





## A Socio-Semiotic Approach to Small World Phenomenon in Urban Linguistic Landscapes; A Case Study of Tehran

Ali Reza Gholi Famian  

1. Corresponding Author, Associate Professor of Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: [famianali@pnu.ac.ir](mailto:famianali@pnu.ac.ir).

### Article Info

**Article Type:**  
Research Article

### Article History:

**Received:**  
1, January, 2024

**In Revised Form:**  
20, June, 2024

**Accepted:**  
21, July, 2024

**Published Online:**  
20, August, 2024

### Abstract

In the 1960s, Stanley Milgram conducted an experiment that later became established as Small World Phenomenon. According to this theory, there are on average up to six links between any two people anywhere in the world. To date, this theory has been used to analyze different networks and it is also believed that the emergence of social networks such as Facebook has been the result of the implementation of this theory. This study is based on the assumption that in language, which is basically a network of signifiers and signified, it is possible to observe traces of the Small World Phenomenon. To evaluate this hypothesis, a framework of language has been chosen which is known as linguistic landscape in sociolinguistics. The linguistic landscape refers to an area of the public space where linguistic elements can be seen on billboards, boards with various advertising and urban guidance functions, and the like. All linguistic signs in Vanak Square and 100 meters of the streets connected to the square were photographed and collected as research data. It was revealed that two factors, i.e. multilingualism and networking motivate and strengthen the Small World Phenomenon in linguistic landscapes. According to the findings, there is a non-Persian word or phrase in 39% of signs, especially in English. This relatively high rate of English in Vanak Square might have various reasons and consequences, but undoubtedly one consequence is that citizens and tourists feel they are in a global city, and thereby the Small World Phenomenon is induced in their minds. Networking tends to be a keyword in this theory. By reviewing the data, the researcher found that the linguistic signs of Vanak Square are connected with objective or abstract phenomena near and far by means of two types of references. In 'spatial' reference, a linguistic sign (such as 'Kurdistan') in the first layer refers the viewer to a highway in Tehran, but in an inner layer, reminds him of the province of 'Kurdistan', far from Tehran. Through 'institutional' referral, a link is established between a person or a small institution with a higher and typically larger institution. The caption 'Ministry of Education, District 3, Tehran' above the name of a school is a familiar example of institutional reference. The evaluation of the data by occupational categories shows that in some occupations, the use of non-Persian linguistic signs as well as spatial and institutional references are more common.

**Keywords:** Linguistic Landscape, Small World Phenomenon, Multilingualism, Networking, Tehran.

Cite this The Author(s): Reza Gholi Famian, A.,(2024): A Socio-Semiotic Approach to Small World Phenomenon in Urban Linguistic Landscapes; A Case Study of Tehran, Journal of Language Researches, No. 1, Vol.15 , Serial No. 26, Spring & Summer- (123-145)- DOI: [10.22059/jolr.2024.370301.666872](https://doi.org/10.22059/jolr.2024.370301.666872).



Publisher: University of Tehran Press.

## 1. Introduction

The contemporary understanding of the world by humans is fundamentally different from that of our ancestors. In the past, the universe was viewed as vast and limitless, but today it is seen small and interconnected. This shift in perspective has been largely influenced by advancement in transportation infrastructure and communication technology. However, it is important to recognize the theoretical origins and social implications of this change. Concepts such as globalization, the global village, and cosmopolitan citizenship refer to mental ideas rather than just physical tools and facilities. Globalization has many roots, dimensions, and consequences. In this study, we will focus on a concept known as 'small world phenomenon' to outline our theoretical framework.

## 2. Theoretical framework: 'small world phenomenon'

The idea of a small world was first introduced by Hungarian storyteller Karinty in 1929, and later, Stanley Milgram conducted an experiment known as the 'small world phenomenon'. In his experiment, Milgram first chose people in the cities of the state of Kansas in the US as starting points and an ordinary citizen in the city of Boston in the state of Massachusetts as the destination. The distance between these two points in the US was more than 2000 km. Next, letters were sent to select individuals in Kansas. In these letters, while explaining the research, general information about a person in Boston was provided. The selected person was asked if they knew the person in Boston or not. If the answer was yes, a letter would be sent directly to the person in Boston. If not, the recipient was asked to send the letter to someone who might know the the Bostonian citizen. Inside the initial letter packages, there were envelopes and stamps that could be used to trace the route of sending the next envelopes. Some letters reached their destination through two contacts, and in some cases, the number of contacts was up to ten people. The average number of contacts was between five and a half to six leading Milgram to conclude that the citizens of the United States are connected through an average of six people. In other words, people in this country are separated by an average of six people. Just this last interpretation caused the small world experiment or phenomenon to be known by the term "six degrees of separation."

Reflecting on the phenomenon of the small world, a primary question is raised: Is it possible to observe traces of small world phenomenon in natural language which is essentially a system or network of signifiers and signifieds? Language has many dimensions and sub-systems, and therefore we must focus on a specific form of language. In this research, the author has chosen a form of natural language which is known as linguistic landscape in sociolinguistics. The linguistic landscape is a part of our environment, especially in the public spaces of cities, where written language forms are displayed. Small and large signs in business centers, advertising billboards, guild signs, street names and traffic signs, graffiti and autographs are examples of signs that make up the linguistic landscape. In studies related to this field of research, any visible unit that has physical integrity is called a linguistic sign.

## 3. Methodology

In this study, Tehran has been chosen to investigate the reflection of the small world phenomenon in linguistic perspectives. This metropolis, which is the capital and economic and cultural center of the country, with a population of about 9 million people and thousands of domestic and foreign visitors and tourists, has the capacity to reflect globalization more than any other city in Iran. In the present study, Vanak Square was chosen as the research area. This square is considered an important point in terms of intra-city communication. With entrance and exit routes leading to this square, numerous taxi and bus stations, shopping centers, large and small restaurants, parks, hospitals, doctors' buildings, banks, administrative centers, high-rise

buildings and nearby residential complexes as centers and social nodes, Vanak Square is considered a large and multi-purpose social node. In this research, all linguistic signs of Tehran's Vanak Square and the streets connected to the square within 100 meters were photographed and all existing signs were collected as research data.

#### **4. Discussion**

Upon examining the signs, it was found that the two factors of multilingualism and networking contribute to and reinforce the small world phenomenon in the linguistic landscape. According to the findings, there is a non-Persian word or phrase in 39% of signs, especially in English. This relatively high rate of English in Vanak might have various reasons and consequences, but undoubtedly one consequence is that citizens and tourists feel they are in a global city, and thereby the Small World Phenomenon is induced in their minds. Networking tends to be a keyword in this theory. By reviewing the data, the researcher found that the linguistic signs of Vanak square are connected with objective or abstract phenomena near and far by means of two types of references. In 'spatial' reference, a linguistic sign (such as 'Kurdistan') in the first layer refers the viewer to a highway in Tehran, but in an inner layer, reminds him of the province of 'Kurdistan', far from Tehran. By 'institutional' referral, a link is established between a person or a small institution with an higher and typically larger institution. The caption 'Ministry of Education, District 3, Tehran' above the name of a school is a familiar example of institutional reference. The evaluation of the data by occupational categories shows that in some occupations, the use of non-Persian linguistic signs and also spatial and institutional references are more common.



