

روراستی تعارف‌ها و جنسیت در زبان فارسی: رویکردی شناختی

مریم بردبار

دانشجوی دکتری گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس

ارسلان گلفام^۱

دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس

سحر بهرامی خورشید

استادیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس

حیات عامری

استادیار مرکز پژوهش‌های زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه تربیت مدرس

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۶/۱۸؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۷/۱۰/۲۹

چکیده

این پژوهش به عدم روراستی تعارف‌های زبان فارسی در دو جنس زن و مرد با استفاده از طرحواره‌های فرهنگی به عنوان ابزار تحلیلی می‌پردازد. داده‌های این پژوهش که از بافت‌های گفت‌وگو در تعاملات طبیعی و فیلم‌های ایرانی جمع‌آوری شده، به وسیله روش تحلیل مکالمه بررسی شده است. پژوهش‌گران با به‌کارگیری روش درون‌نگر ۱۵ طرحواره فرهنگی زیربنایی برای تعارف‌های زبان فارسی شناسایی کرده و مدلی ارائه داده‌اند. نظریه زمینه‌ای برای استخراج طرحواره‌ها از پیکره هزار تعامل تعارفی به کار گرفته شده است. بدین منظور تعارف‌هایی که از درون پیکره استخراج و ترانویسی شده است، بررسی شده و تعارف‌هایی که نیروی منظوری و کاربرد مشترک داشتند شناسایی و به عنوان طرحواره‌های فرهنگی خرد طبقه‌بندی شده‌اند. به هر طبقه عنوانی اختصاص داده شده و رمزگذاری اولیه صورت گرفته است. جهت اطمینان از پایایی طبقه‌بندی‌ها از دو ارزیاب دیگر استفاده شده است. سپس مفاهیمی که در فرهنگ ایرانی پایه و اساس این طرحواره‌های خرد تلقی می‌شود شناسایی و به عنوان طرحواره‌های فرهنگی کلان نام‌دهی شده است. هفت طرحواره کلان در این بررسی منظور شده روراستی تعارف‌ها در دو جنس از طریق پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته است. تعارف‌ها و بافت‌های آن‌ها در پرسشنامه آمده و از پاسخگوها خواسته شده میزان روراستی تعارف‌ها را ارزیابی و به آن‌ها امتیاز دهند. تعارف‌ها به تعداد مساوی از گفتگوهای میان مردها و زن‌ها انتخاب شده و با طرحواره‌های زیربنایی مختلف بدون نظم خاصی در پرسشنامه توزیع شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که علی‌رغم باور عموم به روراستی بیشتر مردها در تعارفات در مقایسه با زن‌ها، گرچه روراستی تعارفات زن‌ها به میزان جزئی بیشتر بوده اما تفاوت معناداری بین روراستی دو جنس وجود ندارد. گرچه طرحواره‌های خرد زیربنایی (غیر) روراست‌ترین تعارف‌ها در زن‌ها و مردها متفاوت بوده و بازتابنده تفاوت‌های روان‌شناختی و اجتماعی آنها است، اما طرحواره‌های کلان زیربنایی به تبعیت از شناخت توزیعی، مشترک هست.

واژه‌های کلیدی: روراستی، تعارف، جنسیت، زبان فارسی، رویکرد شناختی

۱- مقدمه

هدف این پژوهش بررسی روراستی تعارف‌ها در دو جنس زن و مرد در زبان فارسی با توجه به طرحواره‌های فرهنگی زیربنایی آنها و ارتباط این طرحواره‌ها با میزان روراستی است؛ بنابراین مفهوم‌سازی‌های فرهنگی زیربنایی در این پژوهش به عنوان ابزار تحلیلی فرهنگی به کار گرفته شده‌اند. در این پژوهش، ما ارتباط بین لایه معنای کاربردشناسی در زبان و لایه طرحواره فرهنگی در مفهوم‌سازی فرهنگی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. به باور بیمن (۱۹۸۶) نظریه‌های زبان‌شناسی کلاسیک قادر به تبیین رفتار کلامی ایرانی‌ها نیستند. از این رو، بررسی تعارف به عنوان یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های ادب در پرتو مدل شناختی فرهنگی ضروری می‌نماید. پژوهش پیش رو که طرحواره‌های فرهنگی زیربنایی تعارف را کاوش می‌کند، خلأ موجود را به خوبی پر می‌کند.

فرضی که در مورد تفاوت روراستی تعارفات بین دو جنس وجود دارد این است که مردها در تعارفاتشان از زن‌ها روراست‌تر هستند. همین‌طور با توجه به مفهوم شناخت توزیعی، انتظار می‌رود که طرحواره‌های کلان زیربنایی روراست‌ترین تعارف‌ها در دو جنس از یک‌سو و غیر روراست‌ترین تعارفات در آنها از سوی دیگر یکی باشد.

۱-۱- شناخت فرهنگی و پیشینه پژوهش

در این بخش مقاله شناخت فرهنگی را به طور خلاصه معرفی کرده و پژوهش‌های مرتبط انجام گرفته روی تعارفات در این چارچوب را از نظر خواهیم گذراند.

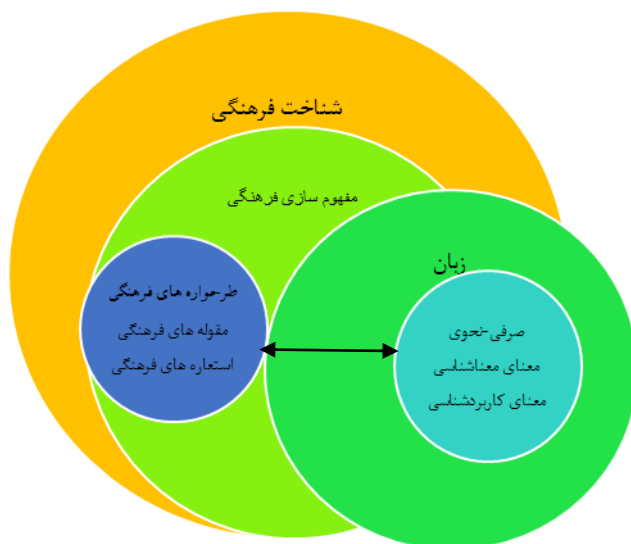
۱-۲- شناخت فرهنگی

ارتباط بین زبان، ذهن و تجربیات فیزیکی و اجتماعی از دیرباز مورد توجه زبان‌شناسان شناختی بوده است. از این دیدگاه، زبان آینه‌ای است که الگوهای اندیشه و ویژگی‌های ذهن انسان را بازمی‌تاباند. از این رو، می‌توان با مطالعه زبان به الگوهای مفهوم‌سازی‌ها و ماهیت اندیشه انسان دست یافت. به بیان دیگر، جنبه‌های مشترک قلمرو زبان و ارتباط آنها با حوزه‌های ذهنی مانند ادراک، مفهوم‌سازی و مفاهیم معنایی از اهداف مهم پژوهش در این رویکرد هستند.

