوشی خاص را در جامعه تبلیغ می‌کند. یکی از قدیمی‌ترین تحقیقات دربارهٔ قالب آگهی خدمات عمومی به سال ۱۹۸۱ بازمی‌گردد که الینه براتیک،^۲ راشل گرین برگ^۳ و فیلیس پترسن^۴ در نشریه علمی آکادمی علوم بازرگانی منتشر کرده‌اند. آن‌ها در مقاله خود، آگهی خدمات عمومی را برنامه‌ای تبلیغی ترکیبی معرفی می‌کنند که در حوزه سلامت برای تغییر رفتار و عادات افراد تولید می‌شود. نویسندگان مقاله که در این پژوهش کمی آزمون پیام‌های تولیدشده را قبل از پخش پیشنهاد می‌کنند،^۵ این قالب رسانه‌ای را یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی برای تغییر رفتار افراد جامعه از طریق رسانه می‌دانند (Bratic, Greenberg and Petersen, 1981). جسیکا. ام. نولان،^۶ پی. ویزلی شولتز^۷ و اریک. اس. نولز^۸ در مقاله‌ای پژوهشی که در سال ۲۰۰۹ در مجله روان‌شناسی اجتماعی منتشر شده است، به مطالعه نقش این قالب رسانه‌ای در تغییر عادات پرداخته‌اند (Nolan, Schultz & Knowles, 2009, (39) 5: 1035-1056) و پس از انجام پژوهش کمی و نظرسنجی بر روی مخاطبان این قالب رسانه‌ای معتقدند که برای موفقیت این قالب در تغییر رفتار اجتماعی، افزون بر تولید پیام باید به ابعاد روان‌شناسانه پیام نیز توجه داشت.^۹ ژوزف بی والتز،^{۱۰} دیوید دی آندریا،^{۱۱} جینسوک کیم^{۱۲} و جیمز سی آنتونی^{۱۳} در مقاله‌ای پژوهشی، دربارهٔ آگهی خدمات عمومی در اینترنت و یوتیوب، به مطالعه تأثیرگذاری این قالب در رسانه‌های تعاملی پرداخته‌اند (Walther, 2010, 36: 469-492). این تحقیق نشان می‌دهد که قالب آگهی خدمات عمومی از جمله قالب‌های جذاب برای تبلیغ خدمات عمومی و تغییر رفتار کاربران به شمار می‌رود؛ البته با این تفاوت که کاربران امکان پاسخ و ارائه نظر دارند و پژوهش مذکور به تحلیل نظریات کاربران دربارهٔ تبلیغ علیه استعمال نوعی ماده مخدر انجام گرفته است.^{۱۴} موضوع مقالات و مطالعات علمی دربارهٔ آگهی خدمات عمومی در ایران،

غالباً حول محور تأثیرگذاری این قالب رسانه‌ای بر مخاطبان یا انتقال ارزش‌های اجتماعی از طریق آن بوده است. شهبازی و همراز (۱۳۹۴) نقش این قالب رسانه‌ای را در بازتاب ارزش‌های جامعه ایران مطالعه کرده‌اند. عالی‌نیا و دانشگر (۱۳۹۵) ضرورت و اهمیت آگهی خدمات عمومی را در تبلیغات مطالعه کرده‌اند. پژوهش‌های انجام‌شده درباره این قالب رسانه‌ای، بیشتر از بعد تبلیغاتی، ارتباطاتی و اثرگذاری در جامعه بوده است و تحقیقی مستقل درباره شیوه روایت در این قالب رسانه‌ای و تطبیق آن با انواع ادبی انجام نپذیرفته است.

حوزه دیگری در مرور پژوهش‌های پیشین این موضوع، مطالعاتی است که درباره ساختار حکایت‌ها و قصص و تمثیلات در ادبیات کهن فارسی انجام شده است. نادر ابراهیمی در کتاب *صوفیانه‌ها و عارفانه‌ها*، به تفصیل درباره ساختمان حکایت‌های *کشف‌المحجوب* هجویری سخن گفته است و از منظر تحلیل فنی و داستان‌شناسی نتیجه می‌گیرد که داستان‌های صوفیانه و عارفانه جمیع عناصر داستان مانند شخصیت، زبان، فضا، طرح، موضوع، محتوا، هدف، ساختمان را دارا هستند (ابراهیمی، ۱۳۷۷: ۶۷). محسن حاجی‌علی‌لو در مقاله‌ای با عنوان «بررسی ساختاری حکایت‌های گلستان سعدی» که در *مجله پژوهش‌های نقد ادبی و سبک‌شناسی* منتشر شده است، به ساختار حکایت‌های *گلستان* می‌پردازد و نتیجه می‌گیرد که شکل پی‌رنگ در حکایت‌های *گلستان*، فرم متداول طرح است که با مقدمه‌چینی و گره‌افکنی آغاز می‌شود. کشمکش، بحران، نقطه اوج به ترتیب پشت سرهم می‌آیند و در پایان حکایت با گره‌گشایی و نتیجه‌گیری پایان می‌یابد (حاجی‌علی‌لو، ۱۳۹۰: ۲۵). منیژه عبدلهی در مقاله‌ای با عنوان «شیوه‌های روایت‌پردازی در *گلستان سعدی*» به یکی از عناصر داستان یعنی زاویه‌دید در حکایات *گلستان* می‌پردازد. او راویان روایت‌ها را به پنج دسته تقسیم‌بندی می‌کند: الف. راوی دانای کل مداخله‌گر؛ ب. راوی دانای کل بی‌طرف؛ ج. راوی دانای کل محدود؛ د. اول‌شخص درگیر؛ ه. اول‌شخص ناظر. پژوهش کمی او نشان می‌دهد که از