## رویکردی اجتماعی - نشانه‌شناختی به پدیده جهان کوچک در چشم‌اندازهای زبانی شهری؛

### مطالعه موردی تهران\*

علی‌رضاقلی فامیان<sup>۱</sup> ✉

[famianali@pnu.ac.ir](mailto:famianali@pnu.ac.ir)

۱. نویسنده مسئول، دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه:

#### چکیده

#### اطلاعات مقاله

در دهه ۱۹۶۰ استنلی میلگرام آزمایشی را انجام داد که بعدها با عنوان نظریه یا پدیده جهان کوچک مطرح و تثبیت شد. بر اساس این نظریه بین هر دو فرد در هر نقطه از جهان به طور متوسط حداکثر شش رابط یا حلقه وجود دارد. تاکنون از این نظریه برای توصیف و تحلیل شبکه‌های مختلف بهره برده‌اند و حتی عده‌ای پیدایش و گسترش شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک را نتیجه بسط و پیاده‌سازی این نظریه می‌دانند. پژوهش حاضر بر این فرض اولیه استوار است که در زبان نیز که نظام یا شبکه‌ای از دال‌ها و مدلول‌هاست احتمالاً بتوان جلوه‌هایی از پدیده جهان کوچک را ردیابی کرد. برای ارزیابی این فرضیه، قالبی از زبان طبیعی انتخاب شد که در زبان‌شناسی اجتماعی با عنوان چشم‌انداز زبانی شناخته می‌شود. چشم‌انداز زبانی بُرش‌ی از فضای عمومی است که در آن می‌توان عناصر زبانی را بر روی بیلبردها، تابلوها یا کارکردهای مختلف تبلیغاتی و هدایت شهری، اطلاعیه‌های کوچک و بزرگ و نظایر آن مشاهده کرد. در این پژوهش تمام نشانه‌های زبانی میدان ونک تهران و یکصد متر از خیابان‌های متصل به میدان به عنوان داده تحقیق عکس‌برداری و گردآوری شد. با بررسی نشانه‌ها مشخص شد که دو عامل چندزبانی و شبکه‌سازی باعث القاء و تقویت پدیده جهان کوچک در چشم‌انداز زبانی می‌شوند. مطابق با یافته‌ها، در ۳۹ درصد از نشانه‌ها واژه یا عبارتی غیرفارسی - به ویژه از زبان انگلیسی - وجود دارد. این حجم از عناصر انگلیسی در فضای عمومی میدان ونک دلایل و پیامدهای گوناگونی دارد، اما بی‌تردید یکی از پیامدهای آن، تقویت احساس جهانی بودن و به تعبیری القاء پدیده جهان کوچک به شهروندان و گردشگران است. یکی از کلیدواژه‌های نظریه جهان کوچک، شبکه‌سازی است. محقق با مرور داده‌ها دریافت که نشانه‌های زبانی میدان ونک به واسطه دو نوع ارجاع با پدیده‌های عینی یا انتزاعی دور و نزدیک پیوند برقرار می‌کنند. در ارجاع مکانی، یک نشانه زبانی (مانند تابلوی «کردستان») در لایه اول بیننده را به سمت یک بزرگراه ارجاع می‌دهد و در لایه‌ای درونی‌تر، استان «کردستان» را به او یادآوری می‌کند. در ارجاع نهادی نیز، میان یک فرد یا موسسه‌ای کوچک با یک نهاد فرادستی پیوند برقرار می‌شود. درج عبارت آموزش و پرورش منطقه ۳ تهران در بالای نام یک مدرسه، نمونه‌ای آشنا از ارجاع نهادی به شمار می‌آید. ارزیابی داده‌ها به تفکیک رده‌های شغلی و صنفی نشان داد که در برخی مشاغل استفاده از نشانه‌های زبانی غیرفارسی و نیز ارجاع مکانی و نهادی رایج‌تر است.

#### نوع مقاله:

علمی - پژوهشی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۱۰/۰۸

#### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۳/۳۱

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۴/۳۱

#### تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۰۵/۳۰

چشم‌انداز زبانی، پدیده جهان کوچک، چندزبانی، شبکه‌سازی، تهران.

واژه‌های کلیدی:

استاد: رضاقلی فامیان، علی؛ (۱۴۰۳) رویکردی اجتماعی - نشانه‌شناختی به پدیده جهان کوچک در چشم‌اندازهای زبانی شهری؛ مطالعه موردی تهران: پژوهش‌های زبانی، سال ۱۵، شماره ۱، بهار و تابستان، پیاپی ۲۶ - (۱۴۵-۱۲۳). DOI: 10.22059/johr.2024.370301.666872.



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

\* این مقاله مستخرج از پژوهشی است که با حمایت مالی دانشگاه پیام نور انجام شده است.

## ۱. مقدمه

درک انسان معاصر از جهان با پیشینیان تفاوت بنیادی دارد. در حالی که در قرون گذشته، جهان تمامیتی عظیم و بی‌حد و حصر تصور می‌شد، امروزه آن را مکانی نه چندان بزرگ می‌نامند. با این‌که چنین تغییر نگرشی به طور عمده در سایه پیشرفت‌های خیره‌کننده در زیرساخت‌های صنعت حمل و نقل و فناوری‌های مربوط به ارتباطات حاصل شده است، نباید از خاستگاه‌های نظری و نتایج انسانی-اجتماعی آن غافل ماند. در همین چارچوب، اکنون مفاهیمی مانند جهانی‌شدگی<sup>۱</sup>، دهکده جهانی، شهروند جهان‌وطن و نظایر آن بیش از آنکه به امکانات فنی و ابزارهای مادی اشاره کنند، به انگاره‌های ذهنی ارجاع می‌کنند. جهانی‌شدگی ریشه‌ها، ابعاد و پیامدهای متنوعی دارد و بالطبع برای مطالعه‌ای علمی ناچاریم جنبه‌ای مشخص از این روند عظیم را مدنظر قرار دهیم. در پژوهش حاضر به منظور تدقیق چارچوب نظری خود به مفهومی مشخص و سامان‌یافته متوسل می‌شویم که به نوعی با روند جهانی‌شدگی ارتباط دارد. برای آشنایی با این مفهوم که با عنوان «پدیده جهان کوچک»<sup>۲</sup> شناخته می‌شود، به طور گذرا تاریخچه آن را مرور می‌کنیم.

پس از طرح اولیه ایده جهان کوچک توسط داستان‌نویسی مجارستانی به نام فریگیس کارینتی<sup>۳</sup> در سال ۱۹۲۹، استنلی میلگرام<sup>۴</sup> در کشور آمریکا دست به آزمایشی زد که بعدها به «آزمایش جهان کوچک» معروف شد. میلگرام ابتدا افرادی را در شهرهای ایالت کانزاس در کشور آمریکا به عنوان نقاط شروع و همزمان یک شهروند عادی را نیز در شهر بوستون ایالت ماساچوست به عنوان مقصد انتخاب کرد. فاصله این دو نقطه در کشور آمریکا بیش از ۲۰۰۰ کیلومتر بود. در مرحله بعد، نامه‌هایی به افراد منتخب در کانزاس ارسال شد. در این نامه‌ها ضمن توضیح درباره تحقیق مذکور، اطلاعاتی کلی درباره یک فرد در بوستون ارائه شده بود. در همان نامه از فرد منتخب سؤال شده بود که آیا شخص مورد نظر در بوستون را می‌شناسد یا خیر. اگر احیاناً پاسخ مثبت بود، طبیعتاً نامه‌ای به فرد مورد نظر در بوستون ارسال می‌شد. البته به ندرت چنین اتفاقی می‌افتاد و لذا از افراد درخواست می‌شد نامه‌ای را به شخص ثالثی که احتمالاً شهروند بوستونی را می‌شناسد پست کنند. داخل بسته‌های نامه اولیه، پاکت‌ها و تمبرهایی بود که به کمک‌شان می‌شد مسیر ارسال پاکت‌های بعدی را ردیابی کرد. پس از ارسال‌ها و دریافت‌های متوالی، مدتی بعد تعداد قابل توجهی نامه به نشانی شهروند بوستونی رسید. بعضی از نامه‌ها به واسطه دو رابط به مقصد رسیدند و در مواردی هم تعداد رابط‌ها به ده نفر رسید. میانگین تعداد