پژوهشگران رویکرد شناخت فرهنگی دیگر همه توجه خود را به آنچه در ذهن تک تک اعضای اجتماع می‌گذرد معطوف نمی‌کنند و اغلب به دنبال بررسی پیامد فرایندهای شناختی در سطح گروهی و کلان هستند. «در پارادایم زبان‌شناسی شناختی، فرهنگ در

وهله اول پدیده‌ای شناختی است که در ذهن افراد جای دارد.» (شریفیان ۱۳۹۱) تنوعات موجود در دانش و مفهوم‌سازی‌های فرهنگی افراد ناشی از توزیع ناهمگن همین شناخت در ذهن افراد گروه است. به اعتقاد هاچینز (۱۹۹۴) شناخت و دانش به صورت انفرادی محدود به تک‌تک اعضای اجتماع نیست، بلکه در ذهن همه افراد و آنچه آنها را احاطه می‌کند به صورت یک کُل وجود دارد.

پژوهش پیش رو مبتنی بر رویکردی شناختی-فرهنگی است. زبان‌شناسی فرهنگی در امتداد پیشرفت‌های تحلیلی و نظری علوم شناختی و مردم‌شناسی به وجود آمده است. به اعتقاد شریفیان (۲۰۱۱) دو جنبه ذاتی شناخت فرهنگی، مفهوم‌سازی فرهنگی و زبان هستند. مفهوم‌سازی‌های فرهنگی اجزاء شناخت فرهنگی مانند طرح‌واره‌ها، مقوله‌ها و استعاره‌ها هستند که یک بعد ادراکی^۱ و یک رمزگذاری زبانی^۲ دارند (شریفیان، ۲۰۰۹).



شکل ۱. رابطه بین شناخت فرهنگی، مفهوم‌سازی فرهنگی و زبان
(برگرفته از شریفیان، ۲۰۱۱: ۴۷۸)

تفاوت طرحواره‌های فرهنگی با دیگر طرحواره‌ها این است که این نوع مفهوم‌سازی در ذهن افراد به صورت انفرادی وجود ندارد بلکه بین گروه‌های فرهنگی مشترک است (گارو، ۲۰۰۰). مفهوم‌سازی‌های فرهنگی شیوه‌هایی هستند که افراد در گروه‌های فرهنگی مختلف جنبه‌های مختلف جهان و تجاربشان را استنباط می‌کنند که شامل دیدگاه افراد از جهان، افکار و احساسات آنها می‌شوند (شریفیان، ۲۰۱۱: ۳). پژوهش‌ها (رایس ۱۹۸۰؛ شور ۱۹۹۶؛ راش ۱۹۷۸) در شناخت اجتماعی به طور گسترده‌ای مفاهیم «طرحواره» و «مقوله» را در توجیه ادراک افراد و پردازش اطلاعات اجتماعی به کار گرفته‌اند. در چارچوب شناخت فرهنگی در این پژوهش هم می‌توان طرحواره‌ها، مقوله‌ها، استعاره‌ها و غیره را مؤلفه‌های شناخت فرهنگی دانست.

مفهوم‌سازی‌های فرهنگی در دو سطح خرد و کلان عمل می‌کنند. سطح اول مربوط به زمانی است که واحد تحلیل، افراد هستند. در سطح دوم گرچه واحد تحلیل گروه هست، ولی همزمان می‌توان افراد را نیز مورد تحلیل قرار داد. مردم در یک جامعه گفتاری معانی ضمنی مکالمات یکدیگر را در پرتو طرحواره‌های فرهنگی و مقوله‌هایی که ویژگی‌های شناخت فرهنگی آن جامعه هستند، درک می‌کنند.

طرحواره فرهنگی به شیوه‌ای ناهمگن در ذهن افراد توزیع می‌گردد؛ یعنی اعضای جامعه از میان طرحواره‌های فرهنگی سطح کلان که در سطح شناخت فرهنگی توسعه یافته است، تنها برخی اجزاء را درونی می‌کنند نه همه را. همچنین گاهی افراد برخی اجزاء یک طرحواره فرهنگی را به طور مشترک دارند.

۱-۳- پیشینه پژوهش

سبزواری و شفیعی (۲۰۱۳)، برخی طرحواره‌های فرهنگی را در مفهوم‌سازی فرهنگی فارسی ترسیم می‌نمایند که در فرهنگ و زبان ایرانی بسیار متداول‌اند و در مکالمات روزمره به کار می‌روند. آنها سه طرحواره فرهنگی «مرام»، «معرفت» و «غیرت» را به واسطه پرسامدتر بودن آنها در مکالمات بررسی نمودند. پژوهش‌گران به توصیف این طرحواره‌ها پرداختند و تأثیر لحاظ آنها را در فراگیری زبان فارسی متذکر شدند. سبزواری و شفیعی در این پژوهش توصیفی تنها به بسط و توضیح مفهوم سه طرحواره فرهنگی مرام، معرفت و غیرت پرداخته و هیچ داده‌ای را مورد بررسی و تحلیل قرار نداده‌اند. آنها از بحث خود این نتیجه را گرفته‌اند که طرحواره‌های فرهنگی از یک

فرهنگ به فرهنگ دیگر به نحوی متفاوت مفهوم‌سازی می‌شوند و این مسئله در مکالمات بین فرهنگی و همچنین آموزش زبان اهمیت دارد.