منظر زاویه دید بیشترین تعداد از نوع راوی دانای کل مداخله‌گر است (عبدالهی، ۱۳۸۷: ۶۲۷). «ساختار داستان‌های گلستان» عنوان مقاله دیگری است که به قلم حسن ذوالفقاری در مجله تخصصی زبان و ادبیات دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه مشهد منتشر شده است. نگارنده در این مقاله چنین نتیجه می‌گیرد که از میان ۱۸۱ داستان گلستان، ۱۴۱ داستان کنش‌دار و ۴۰ مورد دیگر فاقد کنش است. زمان و مکان در ۶۳ داستان گلستان، یعنی ۳۵ درصد مشخص است (ذوالفقاری، ۱۳۸۶: ۱۲۵-۱۴۰). فائزه عرب یوسف‌آبادی در مقاله‌ای که در مجله متن‌پژوهی ادبی به چاپ رسیده، به بررسی تقابل زمان روایی و زمان متن در حکایت‌های گلستان سعدی پرداخته است. او با اشاره به این موضوع که *گلستان سعدی اثری روایی است که از تکنیک‌های زمان روایی به‌خوبی بهره برده است*، در تحقیق خود به نتیجه می‌رسد که ۹۶ درصد حکایت‌های گلستان، به‌دلیل استفاده از شگرد فشرده‌نویسی، با شتاب مثبت روایت می‌شود. آغاز ۹۱ درصد حکایت‌های این کتاب به‌دلیل استفاده از شگرد حذف، با شتاب مثبت روایت می‌شود (عرب یوسف‌آبادی، ۱۳۹۴: ۶۵-۹۰). مرور مطالعات پیشین درباره ساختار حکایت‌ها و روایت در گلستان سعدی، اگرچه حاکی از تنوع و تکثر آن‌هاست، تحقیقی مستقل درباره مقایسه نوع روایتگری این حکایات با قالب‌های رسانه‌ای یافت نشد.

۳. روش تحقیق

با وجود پژوهش‌های مختلفی که درباره ساختار داستان و روایت در حکایت‌های گلستان با روش توصیفی-تحلیلی و مطالعه موردی انجام گرفته، جامعه آماری مورد تحلیل داستان‌های گلستان سعدی است که محقق برای اشباع آماری، یک‌چهارم از حکایت‌ها (۴۰ حکایت) را به‌صورت هدفمند از همه ابواب انتخاب و تحلیل کرده است:

جدول ۱: جامعه آماری و حجم نمونه تحقیق

حجم نمونه	تعداد کل حکایت‌ها	باب‌های گلستان
۹	۴۱	در سیرت پادشاهان
۱۰	۴۷	در اخلاق درویشان
۷	۲۸	در فضیلت قناعت
۳	۱۴	در فواید خاموشی
۵	۲۱	در عشق و جوانی
۲	۹	در ضعف و پیری
۴	۱۸	در تأثیر تربیت
-	حکایت ندارد	در آداب صحبت

۴. بحث و بررسی

تمثیل و حکایت تمثیلی از جمله قالب‌های پرکاربرد در ادبیات تعلیمی به شمار می‌روند. در ادبیات فارسی، از حکایات تمثیلی برای نصیحت یا بیان محاسن و معایب یا شیوه رفتار درست بهره گرفته می‌شود تا مطلب برای مخاطب جذاب و قابل درک گردد. در تمثیل و زیرمجموعه‌های آن، هدف گشایش و ایضاح مطلبی جهت تثبیت در ذهن مخاطب است و این کارکرد با هدف ادب تعلیمی که در پی بیان واضح و صریح مطلبی اخلاقی است، سازگارتر است (وفایی و آقابابایی، ۱۳۹۲: ۲۳-۴۶) عناصر داستان در حکایت کاربرد دارند و نحوه به کارگرفتن این عناصر است که حلقه اتصال قالب تعلیمی ادبی و قالب تعلیمی رسانه‌ای است. داستان اساس همه انواع ادبی است، چه روایتی و چه نمایشی (میرصادقی، ۱۳۶۷: ۲۸). درون‌مایه، موضوع، زاویه دید، شخصیت، صحنه پردازی، پی‌رنگ و گفت‌وگو، فضا سازی و سبک و لحن عناصر داستان را شکل می‌دهند (همان: ۴۹). لادیدلمیر^{۱۵} (۲۰۰۸) درباره داستان می‌نویسد: داستان توالی تعدادی از وقایع است. در اینجا باید میان چه (رفتار، ماجرا) و چگونه (کنش) تفاوت

قائل شد. میان آنچه رخ می‌دهد و چگونگی رخ دادن آن. او بر اساس همین دسته‌بندی، چهار عنصر برای ماجرا عنوان می‌کند: اتفاق: عناصر واحد یک روایت؛ واقعه: ترتیب وقایع نگارانه رخداد؛ توالی: ارتباط علی و معلولی وقایع؛ چشم‌انداز ماجرا: چشم‌انداز کلی یک داستان از مجموع ماجرا، که داستان را دارای آغاز، میانه و پایان می‌کند (همان: ۵۰).
از منظر چگونگی، دو عنصر دیگر قابل تشخیص است:

- داستان: وقایع روایت شده به ترتیب بیان، توصیف و ورود به صحنه، ترتیب وقایع نگارانه تاریخی در آن تأثیری ندارد.

- روایت: ارائه داستان متناسب با شیوه و نوع هر زبان، رسانه و فرایند مربوط بدان (همان).

مکی (۱۳۸۳) در کتاب *شناخت عوامل نمایش*، این عوامل را این گونه تقسیم‌بندی می‌کند: ۱. شخص بازی؛ ۲. حرکت؛ ۳. مکالمه؛ ۴. کشمکش؛ ۵. بحران؛ ۶. تعلیق؛ ۷. فاجعه؛ ۸. نتیجه یا فرود.