- 1.globalization
- 2.Small World Phenomenon
- 3.Frigyes Karinthy
- 4.Stanley Milgram

رابطه‌ها حدود پنج و نیم تا شش بود و به این ترتیب، میلگرام به این نتیجه رسید که شهروندان کشور آمریکا به طور متوسط از طریق شش نفر با یکدیگر ارتباط دارند؛ به عبارت دیگر، افراد در این کشور به طور میانگین به میزان شش نفر از هم جدا هستند (میلگرام، ۱۹۶۷). همین تعبیر اخیر باعث شد آزمایش یا پدیده جهان کوچک با اصطلاح «شش درجه جدایی»<sup>۱</sup> نیز شناخته شود.

این پدیده الهام‌بخش مطالعات و الگوهای نظری مختلفی بوده است. واتس<sup>۲</sup> و استروگتس<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) مدعی شدند در نمودار همکاری و همزیستی اجزاء شبکه‌های مختلف همچون شبکه بازیگران سینما، شبکه برق غرب کشور آمریکا و حتی اجتماعات گرم‌های الگانس<sup>۴</sup> ویژگی‌هایی وجود دارد که بی‌شباهت به الگوی جهان کوچک مطرح‌شده توسط میلگرام نیست. آنان با تکیه بر دو شاخص طول مسیر<sup>۵</sup> و ضریب خوشه‌بندی<sup>۶</sup> نشان دادند که هر سه شبکه مزبور نوعی جهان کوچک به شمار می‌آیند. از این الگوی نظری برای ارزیابی شبکه‌های ارتباطی نیز استفاده شده است. دادز<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۰۳) با تکیه بر شیوه میلگرام ۶۰۰۰۰ نام‌الکترونیک را به عنوان نقاط مبدأ انتخاب کرده و ارسال رایانامه‌ها را به ۱۸ نقطه مقصد در ۱۳ کشور جهان ردیابی کردند. نتایج کسب‌شده بسیار شبیه یافته‌های میلگرام در دهه ۶۰ میلادی بود و جایگاه عدد شش به عنوان میانگین واسط میان شهروندان جهان بیش از پیش تثبیت شد.

در علوم رایانه از این پدیده برای طراحی الگوریتم‌های مسیریابی شبکه و توسعه الگوریتم‌های جست‌وجو در شبکه‌های ارتباطی استفاده می‌شود. حتی عده‌ای پیدایش و گسترش خیره‌کننده شبکه‌هایی نظیر فیس‌بوک، لینکدین و اینستاگرام را مدیون بسط و توسعه مسأله جهان کوچک می‌دانند. از سوی دیگر، مفهوم جهان کوچک قابلیت آن را دارد که به عنوان چارچوب نظری مطالعات علم‌سنجی نیز مورد استفاده قرار گیرد. در پژوهشی با محوریت شبکه هم‌تألیفی پزشکی در ایران واژه medicine در پایگاه وب آو ساینس<sup>۸</sup> با محدودیت کشور به ایران و در بازه زمانی ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ جست‌جو شد و پس از ترسیم نقشه هم‌نویسه‌گی حوزه پزشکی ایران، وضعیت آن از نظر تطابق با نظریه جهان کوچک مورد ارزیابی قرار گرفت. شبکه ترسیم‌شده نشان داد که بیش از نیمی از محققان حوزه پزشکی ایران به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با یکدیگر ارتباط داشته و تشکیل یک مؤلفه را داده‌اند. طول مسیر کوتاه، بالا بودن

- 
1. Six Degrees of Separation
  2. D.J. Watts
  3. D.H. Strogats
  4. elegans
  5. path length
  6. clustering coefficient
  7. Dodds, P.S.
  8. Web of Science (WoS)

نسبی ضریب خوشه‌گرایی و نیز مقایسه مقدار شاخص جهان کوچک با مطالعات مشابه گواه وجود جهان کوچک در شبکه نویسندگان حوزه پزشکی ایران است (آقاملایی و همکاران، ۱۳۹۴). در پژوهشی دیگر، محققان به ارزیابی وبسایت‌های دانشگاه‌های مختلف در ایران پرداختند و دریافتند که ارتباط شبکه‌ای این وبسایت‌ها با انگاره خوشه‌ای مطرح شده در نظریه جهان کوچک شباهت دارد (نورمحمدی و همکاران، ۱۳۹۵). با تأمل در این مطالعات، این پرسش اولیه مطرح می‌شود که در زبان طبیعی نیز که اساساً نظام یا شبکه‌ای از دال‌ها و مدلول‌هاست، آیا می‌توان جلوه‌هایی از پدیده جهان کوچک را مشاهده کرد؟ البته زبان ابعاد و زیر شبکه‌های مختلفی دارد و بنابراین ناچاریم بر روی بُعدی معین از زبان متمرکز شویم. نگارنده در این پژوهش، بُعدی از زبان طبیعی را انتخاب کرده که در زبان‌شناسی اجتماعی با عنوان چشم‌انداز زبانی شناخته می‌شود. در ادامه، پس از آشنایی با این حوزه به طرح پرسش‌های پژوهش می‌پردازیم.

## ۲. چشم‌انداز زبانی

چشم‌انداز زبانی بُرشی از محیط پیرامون ما، به‌ویژه در فضای عمومی شهرهاست که در آن می‌توان صورت‌های زبانی مکتوب را مشاهده کرد. تابلوهای کوچک و بزرگ مراکز کسب و کار، بیلبوردهای تبلیغاتی، تابلوهای اصناف، نام معابر و علائم راهنمایی و رانندگی، دیوارنوشته‌ها و خودرونوشته‌ها نمونه‌هایی از عناصر تشکیل‌دهنده چشم‌انداز زبانی به شمار می‌آیند. در مطالعات مربوط به این حوزه پژوهشی هر واحد قابل مشاهده را که یکپارچگی فیزیکی داشته باشد اصطلاحاً نشانه زبانی می‌نامند. بر اساس این تعریف کلی، یک تابلوی فروشگاه زنجیره‌ای در ابعاد بزرگ و همچنین نوشته‌ای کوچک روی دیوار، هر دو به یک اعتبار نشانه زبانی محسوب می‌شوند. در سه دهه گذشته، مطالعات در این حوزه با رشد کمی و کیفی خیره‌کننده‌ای همراه بوده است. عوامل مختلف و متنوعی در این رشد و توسعه مؤثر بوده‌اند که از جمله می‌توان به مهاجرت‌های گسترده اجباری و اختیاری، جهانی‌شدگی و سهم قابل توجه تبلیغات محیطی در بازاریابی محصولات و خدمات اشاره کرد. از سوی دیگر، مباحثی مانند تماس زبان‌ها، دوزبانگی و چندزبانگی، اهمیت روزافزون جایگاه زبان‌های اقلیت در جوامع متکثر و نظایر آن باعث شده تا این شاخه مطالعاتی به عرصه‌ای جذاب برای زبان‌شناسان تبدیل شود. البته نباید تأثیر رشد فناوری‌های نوین در سال‌های اخیر را نادیده گرفت. یکی از پیشگامان این شاخه مطالعاتی معتقد است دوربین‌های دیجیتال با امکاناتی که در اختیار کاربران قرار داده‌اند سهم بسزایی در رونق مطالعات چشم‌انداز زبانی داشته‌اند (گرت، ۲۰۰۶: ۲).