ایزدی (۲۰۱۶) ادب بیش از حد^۱ را در تعاملات حرفه‌ای زبان فارسی مورد بررسی قرار می‌دهد. با استفاده از روش تحلیل مکالمه و نظریه ادب به عنوان کنش اجتماعی (هاگ ۲۰۱۳، کدر و هاگ ۲۰۱۳) روش‌هایی را که فرا ادب در تعاملات گفتمان حرفه‌ای دانشگاهی به کار می‌رود مورد مطالعه قرار می‌دهد. تشخیص مثبت یا منفی بودن فرا ادب و مکانیسم‌های به‌کارگیری آن هدف این مقاله است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که کنشگران در تعاملات حرفه‌ای، ارزیابی فرا ادب را از طریق کنش‌های اجتماعی که تابع ارزیابی‌های ادب هستند انجام می‌دهند. بعلاوه نشان داده شد که بافت تعاملات حرفه‌ای شامل فرا ادب به وسیله کنش‌های ارزیابانه هر دو طرف تعامل به وجود می‌آیند. ایزدی داده‌هایش را تنها از بافت تعاملات دانشگاهی جمع‌آوری نموده است. او همچنین از طرحواره فرهنگی رودربایستی به عنوان طرحواره‌ای که با تعارف مرتبط است سخن به میان می‌آورد. ایزدی مفهوم تعارف را پاسخ به تحسین در نظر گرفته است؛ اما آن‌گونه که در این پژوهش می‌بینیم، تعارف تنها محدود به پاسخ به تحسین نمی‌شود و طیف گسترده‌ای از مفاهیم شامل شکسته‌نفسی، ارادت، مهمان‌نوازی، تحسین و غیره (به نمودار ۱ رجوع کنید) را در برمی‌گیرد.

بابایی شیشوان و شریفیان (۲۰۱۶) استراتژی‌های امتناع را در دانشجویان ایرانی فراگیر زبان انگلیسی و دانشجویان انگلیسی استرالیایی بررسی می‌نمایند و موارد احتمالی سوءبرداشت‌های بین فرهنگی بین آنها را شناسایی می‌کنند. روش جمع‌آوری داده در این مقاله آزمون تکمیل گفتمان است. نتایج حاکی از این است که در تعاملاتی که مخاطب از قدرت اجتماعی بالایی برخوردار است، هر دو گروه شرکت‌کنندگان از روش‌های غیرمستقیم بیشتری استفاده می‌کنند ولی در به‌کارگیری روش امتناع در افراد با مقام اجتماعی^۲ مساوی عملکرد دانشجویان ایرانی و استرالیایی به نحوی با هم متفاوت است که احتمال سوءبرداشت‌های بین فرهنگی را افزایش می‌دهد. مصاحبه نیز نشان داد که طرحواره‌های فرهنگی «تعارف» و «رودربایستی» به‌شدت روی استراتژی امتناع دانشجویان ایرانی مؤثر است. دو گروه شرکت‌کننده شامل ۲۴ ایرانی و ۲۴ استرالیایی است، ولی تعداد زن و مرد در این گروه‌ها مساوی نیست. به بیان دیگر، زن و مرد از

1. Over-politeness. 2. Social status

توزیع یکسانی برخوردار نبوده و هر دو گروه شامل ۱۸ زن و ۶ مرد است که بی‌تردید این مسئله روی نتیجه تأثیرگذار است.

طیبی و شریفیان (۲۰۱۷) در این پژوهش نقش فرهنگ را به عنوان یکی از عواملی که روی ارزیابی ادب/بی‌ادبی در فارسی تأثیر می‌گذارد از دیدگاه زبان‌شناسی فرهنگی مورد بررسی قرار داده‌اند. در این پژوهش این بحث مطرح می‌شود که زبان‌شناسی فرهنگی و به طور خاص مفهوم طرحواره فرهنگی، می‌تواند چارچوب تحلیلی قدرتمندی برای مطالعه استفاده مؤدبانه/بی‌ادبانانه زبان باشد. در تأیید همین ادعا مثال‌هایی از زبان فارسی مطرح می‌شود که در آنها سخنگویان رفتار غیرمؤدبانانه را در پرتو برخی طرحواره‌های فرهنگی فارسی درک می‌کنند. برای تحلیل داده‌ها روشی سه‌لایه که در آن تحلیل فراگفتمانی^۱ با قوم‌نگاری مفهوم‌سازی‌های فرهنگی ترکیب شده و به اهمیت مفهوم «توزیع ناهمگون» مفهوم‌سازی‌های فرهنگی که در زبان‌شناسی فرهنگی مفهوم بنیادی نظری است و در ارزیابی‌های مختلف سخنگویان از ادب/بی‌ادبی تعیین‌کننده است تأکید دارد، به کار گرفته می‌شود. در پایان، تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که چقدر ابزار تحلیلی طرحواره فرهنگی می‌تواند به بررسی نقش «فرهنگ» در مطالعات ادب کمک کند؛ و آنچه دسترسی و درونی‌سازی مفهوم‌سازی‌های فرهنگی را بین افراد جامعه متفاوت می‌کند این است که شناخت فرهنگی شکلی از شناخت توزیعی است.

۱-۴- پرسش‌های پژوهش

در این پژوهش به پرسش‌های زیر پرداخته می‌شود:

۱. تعارف‌ها چگونه در ذهن فارسی‌زبان مفهوم‌سازی می‌شوند؟
۲. طرحواره‌های فرهنگی زبان فارسی چه ارتباطی با عدم/روراستی تعارف‌ها در دو جنس دارد؟

۱-۵- داده‌ها و روش تحقیق

این پژوهش از روشی بین‌رشته‌ای برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌کند. یکی از روش‌های پژوهش در این مقاله تحلیل مکالمه است. استفاده از نمونه‌های ضبط شده مکالمات رودررو یا تلفنی، تحلیل مکرر و جزئی یک پدیده را در بافت

1. Meta-discourse.

می‌سازد. در این روش می‌توان هم مشخصات گفتاری و هم اجزاء غیرگفتاری را مورد تحلیل و بررسی قرار داد.

بخشی از داده‌های استفاده شده در این پژوهش از سی ساعت فیلم درام خانوادگی فارسی که به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده، جمع‌آوری شده است. در این روش فیلم‌ها از بین فیلم‌های خانوادگی محصول سال‌های ۹۶ و ۹۷ که شناخته‌شده‌تر بودند انتخاب شدند. گویش در اغلب فیلم‌ها استاندارد و انتخاب سن و جنس و وضع اجتماعی تعارف‌کننده و تعارف‌شونده به راحتی صورت می‌گیرد. این حقیقت که فیلم‌ها موضوعات بسیاری را در برمی‌گیرند و نمونه بزرگی از انواع تعاملات هر دو جنس را در دسترس پژوهش‌گر قرار می‌دهند، مزیت دیگر آنها است که منابع دیگر داده، چه طبیعی و چه مصنوعی، توانایی رقابت با آن را پیدا نمی‌کنند. داده‌ها در این پژوهش شامل مکالمات درون مهمانی‌های شام و دورهم‌نشینی‌ها بوده و بخشی از آن در رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها و بخش دیگر در همین بافت‌ها در فیلم‌های درام خانوادگی جمع‌آوری شده است.