مطالعه نوع روایت در *گلستان سعدی* (سعدی، ۱۳۷۲: ۲۰-۱۹۳)، نوعی الگوی روایت داستانی را ارائه می‌دهد که با مقتضای حال مخاطب امروز تناسب دارد. حکایات سعدی غالباً کوتاه‌اند و دو تا سه شخصیت در آن‌ها ایفای نقش می‌کنند. پس از مقدمه حکایت که با چند جمله آغاز می‌شود، فضا سازی داستان و شخصیت‌های اصلی شکل می‌گیرند و سپس مکالمه آغاز می‌شود. در همه حجم نمونه، عناصر مربوط به کنش ماجرا وجود دارد. هر حکایت دارای یک اتفاق است. این اتفاق برای شخصیت اصلی داستان رخ می‌دهد که البته شخصیت‌های داستان‌ها با توجه به موضوع داستان متفاوت‌اند.

حکایات سعدی از نظر ساختمان داستان شکل تقریباً هم‌سانی دارند:

- مقدمات و طرح مسئله؛
- مکالمات و حرکات پویا و جهت‌دهنده؛

▪ پایانه، جمع‌بندی و نتیجه.

البته همه حکایت‌ها از نظر واقعه، حرکت، کشمکش و گره‌افکنی یکسان نیستند. برخی بسیار کوتاه‌اند و کشمکش و گره‌گشایی و گره‌افکنی به سبب کوتاهی خیلی سریع شکل می‌گیرد؛ اما در نمونه‌های طولانی‌تر، عوامل نمایش به زیباترین شیوه ساخته‌پرداخته می‌شوند که در ذیل دو نمونه آن ارائه می‌شود:

جدول ۲: عناصر داستان در حکایت ۲۲ باب ۱ گلستان

مقدمه و طرح مسئله گره‌افکنی	یکی را از ملوک، مرضی هایل بود که اعادت ذکر آن ناکردن اولی. طایفه حکمای یونان متفق شدند که مرین درد را دوایی نیست مگر زهره آدمی به چندین صفت موصوف بفرمود طلب کردن.
واقعه کشمکش	دهقان‌پسری یافتند بر آن صورت که حکیمان گفته بودند، پدرش را و مادرش را بخواند و به نعمت بی‌کران خشنود گردانیدند و قاضی فتوا داد که خون یکی از رعیت ریختن، سلامت پادشه را روا باشد.
حرکت تعلیق	جلاد قصد کرد. پسر سر سوی آسمان برآورد و تبسم کرد.
مکالمه کشمکش	ملک پرسیدش که در این حالت چه جای خندیدن است؟ گفت: ناز فرزندان بر پدران و مادران باشد و دعوی پیش قاضی برند و داد از پادشه خواهند. اکنون پدر و مادر به علت حطام دنیا مرا به خون در سپردند و قاضی به کشتن فتوا داد و سلطان مصالح خویش اندر هلاک من همی بیند، به جز خدای عزوجل پناهی نمی‌بینم.
گره‌گشایی	سلطان را دل از این سخن به هم برآمد و آب در دیده بگردانید و گفت: هلاک من اولی‌تر است از خون بی‌گناهی ریختن. سر و چشمش ببوسید و در کنار گرفت و نعمت بی‌اندازه بخشید و آزاد کرد و گویند هم در آن هفته شفا یافت.
نتیجه‌گیری	همچنان در فکر آن بیتم که گفت پیل‌بانی بر لب دریای نیل زیر پایت گر بدانی حال مور همچو حال توست زیر پای پیل

سعدی ساختمان داستان را بسیار استوار پی می‌ریزد و آن را به‌استادی، در تمام حکایت‌ها اجرا می‌کند. از نظر چگونگی، داستان دارای ساختاری منسجم و توالی صحنه‌ها با مهارت و استادی در عین کوتاهی و ایجاز، جان‌دار و تصویری است. سعدی از نظر زبانی، واژگان را دقیق انتخاب می‌کند تا بتواند حرکت را به‌خوبی نشان دهد: «جلاد قصد کرد. پسر سر سوی آسمان برآورد و تبسم کرد.» در این صحنه، سعدی با سه جمله سه برش تصویری ایجاد می‌کند: برش ۱. تصویر چهره جلاد؛ برش ۲. تصویر چهره پسر؛ برش ۳. تبسم پسر و نگاه به سوی آسمان.

این حرکت، تعلیق داستان را به اوج می‌رساند و فرصت ادامه کشمکش را در صحنه بعد که علت مکالمه ملک با پسر می‌شود، فراهم می‌آورد.

آنچه سعدی بر ادامه داستان می‌افزاید، نتیجه‌گیری آن است که در شعر یا بیت یا کلامی نغز می‌آید. سعدی معلم اخلاق است و ادبیات او گونه‌ای از ادبیات تعلیمی است و به همین سبب، هدف او در بیان حکایت، تعلیم است و هم از این روست که در پایان هر حکایت نتیجه‌گیری اخلاقی را می‌آورد.

۵. مقایسه ساختار شیوه داستان‌سرایی در گلستان با داستان‌سرایی رسانه‌ای

۱-۵. عناصر داستان

شیوه داستان‌سرایی در گلستان سعدی با داستان‌سرایی رسانه‌ای از وجوه مختلف قابل مقایسه است. برای روشن شدن موضوع، این مطابقت در چهار عنصر خبر، محیط، شخصیت و حادثه انجام می‌شود که این عناصر در همه داستان‌ها وجود دارند (سلیمانی، ۱۳۷۰: ۱۱۴).