بخش عمده‌ای از مطالعات چشم‌انداز زبانی با عکس‌برداری از نشانه‌های زبانی موجود در فضاهای عمومی و طبقه‌بندی داده‌های زبانی همراه بوده است. در این حوزه، یکی از معیارهای

طبقه‌بندی نشانه‌ها، دوگانه الگوی بالا-پایین و الگوی پایین-بالاست. منظور از الگوی بالا-پایین آن دسته از نشانه‌های زبانی است که توسط نهادها و سازمان‌های دولتی و حاکمیتی در معرض دید عموم قرار می‌گیرند. مطابق با این تعریف، تابلوها، دیوارنوشته‌ها، پارچه نوشته‌ها و آگهی‌نماهایی که توسط نهادهای حاکمیتی مانند ادارات و شهرداری‌ها طراحی و اجرا می‌شوند نمونه‌هایی از الگوی بالا-پایین به شمار می‌آیند. در نقطه مقابل، نشانه‌های زبانی نوشته‌شده توسط شهروندان و کسب و کارهای بخش خصوصی در الگوی پایین- بالا قرار می‌گیرند. محققان گاه به جای عبارت الگوی بالا-پایین از صفت «رسمی» و به جای عبارت پایین- بالا از «غیررسمی» استفاده می‌کنند.

اصطلاح «چشم‌انداز زبانی» برای نخستین بار توسط ماسایی<sup>۱</sup> (۱۹۷۲) به کار رفت. این محقق پیشگام ژاپنی با استفاده از داده‌های گردآوری شده خود در سال ۱۹۶۲ به مطالعه الگوهای نام‌گذاری کسب و کارهای شهر توکیو پرداخت و در طبقه‌بندی و توصیف داده‌ها به سه شاخص شامل زبان‌های مورد استفاده، رسم‌الخط و رده‌های شغلی تکیه کرد. بر اساس مطالعه وی که در منطقه شین‌جوکو<sup>۲</sup> در مرکز توکیو انجام شد نزدیک به ده درصد از نشانه‌های زبانی، غیر ژاپنی بودند که از این میان، انگلیسی سهم بیشتری به خود اختصاص می‌داد و عناصر مربوط به فرانسه، اسپانیایی، چینی، آلمانی و روسی با فراوانی کمتر در رده‌های بعدی قرار می‌گرفتند. کانجی<sup>۳</sup> رسم‌الخط غالب در چشم‌انداز زبانی منطقه مورد مطالعه بود و هیراکانا<sup>۴</sup>، کاتاکانا<sup>۵</sup> و الفبای لاتین درصد کمتری از نشانه‌های زبانی را به خود اختصاص می‌دادند. دیگر یافته او این بود که در رده‌های شغلی مانند رستوران‌ها و کافه‌ها از زبان به مثابه ابزاری جهت خلق فضاهای ناآشنا و بیگانه استفاده می‌شود، به طوری که اماکن چینی به طور عمده از صورت‌های زبان چینی و اماکن ژاپنی صرفاً از نشانه‌های ژاپنی استفاده می‌کنند. هرگونه استفاده از زبان‌های غیر بومی به منظور القاء نوعی فضای آمریکایی یا انگلیسی است.

لندری<sup>۶</sup> و بورهی<sup>۷</sup> (۱۹۹۷) تعریفی جامع از نشانه زبانی ارائه دادند که تا امروز پر استنادترین تعریف محسوب می‌شود. مطابق با تعریف آن دو، نشانه زبانی صرفاً نام مراکز کسب و کار نیست و هر صورت زبانی قابل مشاهده در فضای عمومی، اعم از نام معابر و تابلوهای عبور و مرور

1. Masai, Y.
2. Shinjuku
3. Kanji
4. Hiragana
5. Katakana
6. Landry, R.
7. Bourhis, R. Y.



شهری، دیوار نوشته‌ها، آگهی‌نماها، اطلاعیه‌های کوچک و بزرگ و نظایر آن را شامل می‌شود. تحت تأثیر همین رویکرد دامنه پیکره مطالعات چشم‌انداز زبانی گسترش یافت.

نگارنده بر این باور است که تأمل در چشم‌اندازهای زبانی از منظر پدیده جهان کوچک امری امکان‌پذیر است و چنین رویکردی می‌تواند ابعاد جدیدی از کارکرد چشم‌انداز زبانی را آشکار سازد. شاید یکی از مهم‌ترین جلوه‌های پدیده جهان کوچک در چشم‌اندازهای زبانی، چندزبانگی نشانه‌های زبانی باشد. ناگفته پیداست که در یک قلمرو جغرافیایی معین، وجود نشانه‌ها از زبان‌های مختلف نشان‌دهنده حضور و همکاری مستقیم یا غیرمستقیم سخنگویان زبان‌های مختلف در آن قلمرو است. تاکنون هیچ مطالعه‌ای در حوزه چشم‌انداز زبانی بر اساس نظریه یا پدیده جهان کوچک انجام نشده است اما موضوع چندزبانگی دست‌مایه تحقیقات متعددی در این حوزه بوده است. هابنر<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) رمزآمیزی<sup>۲</sup> و تغییر زبان را در پرتو چشم‌انداز زبانی بانکوک مطالعه کرده و باکاتوس<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) با مشاهده نشانه‌های زبانی فراوان انگلیسی در توکیو، ادعای یک‌زبانگی پایتخت ژاپن را به چالش کشیده است. تأمل در مطالعات انجام شده در شهرهای بزرگ مانند منچستر (گیسر<sup>۴</sup> و ماتراس<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶)، سئول (لی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹) و نیویورک (اسکرینا و بروکس، ۲۰۲۳) ابعاد مهمی از جهانی‌شدگی را بازتاب می‌دهد. بر اساس این مطالعات و البته پژوهش‌های متعدد دیگر، برجسته‌ترین ویژگی زبانی فضاهایی که روند جهانی‌شدگی را تجربه می‌کنند چندزبانگی - و به تعبیر عده‌ای انگلیسی‌شدگی - چشم‌اندازهای زبانی است. البته جهانی‌شدگی محدود به پایتخت‌ها و شهرهای بزرگ نیست. پاموجی<sup>۷</sup> و کریستیناتو<sup>۸</sup> (۲۰۱۸) با بررسی چشم‌انداز زبانی یک خیابان در شهر پوروکرتو<sup>۹</sup> واقع در اندونزی دریافتند که در این شهر دویست هزار نفری، بخش قابل توجهی از نام و شعارهای تبلیغاتی فروشگاه‌های پوشاک و رستوران‌ها صرفاً به انگلیسی است، زبانی که جایگاه بین‌المللی دارد و به واسطه آن سبک زندگی غربی به مخاطبان القا می‌شود.