پژوهش‌هایی که تاکنون در این زمینه صورت گرفته بر اساس روش‌هایی است که ویژگی‌های ساختاری مانند یافتن کلمات بخصوص، الگوهای کاربردی مختلف، الگوهای تداعی معانی مختلف، یا فراوانی برخی واژه‌ها را بررسی می‌کند (گلیتو ۲۰۰۲؛ یو ۲۰۰۵؛ آروالو ۲۰۱۰)؛ اما مفهوم‌سازی‌های فرهنگی را همیشه نمی‌توان بر اساس ویژگی‌های روساختی گفتمان شناسایی کرد. پژوهش‌گر با استفاده از روش درون‌نگر می‌تواند تفسیرهای گفتمانی اعضای گروه فرهنگی را ارائه دهد. ماهیت پیچیده مفهوم‌سازی‌های فرهنگی زمانی آشکار می‌شود که گفتمان بر اساس شم زبانی چند عضو گروه بررسی شود، چراکه دانش مفهوم‌سازی‌های فرهنگی تا حدی در افراد مختلف متفاوت است.

ابتدا داده‌ها بررسی و تعارف‌هایی که منظور و کاربرد مشترک داشتند شناسایی و به عنوان طرح‌واره‌های فرهنگی طبقه‌بندی شده‌اند. به هر طبقه عنوانی اختصاص داده شده و در حقیقت رمزگذاری اولیه صورت گرفته است. سپس طرح‌واره کلان زیربنایی برای تعارف‌ها شناسایی گشته و نمودار طرح-واره‌های خرد و کلان تعارف ترسیم شده است.

برای بررسی روراستی تعارف‌ها در دو جنس، پرسشنامه‌ای بر اساس داده‌ها طراحی شده است. تعارف‌ها و بافت‌های آنها در پرسشنامه آمده و از پاسخگوها خواسته شد میزان روراستی تعارف‌ها را ارزیابی و به آنها امتیاز دهند. تعارف‌ها به تعداد مساوی از گفتگوهای میان مردها و زنها انتخاب شده است. جنسیت کنشگران در پرسشنامه مشخص نیست و تعارف‌ها با طرحواره‌های زیربنایی مختلف بدون نظم خاصی در پرسشنامه توزیع شده است. سن کنشگران بین ۲۵ تا ۵۵ سال است. دانشی که در ذهن کنشگران وجود دارد، دانش پیشین و درک آنها از موقعیت واقعی تعامل، بخشی از بافت است. پاسخگو، پرسشنامه را بر اساس این دانش پیشین پاسخ گفته است. در مجموع ۳۰ نفر (۱۵ زن و ۱۵ مرد) در مورد میزان روراستی تعارف‌ها به پرسشنامه پاسخ دادند. بیشتر پاسخ‌دهندگان در رده سنی بین ۳۰ تا ۵۰ سال بوده و تحصیلات کارشناسی یا کارشناسی ارشد داشتند.

۲- مدل تعارف و طرحواره‌های فرهنگی زیربنایی آن

طرحواره فرهنگی «تعارف» برای سخنگویان فضایی اجتماعی فراهم می‌کند که سخن گفتن را آسان و روابط اجتماعی را روان می‌سازد و در حقیقت ابزاری رابطه‌ای در اختیار آنها قرار می‌دهد (شریفیان ۲۰۱۲: ۱۱۱). پژوهشگران مختلف مقوله مشابهی از موضوعات را در زمره تعارفات قلمداد می‌کنند. اسلامی راسخ (۲۰۰۵) دعوت‌های تشریفاتی، اجازه ترک مجلس و حفظ وجهه خود به عنوان فردی مهمان‌نواز را جلوه‌هایی از طرحواره تعارف برمی‌شمارد. شریفیان و طیبی (۲۰۱۷) کارگفتهایی مانند «درخواست کردن، پیشنهاد کالا و خدمات، پذیرفتن کالا و خدمات، اصرار بر دعوت» را با این طرحواره فرهنگی مرتبط می‌دانند. نمودار ۳ نشان می‌دهد که این طرحواره تنها محدود به این مفاهیم نیست. بسیاری از طرحواره‌های فرهنگی برای تداعی تعارف در فرهنگ ایرانی درهم‌تنیده شده‌اند.

در این بخش از پژوهش مدلی که به روش درون‌نگر^۱ از بررسی داده‌های پژوهش استخراج و ترسیم شده است ارائه می‌شود. در هر فرهنگی کلماتی که در عمیق‌ترین لایه‌های فرهنگی ریشه دارند، مشکل‌ترین کلمات برای ترجمه هستند و معادل

1. emic

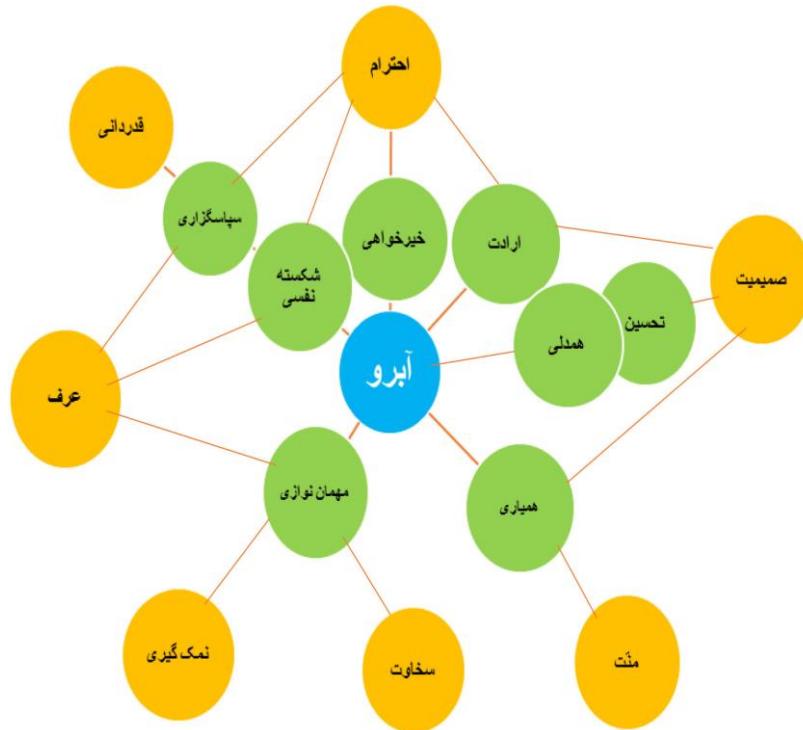
زبان‌شناسی دقیقی برای آنها در زبان‌های دیگر وجود ندارد. این کلمات محصول تعامل بین عوامل محیطی، سیاسی، دینی و تاریخی مختلف هستند. یکی از این کلمات فرهنگ‌ویژه «وجهه» است. بیمن (۱۹۸۶) معتقد است که «حفظ وجهه» اساس رفتار ایرانی‌هاست. وجهه را می‌توان با توجه به تعاریف پژوهشگران مختلف (براون و لوینسن ۱۹۸۷، شریفیان ۲۰۱۱، کوتلاکی ۲۰۰۲) «تصویر یک شخص در نگاه دیگر اعضای جامعه» قلمداد کرد. در نگاه اول، به نظر می‌رسد که «وجهه» و «آبرو» دو عنوان برای یک مفهوم مشابه هستند، اما با نگاهی موشکافانه‌تر به فرهنگ‌ها، تعارض‌ها آشکار می‌شود. می‌توانیم بگوییم که در فرهنگ غربی «وجهه» نزدیک‌ترین مفهوم به طرحواره ایرانی «آبرو» است؛ اما آنها را نمی‌توان به جای یکدیگر به کار برد. شریفیان (۲۰۱۱): (۱۴۱-۱۴۳) آبرو را تحت عنوان مهم‌ترین طرحواره اجتماعی در شناخت فرهنگی ایرانیان مطرح می‌کند. وی معتقد است که آبرو یک طرحواره فرهنگی چندلایه است. در تعریف «وجهه» و مؤلفه‌هایش در فرهنگ غربی، نوعی سود دوسویه مطرح است که در آن هر دو کنشگر سعی در نگهداری از وجهه خود و طرف مقابل دارند؛ اما در فارسی این‌گونه نیست. در بسیاری موارد، مؤلفه‌های مثبت و منفی در موازنه معکوس با یکدیگر قرار دارند.