۲-۵. خبر

خبر همان اطلاعاتی است که قرار است خواننده کشف کند یا پس از خواندن داستان از آن‌ها مطلع شود (همان: ۱۱۵). این اطلاعات موضوعاتی هستند که غالباً از

وقایع زندگی روزمره گرفته می‌شوند. در دنیای امروز رسانه‌ها کارکرد اطلاع‌رسانی یا سرگرمی و یا ترکیب آن دو؛ یعنی سرگرمی اطلاع‌رساننده یا اطلاعات سرگرم‌کننده^{۱۶} را دارند و به همین سبب موضوعات آن‌ها از وقایع و اتفاقات زندگی روزمره انتخاب می‌شوند که این موضوعات گاه به زمان حال یا آینده مربوط می‌شوند و گاهی به گذشته بازمی‌گردند. انتخاب موضوع مناسب برای داستان یکی از دغدغه‌های اصلی نویسندگان است و برخی از نویسندگان عقیده دارند که فقط انعکاس حقایق زندگی بشری می‌تواند نام هنر به خود بگیرد. هنر انعکاسی از واقعیت‌های زندگی مردمی است که هنرمند در میان آن‌ها زندگی می‌کند (چخوف، ۱۳۲۹: ۲). مطالعه حکایت‌های گلستان از منظر موضوع همین رویکرد را نشان می‌دهد. در گلستان، انسان با دنیایی سروکار دارد محسوس و واقعی، نه با عالم نگارین و خیال‌آمیز اهل اخلاق که غالباً لمس‌نشده‌ای است و دور از دسترس (یوسفی، ۱۳۵۷: ۲۵۹).

۳-۵. شخصیت

ماهیت یک یا چند نفر از افراد داستان است و شامل اعمال و علل کارهایی است که انجام می‌دهند (سلیمانی، ۱۳۷۰: ۱۱۵). شخصیت‌ها در حکایات گلستان، همه طیف‌های جامعه آن روزگار سعدی هستند. حاکمان و پادشاهان، جوانان و پیران، درویشان و عارفان. مردم از هر طبقه و لباس، سیره‌های گوناگون دارند و در برابر حوادث و مسائل عکس‌العمل‌های متفاوت نشان می‌دهند (همان: ۲۶۱). شخصیت‌های روایت‌های رسانه‌ای غیر از قالب‌های فانتزی، شخصیت‌های زندگی روزمره هستند.

۴-۵. محیط

جهان پیرامون شخصیت یعنی مناظر، فضای داخل خانه، محیط فرهنگی که شخصیت را پرورده و شخصیت در قبال آن واکنش نشان می‌دهد و دیگر چیزهای اطراف وی (سلیمانی، ۱۳۷۰: ۱۱۵). در گلستان، منظره‌ها و اشخاص چنان به‌تمامی توصیف شده‌اند که انسان آن‌ها را در برابر خود می‌یابد. این نگارگری دقیق تنها در

مورد محسوسات نیست، بلکه خلیات و احوال درونی افراد مختلف نیز به خوبی در آن ترسیم شده است. توصیف‌های سعدی در *گلستان* چنان است که خواننده مناظر گوناگون و ریخت و لباس مردمان و طرز رفتار و گفتار آنان را مجسم می‌بیند و اگر حساس تر باشد، خویشتن را در فضای داستان می‌یابد. مثلاً گرمای شدید را بر پوست خود احساس می‌کند وقتی از زبان سعدی می‌خواند: «در تموزی که حرورش دهان بخوشانیدی و سمومش مغز استخوان بجوشانیدی، از ضعف بشریت تاب آفتاب هجیر نیاوردم و التجا به سایه دیواری کردم» (یوسفی، ۱۳۷۶، ۲۷۸-۲۷۹). توصیف محیط و برانگیختن حواس برای درک بهتر حوادث، یکی از مهم‌ترین شگردها در قالب‌های رسانه‌ای، به‌ویژه در قالب مستند گزارشی است. در قالب‌های رسانه‌ای مستند گزارشی، نویسنده باید بتواند توصیفی دقیق از محیط ارائه دهد و به همین سبب شیوه توصیف محیط و فضاسازی داستان در *گلستان* و قالب‌های رسانه‌ای قابل مقایسه است و برای نویسندگان فارسی، *گلستان* الگوی بسیار مناسبی در توصیف به شمار می‌رود.

۵-۵. حوادث

اتفاقات و علل پشت‌سر آن حوادث را شکل می‌دهند (سلیمانی، ۱۳۷۰: ۱۱۵). سعدی در حکایات *گلستان* در نثری روان و کوتاه، اتفاقات و علل آن‌ها را از مقدمه تا کشمکش و بحران و در نهایت گره‌گشایی پی می‌گیرد و این توالی منطقی خواننده حکایت را جذب می‌کند. شیوه داستان‌پردازی رسانه‌ای نیز نیازمند توالی منطقی است تا مخاطب یا کاربر موضوع را دنبال کند و چنانچه نقل حوادث نتواند کشش و جاذبه لازم را ایجاد کند، بی‌گمان رسانه در جذب و حفظ مخاطب موفق نخواهد بود.

۶. ادبیات تعلیمی و قالب‌های رسانه‌ای تعلیمی

۱-۶. ادبیات تعلیمی

تعلیم مصدر باب تفعیل عربی است به معنای آموزش دادن. در اصطلاح، ادبیات تعلیمی

یکی از مهم ترین و قدیمی ترین انواع ادبی است که هدف اصلی آن آموزش است. این اصطلاح از بدو پیدایش به دو معنای خاص و عام به کار رفته و در گذشته معنای خاص آن بیشتر مورد توجه بوده است؛ اما بعدها معنای عام آن اهمیت فوق العاده ای یافته است:

۱-۱-۶. ادبیات تعلیمی در معنای خاص خود، شامل دستورالعمل هایی بوده که به آموزش یک فن یا هنر خاص اختصاص داشته است. قدیمی ترین نمونه از این دست، شعری از هسیود یونانی (قرن هشتم قبل از میلاد) است که تجربه های خود را در کشاورزی به برادر خود می آموزد. ویرژیل شاعر رومی نیز منظومه ای دارد که موضوع آن چگونگی اداره مزرعه و نگهداری از آن است. این نوع ادبیات در زبان فارسی نیز نمونه هایی دارد از جمله *نصاب الصبیان* ابونصر فراهی در لغت، *دانشنامه میسری* در داروشناسی و طب.