مسئله انتخاب زبان و چندزبانگی برای زبان‌شناسان ایرانی نیز حائز اهمیت بوده است. زندی (۱۳۹۳) با تمرکز بر دیوارنوشته‌های محله‌های مختلف شهر تهران گزارش داد که بیش از ۲۰ درصد از دیوارنوشته‌های تهران به خط انگلیسی است. البته تمام این موارد شامل عناصر زبان

1. Huebner, T.
2. codemixing
3. Backhaus, P.
4. Gaiser, L.
5. Matras, Y.
6. Lee, J.S.
7. Pamoji, E.
8. Khristinato, K.
9. Purwokerto

انگلیسی نیست و در مواردی برای نگارش نام‌ها، کلمات تابو و بیان احساسات به زبان فارسی از الفبای انگلیسی استفاده می‌شود. مطالعه‌ای دیگر نشان داد که نام مراکز کسب و کار در شهر تبریز - که اکثریت ساکنانش به زبان ترکی آذربایجانی تکلم می‌کنند - شامل الگوهای متنوعی مانند یک‌زبان فارسی، لاتین با الفبای لاتین، لاتین با الفبای فارسی، ترکیبی فارسی-لاتین با الفبای فارسی و غیره است (رضاقلی فامیان و کلاهدوز محمدی، ۱۳۹۵: ۱۲۱). در پژوهشی که با تمرکز بر چندزبانگی در چشم‌انداز زبانی شهر ارومیه صورت گرفت، هشت الگوی زبانی استخراج شد. مطابق با یافته‌های به دست آمده در ارومیه، ۷۶ درصد از نشانه‌های زبانی به صورت یک‌زبان فارسی هستند و این به معنای آن است که در ۲۴ درصد از موارد شاهد نوعی تنوع مانند الگوی دو زبان فارسی-انگلیسی، یک‌زبان انگلیسی (۵ درصد)، یک‌زبان ترکی (۰/۷ درصد)، دوزبان انگلیسی-فارسی (۰/۶ درصد)، یک‌زبان ترکی و غیره هستیم. همچنین، مشخص شد که میان رده‌های شغلی و تنوع زبانی ارتباط معنی‌دار وجود دارد، به طوری که برای مثال دست‌اندرکاران رده‌های شغلی مانند پوشاک و کیف و کفش و البته گردانندگان فروشگاه‌های وسایل الکترونیک گرایش بیشتری به تنوع زبانی دارند و از صورت‌های زبانی غیرفارسی بیشتر استفاده می‌کنند (رضاقلی فامیان و پژمان‌جم، ۱۳۹۵: ۳۲-۳۳). در مطالعه‌ای دیگر، چشم‌انداز زبانی خیابان ولیعصر در سه محدوده شمالی (میدان تجریش تا تقاطع بزرگراه شهید چمران)، میانی (میدان ونک تا تقاطع خیابان شهید بهشتی) و جنوبی (میدان منیریه تا میدان راه آهن) مورد ارزیابی قرار گرفت و مشخص شد که درصد استفاده از الگوهای زبانی غیرفارسی - و به تعبیری جلوه‌هایی از جهانی‌شدگی - در مناطق شمالی خیابان ولیعصر بیشتر است. این تحقیق نشان داد که در تهران نیز مانند ارومیه میان رده‌های شغلی و الگوهای پربسامد زبانی ارتباط وجود دارد، به طوری که در رده‌های شغلی همچون فروشگاه‌های پوشاک، آرایه‌گری و جواهری میزان استفاده از عناصر غیرفارسی بیشتر است (رضاقلی فامیان، ۱۳۹۸). ذکر این نکته ضروری است که گاه تراکم جمعیتی سخنگویان یک زبان اقلیت در قلمرویی معین نیز می‌تواند باعث تنوع زبانی شود. برای مثال، می‌توان به محله جلفا در شهر اصفهان اشاره کرد، محله‌ای که سکونت‌گاه اقلیتی ارمنی زبان است و به همین دلیل بیش از نیمی از چشم‌انداز زبانی آن علاوه بر فارسی حاوی عناصری از زبان‌های انگلیسی و ارمنی است (رضایی و تدین، ۲۰۱۸).

لازم به ذکر است که تاکنون هیچ مطالعه‌ای در چارچوب چشم‌انداز زبانی با محوریت پدیده جهان کوچک صورت نگرفته است. برای رفع این خلأ پژوهشی، در مطالعه حاضر می‌کوشیم چشم‌انداز زبانی شهر تهران را در پرتو این پدیده توصیف و تحلیل کنیم. به منظور انجام پژوهشی دقیق می‌کوشیم به دو پرسش زیر پاسخ دهیم:

(۱) پدیده جهان کوچک چگونه در چشم‌انداز زبانی شهر تهران بازنمایی می‌شود؟

(۲) پدیده جهان کوچک در نشانه‌های زبانی مربوط به کدام رده‌های شغلی و صنفی بازتاب بیشتری دارد؟

### ۳. روش تحقیق

در این بخش ابتدا با قلمرو جغرافیایی پژوهش آشنا می‌شویم و سپس روش گردآوری داده‌ها را شرح می‌دهیم:

#### ۳-۱. قلمرو جغرافیایی تحقیق

در این مطالعه، تهران برای ارزیابی بازتاب پدیده جهان کوچک در چشم‌اندازهای زبانی انتخاب شده است. این کلان شهر که پایتخت و مرکز اقتصادی و فرهنگی کشور به شمار می‌آید، با جمعیتی حدود ۹ میلیون نفر و هزاران بازدیدکننده و گردشگر داخلی و خارجی بیش از هر شهر دیگری در ایران ظرفیت آن را دارد که جهانی‌شدگی را بازتاب دهد. در چنین پژوهشی، انتخاب قلمرو جغرافیایی موضوعی بسیار تعیین‌کننده و به همین میزان دشوار است. بدیهی است خیابان‌های فرعی شهر تصویری بومی‌تر و به تعبیری غیر جهانی‌تر از چشم‌اندازهای زبانی ارائه می‌دهند و برعکس، اگر به سراغ خیابان یا محله‌ای برویم که به طور خاص محل رفت و آمد یا اقامت گردشگران خارجی باشد، تصویری کاملاً متفاوت را شاهد خواهیم بود. محقق برای رعایت نوعی تعادل میدان ونک در منطقه ۳ شهرداری تهران را به عنوان قلمرو تحقق انتخاب کرده است.