من با تو نباید بگردم آنقدر پوستت خوبه (خود + ♣، دیگری + ♠)

کمکت نکردیم بپزیم که ... حداقل ... (خود + ♠، دیگری - ♣)

بنابراین بحث فقط بر سر عنوان نیست و از آنجا که قرار است این مفهوم، طرحواره کلان مرکزی باشد که طرحواره‌های خرد تعارف اطراف آن قرار می‌گیرند، به نظر ضروری می‌رسد که همتای فارسی آن، «آبرو»، به جای «وجهه» برگزیده شود. از این‌رو اگر بخواهیم نمودار طرحواره تعارف را برای فرهنگ ایرانی ترسیم کنیم، آبرو در آن طرحواره مرکزی است که طرحواره‌های خرد و کلان اطراف آن قرار می‌گیرند. بین نظریه‌های مختلف ادب با این مدل شباهت‌هایی وجود دارد. اگر بخواهیم اشاره‌ای به انواع ادب لیکاف (۱۹۷۵: ۶۵) داشته باشیم می‌توان گفت احترام، قدردانی و عرف جزو ادب رسمیت^۱ و صمیمیت جزو ادب رفاقت^۲ به شمار می‌آیند. صحراگرد (۲۰۰۳) نیز تعارف را متشکل از پنج جزء «ادب»، «احترام»، «رودربایستی»، «تواضع» و «مهمان‌نوازی» می‌داند.

1. Formality. 2. Camaraderie. Formality.

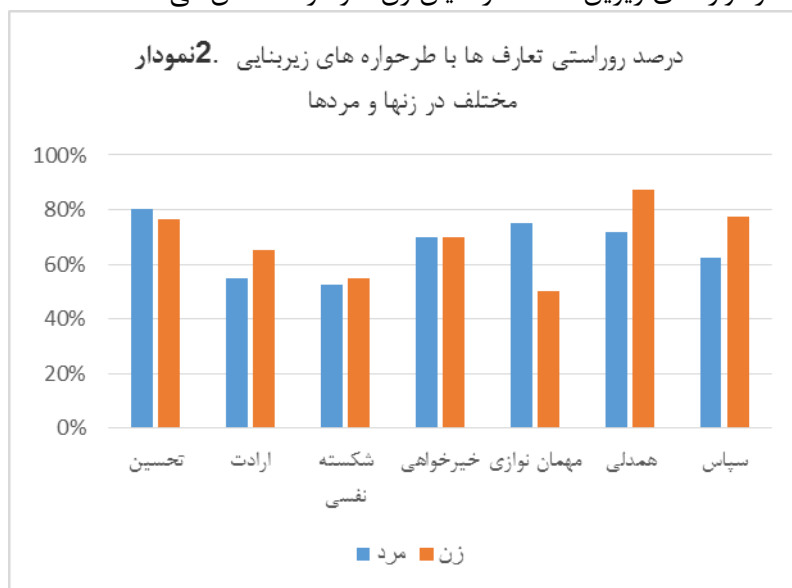


نمودار ۱. تعارف در فارسی و طرحواره‌های فرهنگی زیربنایی آن

با مقایسه این طبقه‌بندی با مدل تعارف در پژوهش حاضر می‌توان دید که گرچه اجزاء خیلی کلی و محدود در نظر گرفته شده اما مشابهت‌هایی هم به چشم می‌خورد. البته در بررسی داده‌ها تعارفی که صرفاً دربرگیرنده طرحواره «رودربایستی» باشد دیده نشد. تعارف‌هایی که در برگیرنده «رودربایستی» بودند با توجه به منظور و مفهوم تعارف به عنوان تعارف‌هایی با طرحواره‌های سپاسگزاری و شکسته‌نفسی طبقه‌بندی شدند. در نمودار ۳ درحالی‌که همه طرحواره‌های خرد در مرکز به مفهوم آبرو مرتبطند هرکدام به یک یا بیش از یک طرحواره کلان نیز گره خورده‌اند. برای تبیین ماهیت منحصربه‌فرد تعارف‌ها در ایران باید رابطه رفتار زبانی و زیربنای تفکر فرهنگی را مورد بررسی قرار دهیم تا به طرحواره‌های فرهنگی زیربنایی زبان دست یابیم. هفت طرحواره کلان زیر، طرحواره‌هایی هستند که طرحواره‌های خرد از آنها نشأت می‌گیرند. در فرهنگ ایرانی، سخنگو به تبع هنجارهای اجتماعی وجهه‌اش را ارتقا می‌بخشد. او این کار را با استفاده از ابزار مختلف طرحواره‌ای به انجام می‌رساند. هر طرحواره کلان یک یا بیش از یک طرحواره خرد را پوشش می‌دهد.