۲-۱-۶. در معنای عام به آثاری گفته می شود که موضوع آن مسائل اخلاقی، عرفانی، مذهبی، اجتماعی، پند و اندرز، حکمت و... است.

امروزه وقتی از ادبیات تعلیمی سخن می گویند، منظور ادبیات تعلیمی در معنای عام است. در ادب فارسی معمولاً این اصطلاح را وقتی به کار می برند که قصد و هدف نویسنده آشکارا تعلیم باشد. از این رو در رایج ترین تعریف، ادبیات تعلیمی دانشی است که به تشریح مسائل اخلاقی، فلسفی و ادبی به شکل ادبی می پردازد (شمیسا، ۱۳۷۸: ۲۷). عرصه ادب تعلیمی گسترده است و به جز آثاری که در راستای تعلیم و به خاطر سپردن علوم مختلف مانند صرف و نحو، طب، ریاضیات و... سروده و نوشته می شد، بسیاری از آثار ادبی نیز موضع یا اندیشه ای را به مخاطب انتقال می داد و مخاطب از طریق آن به دیدگاه و اندیشه های اخلاقی و تربیتی دست می یافت (یلمه ها، ۱۳۹۵: ۶۷). ادبیات تعلیمی نوعی هنر میان رشته ای است که در پیوند مستمر و مستقیم با رشته ها و دانش های دیگر قرار دارد. آموزش و یادگیری از طریق ادبیات موجب رضایتمندی یادگیرنده، اثربخشی بیشتر و ماندگاری طولانی تر می شود؛ زیرا عاطفه و شناخت در این گونه آموزش در پیوند با هم قرار

می‌گیرند، آموزش‌ها از طریق دلالت ضمنی شکل غیرمستقیم به خود می‌گیرند و در آن از ابزارهایی برای روایتگری، نمایشی کردن و تصویری کردن استفاده می‌شود (رضی، ۱۳۹۱: ۱۱۷). بی‌گمان آثار سعدی از جمله مهم‌ترین آثار ادبیات تعلیمی به شمار می‌روند. سعدی شیرازی در *بوستان* و *گلستان* با ظرافت و مهارت، مفاهیم حکمی و اخلاقی را در قالب حکایت‌های منظوم و منثور بیان کرده است. در *بوستان*، جهان مطلوب و مدینه فاضله‌ای را که می‌جسته، تصویر کرده است (یوسفی، ۱۳۵۷، ج ۱: ۲۰) و در *گلستان*، دنیای واقعی انسان را با همه معایب و محاسن و با تمام تضادها و تناقض‌هایی که در وجود اوست، تصویر می‌کند (زرین‌کوب، ۱۳۷۸: ۲۴۷).

با پیدایش رسانه‌های مکتوب، شنیداری و دیداری، ادبیات تعلیمی به حوزه رسانه نیز وارد شد و امروزه واژه تعلیم (didactic) با همان مفهوم آموزش به رسانه پیوند خورده است. تعلیم رسانه‌ای^{۱۷} در ذیل تعلیم و تربیت رسانه‌ای^{۱۸} قرار می‌گیرد و گونه‌های مختلف آن توسعه یافته‌اند. گنجانیدن مفهوم تعلیمی در قالب رسانه‌ای در انواع مختلف انجام می‌پذیرد و اصل تعلیم در بسیاری از آثار رسانه‌ای قابل ملاحظه است (Lorenzen, 2012: 165-176). در فیلم‌های سینمایی، غالباً برای این منظور از الگوی روایتی اسطوره‌ای بهره گرفته می‌شود (همان). در برخی از تولیدات رسانه‌ای مانند فیلم‌های کوتاه صرفاً به انتقال پیام اخلاقی بسنده نمی‌شود، بلکه وضعیتی را توصیف می‌کنند تا مخاطب خود بتواند به نتیجه برسد (Streier, 2012: 171). رسانه‌های تعلیمی برای توصیف این وضعیت از روایت داستانی بهره می‌گیرند. داستان رسانه‌ای به گونه‌ای هدفمند مخاطبان را گام‌به‌گام به هدف نزدیک می‌کند و نکته اصلی آن است که مخاطب داستان را بپذیرد و به داستان وابسته شود به گونه‌ای که گویی خودش آن را تجربه می‌کند (Schmidt, 2008: 17). محتواهای پیچیده در قالب داستان باید به گونه‌ای ارائه شوند که برای مخاطبان قابل فهم‌تر باشند (Ulbricht & Tacke, 2015: 2). عنصر جذابیت در داستان رسانه‌ای حتی در رسانه‌های برخط نیز اهمیت دارد و برای ایجاد جذابیت و کشش باید از نظر ساخت و

دراماتورگی به عناصری مانند هدف، طراحی دارماتیک، احساسات، عواطف و خلاقیت توجه داشته باشد (long, 2013: www.https://ragan.com).