تصویر ۱. نقشه میدان ونک

میدان ونک از نظر ارتباطات درون‌شهری نقطه‌ای مهم به شمار می‌آید. همان‌طور که در تصویر ۱ می‌بینیم، این میدان محور شمالی خیابان ولیعصر را به محور جنوبی آن متصل می‌کند. از این گذشته، این میدان با یک بزرگراه (بزرگراه شهید حقانی در ضلع شرقی) و سه معبر شامل خیابان ملاصدرا (ضلع غربی میدان)، خیابان ونک (شمال غربی) و خیابان برزیل (جنوب غربی) ارتباط دارد. اگر مسیرهای ورودی و خروجی مذکور، ایستگاه‌های متعدد تاکسی و اتوبوس، مراکز خرید و رستوران‌های بزرگ و کوچک، پارک‌ها، بیمارستان‌ها ساختمان‌های پزشکان، شعب بانک‌ها و مراکز اداری، ساختمان‌های مرتفع و مجتمع‌های مسکونی مجاور را به مثابه کانون‌ها و گره‌های اجتماعی کوچک در نظر بگیریم، میدان ونک یک گره اجتماعی بزرگ و چندمنظوره محسوب می‌شود. همین اهمیت باعث شده تا این میدان به موضوعی جذاب برای محققان تبدیل شود. احمدی و بنائی کشتان (۱۳۹۲) پس از ارائه تاریخچه‌ای از میدان ونک کوشیده‌اند ارتباط میان شهر انسان‌گرا با پیاده‌مداری شهروندان را تعریف کرده و میدان ونک را از نظر کیفیت مطلوب عملکردی، کالبدی و معنایی ارزیابی کنند. محمدحسینی و همکاران (۱۳۹۵) با ۱۵۰ نفر شهروند مصاحبه کردند و از آنان خواستند در محدوده میدان ونک تا میدان تجریش، نام و موقعیت عناصری که بیشترین اهمیت و میزان به یادسپاری را برایشان دارد، روی نقشه‌ای ساده شده نشان دهند. از آزمودنی‌ها خواسته شد علت انتخاب و به یادماندن موقعیت را نیز ذکر کنند. دلایل مورد اشاره شهروندان بر اساس سه ویژگی کالبدی، عملکردی و معنایی طبقه‌بندی شد. محققان در ارزیابی ویژگی‌های کالبدی به عوامل متنوعی توجه کردند. برای مثال، مشخص شد که به لحاظ رنگ و مصالح، عناصری مانند مرکز خرید صفویه، بقعه امامزاده صالح (ع)، از نظر اندازه و مقیاس عناصری همچون پارک ملت و برج‌های اسکان و به لحاظ نحوه ترکیب حجمی با بافت مجاور رستوران سوپرستار و برج نگار واجد بیشترین خاصیت نشانه‌ای هستند. گفتنی است که در این نظرسنجی به عنصر زبان و نشانه‌های زبانی توجهی نشده است. راووداد و صوفی (۱۳۹۸) نیز با تحلیل نقاشی دیواری میدان ونک به این نتیجه رسیده‌اند که در نقاشی مزبور گفتمان حفاظت از طبیعت و محیط زیست در برابر گفتمان رشد شهری و همچنین گفتمان مردسالاری و در برابر گفتمان برابری طلبی جنسیتی مطرح شده است.

### ۲-۳. گردآوری داده‌ها

مطابق با تعریف لندری و بورهی (۱۹۹۷) تمام عناصر زبانی قابل مشاهده در فضای عمومی در حکم داده‌های زبانی قابل مطالعه در چشم‌انداز زبانی هستند. بر اساس همین تعریف، محقق در روز دوم اردیبهشت سال ۱۴۰۱ کل فضای عمومی میدان ونک و حدود ۱۰۰ متر از مسیرهای مرتبط با این میدان شامل بزرگراه حقانی و خیابان‌های ولیعصر جنوبی، برزیل، ملاصدرا، ونک و ولیعصر شمالی را عکس‌برداری کرد. عکس‌برداری ساعت ۱۴ تا ۱۸ - در بهترین زمان به لحاظ نور-

انجام گرفت و در مجموع ۲۵۶ عکس تهیه شد. در اغلب موارد، به‌خصوص هنگامی که تابلوهای پزشکان یا اطلاعیه‌های کوچک سوژه عکس بودند، در هر عکس بیش از یک نشانه زبانی ثبت شده است. لازم به ذکر است که در فضای عمومی، اندازه نشانه‌های زبانی بر اساس موقعیت و فاصله مخاطب طراحی و اجرا می‌شود. برای مثال، آگهی‌نماها و تابلوهای بزرگ به‌طور عمده برای سرنشینان وسایل نقلیه طراحی می‌شود و آگهی‌ها و دیوارنوشته‌های کوچک بیشتر با هدف جلب توجه عابران طراحی و اجرا می‌شود. از آنجا که میدان ونک و مسیرهای منتهی به آن، هم از نظر عبور و مرور عابران پیاده و هم از لحاظ تردد خودروهای سبک و سنگین یک گره شهری عمده به‌شمار می‌آید، در فضای عمومی آن انواع نشانه‌های بزرگ و کوچک دیده می‌شود. تنوع تابلوهای هدایت شهری و تبلیغات محیطی نیز چشمگیر است، به طوری که علاوه بر تابلوهای اصناف، تابلوهای راهنمای شهری و دیوارنوشته‌ها، طیف وسیعی از ابزارهای تبلیغاتی مختلف مانند آگهی‌نماهای ثابت و متحرک، پانل‌های کنار دیواری، پلاکاردها، داربست‌های تبلیغاتی، نمایشگرهای شهری و استیکرهای کوچک مشاهده می‌شود.

#### ۴. یافته‌ها

در این پژوهش در مجموع ۱۲۴۵ نشانه زبانی شناسایی شد. محقق پس از مرور دقیق تک‌تک نشانه‌ها به این نتیجه رسید که دو عامل چندزبانگی و شبکه‌سازی باعث القاء پدیده جهان کوچک در چشم‌انداز زبانی می‌شوند. در ادامه به شرح این دو عامل و یافته‌های مربوط به آنها می‌پردازیم.

##### ۴-۱. چندزبانگی

چندزبانگی وضعیتی است که در آن اعضا گروه‌های اجتماعی مختلف به کمک بیش از یک زبان با اعضای گروه خود یا اعضای سایر گروه‌ها ارتباط برقرار می‌کنند. میزان تسلط افراد و نیز حوزه کاربرد زبان‌ها متغیر است. توصیف و تحلیل این پدیده زبانی-اجتماعی دغدغه شماری از زبان‌شناسان خارجی مانند وارداف (۱۹۸۶: ۹۴-۹۹)، بلومارت (۲۰۱۰) و محققان ایرانی مانند مدرس (۱۳۸۷: ۲۶-۵۰) بوده است. زبان‌شناسان تا سال‌ها چندزبانگی را اغلب در چارچوب گفتار سخنگویان مطالعه می‌کردند، اما در سال‌های اخیر، اهمیت این پدیده در نوشتار و چشم‌اندازهای زبانی نیز مورد تأکید قرار گرفته است. برای مثال، ماهر (۲۰۱۷: ۱۲۳) معتقد است که در آینده، جهانی‌شدگی و برخی پیامدهای فرهنگی آن همچون تأکید بر زبان‌های محلی و هویت‌های بومی صحنه فضای عمومی و به بیان دقیق‌تر چشم‌اندازهای زبانی را به شدت متحول خواهد کرد. بر اساس یافته‌ها، در فضای عمومی میدان ونک پنج الگوی زبانی به شرح زیر وجود دارد.

##### ۴-۱-۱. الگوی یک‌زبان فارسی

همان‌طور که انتظار می‌رفت، در فضای عمومی میدان ونک، شمار نشانه‌های یک‌زبان فارسی قابل توجه است. فارسی، زبان رسمی ایران است و حضور پررنگ این زبان در چشم‌اندازهای زبانی

پایتخت آن کاملاً طبیعی است. الگوی یک‌زبانه فارسی را می‌توان در نشانه‌های زبانی با ابعاد گوناگون مشاهده کرد. تابلوهای بزرگ معمولاً توسط ادارات دولتی و شرکت‌های بزرگ به نمایش در می‌آیند که مواردی از آنها عبارت‌اند از: «مجتمع خدمات بهزیستی و شیرخوارگاه آمنه»، «داروخانه ۱۱۰ ونک»، «باشگاه بدن‌سازی ونک». تابلوها، پارچه نوشته‌ها و اطلاعیه‌های کوچک‌تر نیز توسط کسب و کارهای کوچک‌تر اجرا شده‌اند، مانند: «تجاری ۷۵۰ متر با ارتفاع ۸ متر و ۱۰۰۰ متر پارکینگ». لازم به ذکر است که تقریباً تمام دیوارنوشته‌ها و استیکرهای چسبیده بر کف معابر در زمرة الگوی یک‌زبانه فارسی هستند، مانند «خرید ضایعات»، «وام ۳۰ میلیونی» و نظایر آن. دو نمونه از این الگو در تصاویر زیر به نمایش درآمده است.