۳- تحلیل داده‌ها

در این بخش نتایج تحلیل داده‌ها در یک نمودار ارائه شده و سپس به بررسی میزان روراستی در تعامل‌های تعارفی از میان داده‌ها می‌پردازیم. نمودار ۲ درصد روراستی تعارف‌ها با طرحواره‌های زیرین مختلف را میان زن‌ها و مردها نشان می‌دهد.



همان‌طور که دیده می‌شود، در مجموع درصد روراستی تعارف‌ها بیشتر از عدم روراستی آنها است و از ۵۰٪ شروع می‌شود. روراست‌ترین تعارف در زن‌ها دارای طرحواره زیربنایی همدلی و غیر روراست‌ترین تعارف‌ها در آنها دارای طرحواره زیربنایی مهمان‌نوازی هستند. از سوی دیگر، روراست‌ترین تعارف در مردها دارای طرحواره زیربنایی تحسین و غیر روراست‌ترین تعارف در مردها دارای طرحواره زیربنایی شکسته‌نفسی است. اکنون به بررسی مثال‌هایی از میان داده‌ها می‌پردازیم و روراستی یا عدم روراستی آنها را مورد تحلیل قرار می‌دهیم. تعارف‌ها با طرحواره‌های زیربنایی مختلف و توسط هر دو جنس زن و مرد گفته شده است. به مثال زیر که گفت‌وگویی بین مهمان و میزبان پس از شام است توجه کنید:

تعارف ۱ مهمان: این روزا دخترا دوتا کلاس درس می‌خونن دانشگاه هم میرن اصلاً نمی‌تونن یه بشقابم بشورن اما ماشالا تو ...
میزبان: ما هم همین‌جوری بودیم. ما هم تا دانشگاه نرفتیم که دست به چیزی نزدیم
مهمان: باشه

در این تعامل تعارفی، ابتدا مهمان میزبان را به خاطر کدبانو بودنش تحسین می‌کند. او از دست‌پخت میزبان لذت برده و از آنجا که می‌داند که او همزمان کار می‌کند، دانشجو است و خانه‌داری هم می‌کند، می‌خواهد روی فعال و باکفایت بودن او تأکید کند. مهمان او را با دخترهای دیگر مقایسه می‌کند و از طریق این استراتژی مقایسه سعی می‌کند بجای اینکه مستقیماً او را تحسین کند و غیر روراست به نظر برسد، به طور غیرمستقیم او را ترفیع دهد؛ بنابراین مهمان بی‌کفایتی دیگر دختران را برجسته می‌کند و از این مقایسه به عنوان شاهدهی بر روراستی مدعای خود استفاده می‌کند. این استراتژی و استراتژی‌های مشابه در بسیاری از موارد تعارف‌ها در داده‌ها به چشم می‌خورد.

در بسیاری موارد سخنگویان فارسی مخاطب خود را به‌طور غیرمستقیم تحسین می‌کنند یا وقتی ضروری به نظر می‌رسد اصلاً تحسین نمی‌کنند. این اعتقاد در فرهنگ ایرانی وجود دارد که وقتی شما شخصی را برای ویژگی مثبتش، سلامتی‌اش، ثروتش و غیره تحسین می‌کنید، این امکان وجود دارد که او به‌واسطه چشم‌زخم صدمه ببیند یا چیزی را از دست بدهد. گفته می‌شود که استفاده از اصطلاح «ماشالله» این تأثیر را خنثی می‌کند. با این وجود، سخنگویان با وجود اینکه از این اصطلاح استفاده می‌کنند به عنوان روشی پیشگیرانه از تحسین مستقیم اجتناب می‌کنند. امروزه بسیاری افراد به این مسئله اعتقادی ندارند، اما بیشتر افراد مذهبی با ارجاع به اینکه «چشم زدن» در قرآن هم ذکر شده است، روی حقیقت و مستند بودن آن تأکید دارند. جالب است که حتی افرادی که به این مسئله اعتقادی ندارند، اما در تعریف‌هایشان از «ماشالله» استفاده می‌کنند. علت روشن است. شاید مخاطب به این مسئله اعتقاد داشته باشد.

در تعامل تعارفی ۱ میزبان که متوجه قصد مهمان برای تحسین و تمجیدش می‌شود، از طرحواره شکسته‌نفسی استفاده می‌کند و تعریف را رد می‌کند. او با استفاده از این طرحواره سعی می‌کند خود را پایین آورده و بگوید آن قدر که مهمان تصور می‌کند خاص نیست. سپس مهمان با گفتن «باشه» با آهنگ افتان که معنایش «این فرق می‌کند» است روی تعریفش پافشاری می‌کند، اما اصرارش را توجیه نمی‌کند یعنی می‌خواهد گفتگو را پایان دهد. در بیشتر داده‌ها، مانند این مثال، طرحواره زیربنایی تعارف به وسیله پاسخ کنشگر به تعارف قابل تشخیص است. تعارف‌هایی مانند این که در آن مخاطب از استراتژی‌هایی مانند رد، نادیده گرفتن و غیره استفاده می‌کند که درک او از نیروی منظوری سخنگو را به عنوان تعریف نشان می‌دهد، تحت عنوان طرحواره

«تحسین» طبقه‌بندی می‌شوند. به گفتگوی زیر که در آن مهمان و میزبان که دو دوست هستند در حال تعارف کردن سر میز غذا هستند توجه کنید:

تعامل تعارفی ۲ مهمان: عالی بود.
میزبان: نخوردی!
مهمان: من دو برابر تو خوردم که روزه بودی.
میزبان: پس چرا همش مونده؟
مهمان: به خاطر اینکه زیاد درست کردی.

ابتدا مهمان سعی می‌کند با یک تحسین از میزبان سپاسگزاری کند. میزبان تحسین را با گفتن « [اگر خوب بود پس چرا زیاد] نخوردی؟ » رد می‌کند. مهمان اصرار می‌کند که زیاد غذا خورده است؛ اما میزبان هنوز سعی می‌کند اصرار کند که مهمان به اندازه کافی غذا نخورده بنابراین غذا خیلی خوب نبوده است. بر حسب «مهمان‌نوازی» او از این روش برای ترغیب مهمان به خوردن غذا استفاده می‌کند؛ بنابراین او با روراستی در تلاش است اجازه ندهد مهمانش میز را گرسنه ترک کند.