رسانه‌ها نیز به مانند ادبیات از قالب‌های تعلیمی مختلفی استفاده می‌کنند که آگهی خدمات عمومی یکی از انواع قالب‌های تعلیمی در رسانه محسوب می‌شود. آگهی خدمات عمومی کارکردهای تبلیغی، آموزشی و اطلاع‌رسانی دارد. این قالب تبلیغی برای خدمات عام‌المنفعه تولید می‌شود و به همین سبب غیرتجاری است و توسعه آموزش، فرهنگ‌سازی و یا تغییر عادات و رفتار را در جامعه پی می‌گیرد (Martinuk et al., 2010: 1050). مقایسه حکایت‌ها و تمثیلات تعلیمی ادب فارسی با قالب رسانه‌ای آگهی خدمات عمومی نشان می‌دهد که از نظر کارکرد، مشابهت‌های بسیاری میان آنان وجود دارد. هر دو آموزش، اطلاع‌رسانی و تعلیم آداب و اخلاق را به جامعه به‌عنوان هدف پی می‌گیرند. از دیگر سو، از نظر ساختار نیز مشابهت فراوانی میان آن‌ها وجود دارد. استفاده از روایت در پیام‌تولیدی، وجه مشترک مهم آن‌هاست.

آگهی خدمات عمومی پس از جنگ جهانی دوم و با توجه به اهمیت آموزش همگانی برای مقابله با مشکلات آن زمان و یا تبلیغ انجام امور عام‌المنفعه شکل گرفت و به سرعت در همه انواع رسانه‌ها توسعه یافت. آگهی خدمات عمومی، قالب رسانه‌ای کوتاه و جذابی است که در کمترین زمان با خلق فضایی دراماتیک در ذهن مخاطب تعلیق ایجاد می‌کند و او را به فکر وامی‌دارد تا از این طریق بتواند تعلیم مورد نظر و ازپیش طراحی شده را در ذهن وی بنشانند (Xiaoli, 2008: 503-528). قالب‌های دیداری و شنیداری این قالب معمولاً بین ۶۰ تا ۹۰ ثانیه زمان دارند. در طراحی این قالب رسانه‌ای، پی‌ریزی داستان و ایجاد تعلیق در ذهن مخاطب مهم‌ترین نقش را داراست. افزون بر روایت دراماتیک، این قالب آموزشی به یک شعار نیاز دارد که غالباً جملاتی پرمعنا و آهنگین هستند. به همین سبب در کنار سایر عناصر رسانه‌ای مانند صدا، تصویر و گرافیک، نوشتن متن در این نوع رسانه‌ای بسیار اهمیت دارد. مطالعه نوع روایت و

شیوه نگارش آهنگین سعدی الگوی روایی مناسبی را برای نگارش متن آگهی خدمات عمومی ارائه می‌دهد. جدول ۳ نمونه‌ای از مقایسه تطبیقی روایت در حکایات گلستان و روایت و عناصر رسانه‌ای در آگهی خدمات عمومی را نشان می‌دهد:

جدول ۳: عناصر روایت رسانه‌ای در حکایت گلستان

متن حکایت	عناصر داستان	قالب رسانه‌ای / روایت رسانه‌ای	عناصر رسانه‌ای
یاد دارم که شبی در کاروانی همه شب رفته بودم و سحر در کنار پیشه‌ای خفته.	مقدمه، فضا سازی حرکت زمان: تمام شب تا صبح مکان: کنار پیشه	مستند گزارشی راوی: گزارشگر تصویربردار	صدای محیط: کاروانیان، زنگ شتران، صدای جیرجیرک
شوریده‌ای که در آن سفر همراه ما بود، نعره‌ای برآورد و راه بیابان گرفت و یک نفس آرام نیافت.	گروه‌افکنی، کشمکش حرکت	شخصیت پردازی	صدای شاهد: فریاد مرد
چون روز شد،	تغییر زمان	فضا سازی، صحنه جدید	عناصر صوتی و بصری برای روز
گفتمش آن چه حالت بود؟ گفت: بلبلان را دیدم که به نالش درآمده بودند، از درخت و کبکان، از کوه و غوکان در آب و بهایم از پیشه.	مکالمه گره‌گشایی	توصیف بازگشت به عقب یعنی به شب	صدای شاهد: مکالمه افکت: صدای بلبل صدای کبک صدای غوک صدای بهایم
اندیشه کردم که مروت نباشد، همه در تسبیح و من به غفلت خفته.	فرود	پیام کوتاه تعلیمی	

بررسی ساختاری و روایی جامعه آماری تحقیق نشان می‌دهد که حکایات گلستان مانند نمونه یادشده، ساختاری تقریباً یکسان و با ویژگی‌های زیر دارند:

- مقدمه: فضا سازی اتفاق؛
- توصیف واقعه با گزینش کلمات مناسب؛
- تصویرگری حوادث با استفاده از واژگان توصیفی مناسب؛
- سرعت در حرکت، با استفاده از جملات کوتاه فعلی؛
- ایجاد تعلیق با استفاده از حرکت و توصیف حالات در نهایت ایجاز؛
- مکالمه کوتاه اما مؤثر با انتخاب دقیق و مناسب کلمات بدون هیچ حشو؛
- پایان بندی مناسب؛
- نتیجه گیری بسیار دقیق و ماندگار در ذهن؛ غالباً در قالب بیت‌های ماندگار؛
- استفاده از سجع به عنوان موسیقی کلام و موسیقی تصاویر؛
- استفاده از انواع عناصر صوتی با توصیف حس شنوایی؛
- تصویرگری با توصیف حس بینایی؛
- استفاده از حس بویایی و لامسه برای قریب به ذهن کردن و تجربه پذیر ساختن روایت.