تصویر ۳. آگهی فروش زمین (یک‌زبانه فارسی)



تصویر ۲. تابلوی مرکز خرید (یک‌زبانه فارسی)

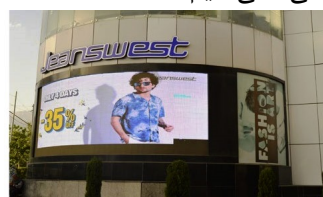
در تصویر ۲ عبارت «مرکز خرید آسمان ونک» نمونه‌ای از نشانه یک‌زبانه فارسی بزرگ است که معرف یک مرکز خرید در خیابان ونک است. در تصویر ۳ آگهی‌ای موقتی و کوچک را می‌بینیم که فروش زمین در مکانی دور از میدان ونک و تهران را تبلیغ می‌کند.

#### ۴-۱-۲. الگوی یک‌زبانه انگلیسی

در قلمرو پژوهش تعداد نسبتاً قابل تأملی از نشانه‌ها به صورت یک‌زبانه انگلیسی، فرانسه یا آلمانی هستند که البته به دلیل فراوانی ناچیز موارد مربوط به فرانسه و آلمانی، همه این‌گونه موارد را «انگلیسی» می‌نامیم.



تصویر ۵. نشانه‌های یک‌زبانه انگلیسی در صنعت رستوران



تصویر ۴. نشانه‌های یک‌زبانه انگلیسی در صنعت پوشاک

این نشانه‌ها اغلب در قالب نام‌های تجاری معروف یا واژه‌ها و اصطلاحات آشنا در تجارت در معرض دید عموم قرار گرفته‌اند. برای ذکر نمونه‌ای از این الگو می‌توان به واژه SALE! اشاره

کرد که در ابعادی بزرگ روی نما شیشه فروشگاه اکسیر در خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک اجرا شده است. تصاویر زیر نمونه‌های دیگری از الگوی یک‌زبانه انگلیسی را نمایش می‌دهند. در تصویر ۴ که تقاطع خیابان ولیعصر و خیابان نگار (شمال میدان ونک) را نشان می‌دهد، یک نام تجاری انگلیسی (Jeanswest) در بالای یک نمایشگر درج شده و در لحظه عکس‌برداری، یک جمله انگلیسی (ONLY 4 DAYS -35%OFF) نیز در صفحه نمایشگر به نمایش درآمده است. در تصویر ۵ شیشه‌نمای رستوران هایدرا در جداره جنوب‌غربی میدان ونک دیده می‌شود. در این تصویر چهار نشانه یک‌زبانه انگلیسی شامل نام رستوران (Haida) و سه واژه یا عبارت AWESOME!، LOVE YA! و LIKE! مشاهده می‌شود. لازم به یادآوری است که تمام نشانه‌های یک‌زبانه انگلیسی تابع الگوی پایین-بالا (غیررسمی) هستند.

#### ۳-۱-۴. الگوی دوزبانه فارسی-انگلیسی

در نشانه‌های زبانی استخراج شده، تعدادی نشانه دوزبانه فارسی-انگلیسی نیز مشاهده می‌شود که از نشانه‌های یک‌زبانه فارسی کمتر اما از نشانه‌های یک‌زبانه انگلیسی بیشترند. در اغلب این دسته از نشانه‌ها، عناصر زبان فارسی به لحاظ اندازه و نیز موقعیت قرار گرفتن در نشانه بزرگ‌تر و چشمگیرترند. در ادامه، سه نمونه از این نشانه‌ها را مرور می‌کنیم.



تصویر ۸. نشانه دوزبانه (صنعت رستوران)



تصویر ۷. نشانه دوزبانه (صنعت پوشاک)



تصویر ۶. نشانه دوزبانه (تابلوی شهرداری)

در تصویر ۶ پنج نشانه دوزبانه را می‌بینیم که نقش هدایت شهری را به عهده دارند. در هر نشانه نام فارسی مسیر (برای مثال شیخ بهایی) با اندازه بزرگ‌تر و در بالای تابلو نوشته شده و معادل انگلیسی آن در پایین درج شده است. شایان ذکر است که این پنج نشانه نمونه‌هایی از الگوی بالا-پایین هستند زیرا توسط شهرداری منطقه ۳ تهران طراحی و نصب شده‌اند. نشانه‌های مندرج در دو تصویر دیگر از نوع پایین-بالا هستند زیرا توسط بخش خصوصی اجرا شده‌اند. در تصویر ۷ نمای شعبه‌ای از شرکت چرم مشهد در ضلع جنوب غربی میدان ونک را می‌بینیم. عبارت فارسی «چرم مشهد» و معادل انگلیسی آن «MASHAD LEATHER» از این تابلو یک نشانه دوزبانه فارسی-انگلیسی ساخته است. تصویر ۸ نیز متعلق به کافه رستوران جیما در جنوب شرقی میدان ونک است. این تابلو نفوذ انگلیسی در چشم‌اندازهای زبانی جهانی را به خوبی نشان

می‌دهد، چراکه با وجود منو و حال و هوای ایتالیایی کافه، شاهد استفاده از کلمات و عبارات انگلیسی هستیم.

#### ۴-۱-۴. الگوی عربی-فارسی

از کل نشانه‌های زبانی گردآوری شده، در تنها ۷ مورد از عناصر زبان عربی استفاده شده است. در یک مورد با آگهی‌نمایی سروکار داریم که توسط سازمان زیباسازی تهران طراحی و نصب شده و لذا در قالب الگوی بالا-پایین می‌گنجد. در این آگهی‌نما زیر جمله‌ای قصار از امام علی (ع) به زبان عربی، ترجمه فارسی آن به چشم می‌خورد. لازم به ذکر است که از این آگهی‌نما پنج نسخه مشابه در بزرگراه حقانی (تقاطع خیابان گاندی) نصب شده است و به همین دلیل فراوانی آن در داده‌ها، ۵ مورد محاسبه شده است. یک نشانه دوزبانه دیگر در رده صنفی پزشکی مشاهده شد که در آن در صفحه نمایشگر متعلق به یک ساختمان تجاری، عبارت «زراعہ الحاجب» بلافاصله بعد از معادل فارسی آن (کاشت ابرو) در صفحه ظاهر می‌شود.

#### ۴-۱-۵. الگوی سه‌زبانه انگلیسی-عربی-فارسی

در داده‌های تحقیق یک نشانه استثنایی شامل عناصری از سه زبان انگلیسی-عربی-فارسی وجود دارد که در تصویر ۹ نشان داده شده است. در این نشانه، در بالای تابلو عبارت AirArabia و زیر آن عبارت عربی «العربیه للطیران» درج شده است. کمی پایین‌تر نیز معادل فارسی «هوآپیمایی ایرعربیا» دیده می‌شود.

پس از مرور چند نمونه از نشانه‌ها، اکنون به مرور اطلاعات آماری می‌پردازیم. جدول زیر فراوانی و درصد نشانه‌های زبانی را در قالب الگوهای مختلف زبانی نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌ها، نشانه‌های یک‌زبانه فارسی دارای بیشترین فراوانی‌اند و نشانه‌های دو‌زبانه فارسی-انگلیسی در جایگاه دوم قرار دارند. شمار داده‌های یک‌زبانه انگلیسی (که البته شامل مواردی از نام‌های فرانسوی و ایتالیایی هم می‌شوند) با ۱۰/۷ درصد در جایگاه سوم جای می‌گیرند. شمار نشانه‌های دوزبانه فارسی-عربی اندک است و در کل پیکره تنها یک نشانه سه‌زبانه انگلیسی-عربی-فارسی مشاهده می‌شود.