در این تعامل می‌بینیم که کنشگران کاملاً غیررسمی و بدون رعایت نشانگرهای فراگفتمانی تعارف می‌کنند. شاید برای یک سخنگوی فرهنگ غربی توهین‌آمیز باشد که او را این‌گونه مورد بازخواست قرار دهیم و اصرار کنیم که در مورد سیر بودنش دروغ می‌گوید. با این وجود، در فرهنگ فارسی این‌گونه تعارف‌ها گریزناپذیر است. در غیر این صورت، یا مهمان میز را گرسنه ترک می‌کند و یا به خاطر بی‌تفاوتی میزبان آزرده می‌شود. در گفتگوی زیر مهمان و میزبان با استفاده از طرحواره «شکسته‌نفسی» با هم تعارف می‌کنند:

تعامل تعارفی ۳ میزبان: خاله، گرچه ته‌دیگ نیست خیلی ولی...
مهمان: نه. دستت درد نکنه. غذاهای مریم که هر چی بخوری سیر نمیشی.
میزبان: نوش جون.

در فرهنگ فارسی همیشه انتظار می‌رود فروتنی سخنگو رد شود. میزبان سعی می‌کند به مهمان غذا تعارف کند در حالی که این چیزی بیش از تعارف است. او با به کارگیری این طرحواره، سعی می‌کند وجهه منفی مهمان را کاهش داده و پذیرش تعارف را برای او راحت‌تر کند. به نظر می‌رسد که استراتژی جواب می‌دهد و مهمان در حالی که تعارف را می‌پذیرد همان‌طور که از او انتظار می‌رود، فروتنی میزبان را رد می‌کند. میزبان با استفاده از این تعارف با طرحواره زیربنایی «شکسته‌نفسی دروغین» نهایت تلاشش را برای متقاعد کردن مهمان به کنار گذاشتن رودربایستی و خوردن

ته‌دیگ می‌کند. گرچه ماهیت شکسته‌نفسی دروغین همان‌طور که از نامش پیداست، با روراستی همراه نیست و هدفش برانگیختن تحسین مخاطب است، اما اینجا میزبان از این طرحواره برای منظور دیگری استفاده می‌کند و هدفش ترغیب مهمان به خوردن بدون کاهش وجهه است؛ بنابراین می‌توان آن را روراست ارزیابی کرد. مهمان همچنین پاسخش را با طرحواره «تحسین» غیرمستقیم برای جبران کاهش وجهه مثبت میزبان همراه می‌کند. تعامل تعارفی زیر بین مهمان و میزبان هنگام خداحافظی مهمان ردوبدل می‌شود.

تعامل تعارفی ۴	میزبان:	تشریف داشته باشین
	مهمان:	مرسی دستتون درد نکنه.
	میزبان:	تشریف داشتین.
	مهمان:	دیگه خسته شدین.
	میزبان:	نه هیچ کاری نکردیم.

این تعارف کاملاً تشریفاتی است و آن‌گونه که در داده‌ها دیده می‌شود، معمولاً اگر میزبان واقعاً بخواهد مهمان بماند از سؤال همراه با تعجب یا ابراز دلایلی برای آمادگی خود سعی می‌کند مهمان را متقاعد به ماندن کند. مثلاً: «به این زودی؟! مواد کباب گذاشتم بیرون، بمونین دور هم خوش می‌گذره.» در واقع اگر میزبان در زبان فارسی این جمله یا مشابه آن را هنگام ترک مهمان نگوید، در بیشتر موارد مهمان آزرده می‌شود و این حس به او القا می‌شود که از جانب میزبان پذیرفته نبوده است؛ بنابراین می‌توان غیر روراست بودن تعارف را در تعامل تعارفی ۵ به روشنی دید.

در پاسخ مهمان ابتدا تشکر می‌کند و بار دوم با استفاده از طرحواره «همدلی» دلیل رفتن خود را خسته شدن میزبان مطرح می‌کند. با این جمله او هم‌زمان دوباره غیرمستقیم از میزبان تشکر می‌کند. میزبان در پاسخ با به‌کارگیری طرحواره «شکسته‌نفسی» مهمان‌نوازی خود را بی‌مایه در نظر می‌گیرد و تعارف مهمان را رد می‌کند. در پایان مهمانی و هنگامی که مهمان تصمیم به ترک منزل میزبان می‌گیرد این گفتگو ردوبدل می‌شود.

تعامل تعارفی ۵	میزبان:	من مهمون‌نوازیم سر صفره.
	مهمان:	نه همه چیز عالی بود.

در پایان مهمانی، میزبان که خود خیلی اهل تعارف است و انتظار تأیید و تشکر دارد، با گفتن این جمله و با نشان دادن فروتنی و شکسته‌نفسی خود مهمان را ترغیب به تشکر و تحسین خود می‌کند. او که طی دو روز گذشته که مهمان در منزلش بوده همه

تلاشش را کرده با گفتن این جمله که هیچ ضرورتی هم ندارد خلاف واقعیت را به زبان می‌آورد. این راهبرد که شکسته‌نفسی دروغین^۱ نام دارد، از غیر روراست‌ترین تعارفاست.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش سعی بر این بود که مقایسه‌ای جنسیتی از روراستی تعارف‌ها در زبان فارسی صورت گیرد و طرحواره‌های خرد و کلانی که زیربنای روراست‌ترین و غیر روراست‌ترین تعارفات در دو جنس زن و مرد هستند شناسایی و تبیین گردند. ارزیابی پرسشنامه‌ها نشان داد امتیازی که پاسخگوها به روراستی تعارف‌ها دادند (۳۶٪) بیش از امتیازی بود که برای غیر روراستی آنها در نظر گرفتند (۲۹٪)؛ بنابراین توافق عام وجود دارد که تعارف‌ها در زبان فارسی بیشتر روراست تلقی می‌شوند تا غیر روراست.

امتیازهای پاسخگوها به میزان روراستی تعارف‌ها همچنین نشان داد که بر خلاف باور عموم تفاوت معناداری بین روراستی تعارف‌ها در دو جنس زن و مرد وجود ندارد و درصد روراستی در زن‌ها ۶۸٪ و در مردها ۶۶٪ است. از میان داده‌ها، روراست‌ترین تعارف مربوط به زن‌ها و از ۳ تعارفی که امتیاز یکسانی در عدم روراستی کسب کردند هم ۲ تعارف مربوط به زن‌ها بود. این مسئله نشان می‌دهد که دامنه روراستی تعارف‌ها در زن‌ها گسترده‌تر از مردهاست. طرحواره‌های زیربنای روراست‌ترین تعارف‌ها در زن‌ها و مردها به ترتیب همدلی و تحسین و طرحواره‌های زیربنایی غیر روراست‌ترین تعارف‌ها در آنها به ترتیب مهمان‌نوازی و شکسته‌نفسی است؛ بنابراین، در تأیید فرضیه پژوهش می‌بینیم که روراست‌ترین تعارف‌ها در هر دو جنس زن و مرد دارای طرحواره زیربنایی کلان صمیمیت و غیر روراست‌ترین تعارف‌ها در دو جنس دارای طرحواره زیربنایی کلان عرف است.