حکایت فوق و نیز دیگر حکایات نشان می‌دهد که سعدی شیرازی حتی افکت‌ها و صدای محیط برای قالب رسانه‌ای را مشخص ساخته است. زمان و مکان، شخصیت پردازی از عارفی شوریده که بانگ مرغی مدهوشش می‌سازد و حرکت کاروانیان تا مکالمه، همه و همه تصویری جاندار از یک صحنه رسانه‌ای و روایتی است منطبق با قصه و روایت در رسانه‌های امروز. مطالعه روایت در حکایات سعدی و مقایسه آن با روایت‌های رسانه‌ای، نشان می‌دهد که روایت‌های سعدی به‌مانند سبک نثرش سهل ممتنع است؛ یعنی در عین ایجاز با استخدام واژگان مناسب توصیفی،

به تفصیل توصیف می‌کند و شاید یکی از رازهای مهم ماندگاری این نثر و تازه بودن آن تا روزگار حاضر همین خصوصیت باشد. زبان سعدی، زبانی توصیفی، تصویری و شنیداری است. گزینش واژگان مناسب و استفاده از جملات فعلی کوتاه به او کمک می‌کند تا ماجرا را بر مبنای واقعه داستانی و با سازوبرگ علی و معلولی فهم‌پذیر به حرکت درآورد. کشمکش، تعلیق و گره‌افکنی و گره‌گشایی به نهایت ایجاز اما هنرمندانه به کار گرفته می‌شود. حرکت در کنش‌های دراماتیک به گونه‌ای است که گویی چون تصویربرداری ماهر، حالات درونی شخصیت‌ها را در چهره‌هایشان یا در حرکات و سکناتشان به تصویر می‌کشد. حرکت در روایت‌های گلستان بسیار سریع، معنادار و سیال است و خواننده داستانش را به سرعت به صحنه بعد رهنمون می‌سازد. زمان و مکان و تغییر صحنه‌ها با مهارت در قالب جملات فعلی کوتاه به وقوع می‌پیوندد و هم‌اکنون از این روست که خواننده متن شیرین سعدی همراه با آهنگ مسجع او که چون موسیقی در پس‌زمینه تصاویر جاری است، بی‌آنکه بفهمد از صحنه‌ای به صحنه‌ای دیگر و از زمانی به زمان دیگر می‌رسد. گاه روایت او همچون حکایت بازگانی است که می‌خواهد در پایان عمر برای آخرین بار سفر کند: گوگرد پارسی را به چین؛ کاسه چینی را به روم؛ دیبای رومی را به هند؛ فولاد هندی را به حلب و آبگینه حلبی را به یمن و بُرد یمانی را به پارس برد و زان پس ترک تجارت کند و به دکانی بنشیند (باب ۳، حکایت). اما در اقصای غور، از ستور به زیر می‌افتد تا سعدی چنین نتیجه‌گیری کند که چشم تنگ دنیا دوست را یا قناعت پر کند یا خاک گور. سعدی روایت این جهانگردی را به ایجاز با وصف هر منطقه توصیف می‌کند و تصویربردار روایتش سرزمین‌هایی دور را درمی‌نوردد تا طمع بازرگان را به تصویر کشد. گاه رؤیای ملک خراسانی از محمود غزنوی، تصویر را به درون قبری می‌برد که در اسکلت برجای مانده از محمود، فقط دیدگان سلطان را توصیف کند که در چشم‌خانه می‌چرخند و حرکت از قبر به قصر می‌رود تا درویشی چنینش تعبیر کند: هنوز نگران است

که ملکش با دگران است (باب ۱، حکایت ۲). این حرکات‌ها و توالی واقعه داستانی و ترتیب علی و معلولی آن در نهایت ایجاز و کمال توصیف با استفاده از سبک کلام منحصر به فرد سعدی شیرازی است که می‌تواند راویان قصه‌های نمایشی و روایت‌های رسانه‌ای را در روزگار ما به کار آید.

نتیجه‌گیری

مقایسه ساختار داستان در حکایت‌های سعدی با ساختار روایت داستانی در آگهی خدمات عمومی، نشان‌دهنده آن است که سبک نوشتار سعدی و نحوه روایت وی در حکایت، الگویی مناسب برای روایت در قالب‌های رسانه‌ای چه در رسانه‌های سمعی و بصری و چه رسانه‌های نو و چندرسانه‌ای است. الگوی روایتگری سعدی افزون بر دارا بودن همه عناصر روایت رسانه‌ای با پایان‌بندی آهنگین و تعلیمی، نمونه‌ای از روایتی جذاب برای نوشتن متن آگهی خدمات عمومی است. نتایج حاصل از تطبیق قالب حکایت در ادبیات تعلیمی با قالب رسانه‌ای آگهی خدمات عمومی نشان می‌دهد که از این دو از نظر کارکرد و نوع روایت نوشتاری با یکدیگر قابل مقایسه‌اند.

جدول ۴: مشابهت‌های حکایت تعلیمی و آگهی خدمات عمومی



سعدی شیوه‌ای منحصر به فرد دارد. این هنر سعدی است که به سبک ادبیات تعلیمی همواره تلاش می‌کند تا نکته‌ای را بیاموزد. ادبیات تعلیمی هم به سبب محتوای اخلاقی و حکمی و هم به لحاظ نوع روایت کوتاه و درعین حال جذاب از منظر زبانی می‌تواند الگویی مناسب برای نوشتن متون قالب آگهی خدمات عمومی باشد.

پی‌نوشت‌ها

1. PSA(Public Service Announcement)
2. Elaine Bratic
3. Rachel Greenberg
4. Phillis Petersen
5. Improving the Public Service Announcements through standardized pretesting
6. Jessica M. Nolan
7. P. Wesley Schultz
8. Eric S. Knowles
9. Using Public Service Announcements to Change Behavior: No More Money and Oil Down the Drain¹
10. Joseph B. Walther
11. David DeAndrea
12. Jinsuk Kim
13. James C. Anthony
14. The Influence of Online Comments on Perceptions of Antimarijuana Public Service Announcements on YouTube
15. Laidlmair
16. Infitainment
17. mediadidactic
18. media pedagogy

منابع

۱. ابراهیمی، نادر (۱۳۷۷)، *صوفیانه‌ها و عارفانه‌ها*، تهران: حوزه هنری.