تحلیل داده‌ها در این پژوهش نشان داد که طرحواره فرهنگی در مقایسه با ابزار نظری زبان‌شناسی کلاسیک می‌تواند به عنوان ابزار تحلیلی کارآمدی برای ارزیابی تأثیر فرهنگ و جنسیت روی پژوهش‌های مختلف و به طور خاص مطالعه ادب، مانند پژوهش حاضر، مورد استفاده قرار گیرد. در حالی که مفهوم شناخت توزیعی هاچینز (۱۹۹۴) (رجوع شود به بخش ۲_۱ ۴) تفاوت‌های موجود در درک اعضای جامعه و درونی‌سازی

1. Pseudo-shekastehnafsi.

طرحواره‌های خرد را که پویاترند از سوی آنها توجیه می‌کند، طرحواره‌های کلان پایدارترند و نادیده گرفتن برخی مفهوم‌سازی‌ها و ارزش‌های فرهنگی از سوی اکثریت گروه فرهنگی مشکل است.

منابع

- حسینی، سیدمحمد؛ آقاگل‌زاده، فردوس؛ کامبوزیا، عالییه؛ گلفام؛ ارسلان (۱۳۹۶). «رو» و «آبرو» دو روی مفهوم وجهه در فرهنگ ایرانی: پژوهشی قوم‌نگارانه در کاربردشناسی زبان. *جستارهای زبانی*. ۴۱: ۲۱۵-۲۴۶.
- فرهادی، مرتضی (۱۳۸۸). «بازتاب آموزه‌های دینی در فرهنگ ایرانی و بنیادهای دگریار ناهم‌تراز». *فصلنامه علوم اجتماعی* ۴۶: ۱-۳۹.
- Afghari, A. and Karimnia, A. 2007. "A contrastive study of four cultural differences in everyday conversation between English and Persian". *Intercultural Communication Studies*. 1, 243-250.
- Babai-Shishavan, H. & Sharifian, F. 2016. "The refusal speech act in a cross-cultural perspective: a study of Iranian English-language learners and Anglo-Australian speakers". *Language and Communication*, 47, 75-88.
- Beeman, W. 1986. *Language, Status, and Power in Iran*. Bloomington: Indiana University Press.
- Bourdieu, P. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: polity press.
- Brown, P. & Levinson, S. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eslami Rasekh, Z. 2005. "Invitations in Persian and English: Ostensible or Genuine?" *Intercultural Pragmatics* 2(4): 453-80.
- Færhædi, Morteza, 2006. "Bæztæbe æmøzehhæie di:ni: dær færhænge i:ræni væ boniædhæie degæriære næhæmtææz". *Fæslnæmeie Olu:me edættemæi:*. 46: 1-39. [In Persian].
- Garro, L.C. 2000. "Remembering what one knows and the construction of the past: A comparison of Cultural Consensus Theory and Cultural Schema Theory". *Ethos*, 28.3, 275-319.
- Goffman, E. 1967. *Interaction Ritual. Essays on Face-to-face Behavior*. New York: Pantheon Books.
- Golato, A. 2002. "German compliment response". *Journal of Pragmatics*, 34, 547-571.
- Golato, A. 2005. *Compliments and Compliment Responses: Grammatical Structure and Sequential Organization* (Studies in Discourse and Grammar 15). John Benjamins, Amsterdam.
- Hoseini, Seied Mohammad; æqagolædeh, Ferdows; Kæmbuzia, ælieh; Gølfæ:m, ærsælan. 2017. "Ru:" væ "æberu:" do ru:ie mæfhu:me vedætthe

- dær færhænge i:ranɪ Pæʒuʰeʃɪ Qomnega:ra:ne dær kʌrbordʃenʌsɪe zæbʌn. 41: 215-246. [In Persian].
- Hutchins, E. 1994. *Cognition in the Wild*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Ide, S. 1989. "Formal forms and discernment: Two neglected aspects of linguistic politeness". *Multilingua*, 8, 223-248.
- Izadi, A. 2016. "Over-politeness in Persian professional interactions". *Journal of Pragmatics*, 102, 13-23.
- Koutlaki, S. 2018. "Ta'arof va nezame adab dar farhange Irani [Ta'arof and politeness system in Iranian culture]". *Journal of Iranology Studies*, 4: 65-88.
- Koutlaki, S. A. 2002. "Offers and expressions of thanks as face enhancing act: Ta'arof in Persian". *Journal of Pragmatics*, 34, 1733-1756.
- Lakoff, R. 1975. *Language and Woman's Place*. New York: Harper & Row.
- Maiz-Arevalo, C. 2012. "Was that a compliment? Implicit compliments in English and Spanish". *Journal of Pragmatics*, 44, 980-996.
- Rice, E. 1980. On cultural schemata. *American Ethnologist* 7: 152-171.
- Rosch, E. 1978. Principles of categorization. In *Cognition and Categorization*, Eleanor Rosch, and Barbara B. Lloyd (eds.), 27-48. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Sabzevari, A., Shafiee, S. 2013. "Cultural conceptualizations in Persian language: Implications for L2 learning". *International Journal of Foreign Language Teaching and Research*, 2(4), 57-62.
- Sahragard, R. 2003. "A cultural script analysis of a politeness feature in Persian". Paper presented at the 8th Pan-Pacific Association of Applied Linguistics, Japan.
- Sharifian, F. & Tayebi, T. 2017. "Perception of (im)politeness and the underlying cultural conceptualizations: A study of Persian". *Pragmatics and Society*, 8:2 (2017), 231-235.
- Sharifian, F. 2009. "On collective cognition and language" in H. Pishwa (ed.) *Language and social cognition*. Berlin/ New York: Mouton de Gruyter.
- Sharifian, F. 2011. *Cultural Conceptualisations and Language: Theoretical Framework and Applications*. John Benjamins, Amsterdam; Philadelphia.
- Sharifian, F. 2012. "Linguistic theory and cultural conceptualizations". *Journal of Language, Culture, and Translation (LCT)*, 1(3), 93-110.
- Shore, B. 1996. *Culture in Mind: Cognition, Culture, and the Problem of Meaning*. Oxford: Oxford University Press.
- Yu, M. Ch. 2005. "Sociolinguistic competence in the complimenting act of native Chinese and American English speakers: a mirror of cultural value". *Language and speech*, 48(1), 91-119.