۲. چخوف، آنتوان (۱۳۲۹)، *تیفوس*، ترجمه سیمین دانشور، تهران: امیرکبیر.
۳. حاجی علی لو، حسین (۱۳۹۰)، «بررسی ساختاری حکایت‌های گلستان»، *پژوهش‌های نقد ادبی و سبک‌شناسی*، شماره ۳، ۹-۲۶.
۴. رضی، احمد (۱۳۹۱)، «کارکردهای تعلیمی ادبیات فارسی»، *پژوهشنامه ادبیات تعلیمی*، سال چهاردهم، شماره ۱۵، ۹۷-۱۲۰.
۵. زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۷۴)، *بحر در کوزه*، چ ۶، تهران: علمی.
۶. _____ (۱۳۷۸)، *با کاروان حله*، چ ۱۱، تهران: علمی.
۷. سعدی، مصلح‌الدین (۱۳۷۲)، *کلیات*، تصحیح محمدعلی فروغی، تهران: امیرکبیر.
۸. سلیمانی، محسن (۱۳۷۰)، *فن داستان‌نویسی*، تهران: امیرکبیر.
۹. شهبازی محمد، (۱۳۹۴)، *تحلیل ساختار PSA و نقش آن در بازتاب ارزش‌های اجتماعی جامعه ایران*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، استاد راهنما: ویدا همراز، دانشگاه صداوسیما.
۱۰. شمیسا، سیروس (۱۳۷۸)، *کلیات سبک‌شناسی*، چ ۲، تهران: انتشارات فردوس.
۱۱. عبدالحی، منیژه (۱۳۸۷)، «شیوه‌های روایت‌پردازی در گلستان»، *چیستا*، سال بیست‌وپنجم، شماره ۲۴۸-۲۴۹، ۶۲۷-۶۴۶.
۱۲. عالی‌نیا، مریم (۱۳۹۵)، *ضرورت و اهمیت تأثیر آگهی خدمات عمومی و اجتماعی*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، استاد راهنما: فهیمه دانشگر، دانشگاه الزهرا.
۱۳. عرب یوسف‌آبادی، فائزه (۱۳۹۴)، «بررسی تقابل زمان روایی و زمان متن در حکایات گلستان سعدی»، *متن‌پژوهی ادبی*، سال نوزدهم، شماره ۶۶، ۶۵-۹۰.
۱۴. مکی، ابراهیم (۱۳۸۳)، *شناخت عوامل نمایش*، چ ۴، تهران: سروش.
۱۵. میرصادقی، جمال (۱۳۶۷)، *عناصر داستان*، چ ۲، تهران: شفا.

۱۶. یلمه‌ها، احمدرضا (۱۳۹۵)، «بررسی خاستگاه ادبیات تعلیمی منظوم و سیر تطور و تحول آن در ایران»، *ادبیات تعلیمی*، سال هشتم، شماره ۲۹، ۶۱-۹۰.
۱۷. وفایی، عباسعلی، و آقابابایی، سمیه (۱۳۹۲)، «بررسی کارکرد تمثیل در آثار ادبی تعلیمی»، *پژوهشنامه ادبیات تعلیمی*، سال پنجم، شماره ۱۸، ۲۳-۴۶.
۱۸. یوسفی، غلامحسین (۱۳۵۷)، *دیدار با اهل قلم*، چ ۶، تهران: علمی.
۱۹. _____ (۱۳۷۲)، *بوستان سعدی*، چ ۴، تهران: خوارزمی.
20. Bratic, E., Greenberg, R., Ph., Petersen (1981), "HMTS: Improving the quality of public service announcements through standardized pretesting", **Journal of Academy Marketing Science**, (9) 1: 40-51.
21. **DigitalTrend** (2014), "Zukunft mit Radio", LFM.
22. Leidlamair, Karl (2008), *Digital Storytelling*, LFU, Innsbruck.
23. Long Kristin: "10 ways to write content that ranks high in google", <https://www.ragan.com/Main/Articles/d5468c7c-e891-4529-a47f-8aa8af450783.aspx>:
24. Lorenzen, Stefanie, "Religion in Medien – eine Systematisierung didaktischer Materialien", **Gott googeln**, Neukirchener Verlagsgesellschaft mbH, Neukirchen-Vluyn 165-176.
25. Martiniuk, Alexandra l.c., Secco mary, Yake laura, Spechley Kathy a, "Evaluating the effect of a television public service announcement about epilepsy", **Health Education Research**, Volume 25, Issue 6, 1 December 2010, Pages 1050–1060, <https://doi.org/10.1093/her/cyq058>
26. Nolan Jessica M., Schultz P. Wesley, Knowles. Eric S., (2009), "Using Public Service Announcements to Change Behavior: No More Money and Oil Down the Drain", **Journal of Applied Social Psychology**, 39, 5.
27. Schmidt, Siegfried (2008), **Storytelling, Erzählen – Reflexionen im Zeitalter der Digitalisierung**, innsbruck university press.
28. Streier, Eberhard (2012), "Das Wesentliche in Kürze", **Gott googeln**, Neukirchener Verlagsgesellschaft mbH, Neukirchen-Vluyn 171-187.

29. Ulbricht, Stefanie and Tacke, Tim (2015), "Digital Storytelling", **Online Journal des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft**, Universität Salzburg, 5. Ausgabe / März
30. Walther, Joseph b.; De andrea, David; kim, Jinsuk; Anthony, James c. (2010), "The Influence of Online Comments on Perceptions of Antimarijuana Public Service Announcements on YouTube"; **Human Communication Research** 36, 469–492.
31. Xiaoli, Nan (2008), "The Influence of Liking for a Public Service Announcement on Issue Attitude", **Communication Research**, Volume 35, Number 4, 503-528.