جدول ۱ فراوانی و درصد الگوهای زبانی پیکره

درصد	فراوانی	الگوی زبانی
۶۱/۴	۷۶۵	یک‌زبانه فارسی
۱۰/۷	۱۳۴	یک‌زبانه انگلیسی
۲۷/۲	۳۳۹	دوزبانه فارسی-انگلیسی
۰/۴	۶	دوزبانه فارسی-عربی
۰/۰۸	۱	سه‌زبانه (انگلیسی-عربی-فارسی)
	۱۲۴۵	مجموع



بر اساس اطلاعات جدول فوق، حدود ۶۱ درصد از نشانه‌های زبانی میدان ونک و خیابان‌های اطراف آن به صورت یک‌زبانه فارسی است. این بدان معناست که در ۳۹ درصد از نشانه‌ها عنصری از زبان‌های دیگر - به ویژه انگلیسی - به کار گرفته شده است. شایان ذکر است که ۳۹ درصد رقم ناچیزی نیست و می‌توان نتیجه گرفت که شهروندان و گردشگران هنگام عبور یا بازدید از این میدان مدام در معرض نشانه‌های دو زبانه قرار می‌گیرند و در اغلب موارد با کلمات و جملات زبان انگلیسی - زبانی که تداعی‌کننده جهانی‌شدگی است - مواجه می‌شوند. این موضوع باعث می‌شود چشم‌انداز زبانی میدان ونک تا حدی شبیه میادین سایر شهرهای جهان شود و خود این موضوع پدیده جهان کوچک را تا حدودی القا کند. البته، تداعی جهانی‌شدگی و القاء پدیده جهان کوچک محدود به چندزبانگی نیست و با تمرکز بر داده‌ها عامل دیگری نیز نمایان می‌شود که به گونه‌ای صریح پدیده جهان کوچک را بازتاب می‌دهد. نگارنده با الهام از نظریه جهان کوچک، عامل مذکور را شبکه‌سازی نامیده است. در ادامه با جزئیات این عامل آشنا می‌شویم.

#### ۲-۴. شبکه‌سازی نشانه‌ها

پیشتر و در بخش مقدمه با کاربری نظریه جهان کوچک در تحلیل شبکه‌های مختلف همچون شبکه بازیگران سینما، شبکه برق غرب کشور آمریکا، شبکه نویسندگان حوزه پزشکی ایران و نیز شبکه وبسایت‌های علمی ایران آشنا شدیم. محقق بر این باور است که چشم‌انداز زبانی هم نوعی شبکه است، شبکه‌ای از نشانه‌های زبانی که می‌توانند به واسطه نوعی ارتباط با پدیده‌های جهان خارج پیوند برقرار کنند و به این ترتیب موجب تقویت تصور جهان کوچک در ذهن مخاطبان شوند. با تمرکز بر داده‌های پژوهش حاضر مشخص شد که نشانه‌های زبانی در قالب دو فرایند ارجاع مکانی و ارجاع نهادی باعث شکل‌گیری شبکه‌های مکانی و نهادی می‌شوند. در ادامه با جزئیات این دو فرایند آشنا می‌شویم.

#### ۲-۴-۱. ارجاع مکانی

همان‌طور که از عنوان آن پیداست، در ارجاع مکانی، یک نشانه به مکانی دیگر و متفاوت با استقرار آن نشانه اشاره می‌کند. محقق در داده‌های پژوهش حاضر با موارد متعدد و جالبی از این نوع ارجاع مواجه شد. کافی است به تصاویر ۲، ۳، ۶، ۷ و ۸ دوباره بنگریم. در تصویر ۲، بالای درب ورودی مرکز خرید آسمان ونک، تابلویی دو زبانه با مضمون «چینی زرین ایران» به چشم می‌خورد که در آن به کشور «ایران» ارجاع شده است. در تصویر ۳ فروش زمین در دو شهرستان کشور تبلیغ شده و متوجه می‌شویم که در میدان ونک واقع در تهران، به دو شهرستان شمالی کشور شامل «نشتارود» و «تنکابن» ارجاع شده است. دقت در تصاویر ۶ و ۷ نشان می‌دهد که ارجاع مکانی در تابلوهای معابر شهری نیز رخ می‌دهد. در تصویر ۶ ارجاع به «کردستان» و «شیراز» صورت گرفته و در تصویر ۷ نیز شاهد ارجاع به «برزیل» هستیم. البته در این سه مورد

اخیر پیچیدگی‌هایی وجود دارد. برای مثال، این سه نشانه زبانی در گام اول نه به استان، شهر یا کشوری خاص بلکه به «بزرگراه کردستان»، «خیابان شیراز» و «خیابان برزیل» که همگی در تهران واقع شده‌اند ارجاع می‌کنند؛ اما اگر برای معنای صورت‌های زبانی لایه درونی‌تری قائل شویم، می‌پذیریم که این سه تابلوی شهری شهروندان را به گونه‌ای غیرمستقیم به یاد «استان کردستان»، «شهر شیراز» و «کشور برزیل» هم می‌اندازند. ارجاع مکانی همواره در تابلوهای بزرگ صورت نمی‌پذیرد برای مثال، در تصویر ۸، در لایه لای عبارات انگلیسی و فارسی، با دو عبارت «سوسیس گریل اتریشی» و «رایحه‌ای از رم» مواجه می‌شویم. در این دو عبارت نیز به کشور «اتریش» و شهر «رم» ارجاع شده است. لازم به ذکر است که ارجاعات مکانی در چشم‌انداز زبانی ونک محدود به مثال‌های فوق نیست. دقت در نشانه‌های زبانی نشان می‌دهد که در چشم‌انداز زبانی میدان ونک و خیابان‌های اطراف شبکه‌ای از جاینام<sup>۱</sup> ها شکل گرفته است که مخاطبان را به مکان‌های جغرافیایی مختلف ارجاع می‌دهند. در جدول زیر فراوانی ارجاعات مکانی بر حسب رده شغلی به همراه یک مثال ارائه شده است.

جدول ۲. ارجاعات مکانی به تفکیک رده شغلی

رده شغلی	فراوانی	مثال
۱ درمان (مطب، داروخانه)	۱۲	«دوره تکمیلی شانه و زانو از فرانسه» (تابلوی مطب)
۲ دولت و شهرداری	۹	«خیابان برزیل» (تابلوی شهرداری)
۳ کافه و رستوران	۳	«رایحه‌ای از رم» (تابلوی کافه)
۴ سفر و خدمات خودرو	۲	«ساخت کره» (تابلوی فروشگاه قطعات خودرو)
۵ املاک	۲	«فروش زمین در نشتارود و تنکابن» (آگهی شخصی)
۶ سوپرمارکت	۲	«رشته خوشکار، سوغات گیلان» (بنر سوپرمارکت)
۷ پوشاک	۱	«چرم مشهد» (تابلوی نمایندگی شرکت چرم مشهد)
مجموع	۳۱	

مطابق با اطلاعات مندرج در جدول بالا، بیشترین ارجاع مکانی در رده صنفی درمان رخ داده است و تابلوهای مربوط به شهرداری در رده دوم قرار می‌گیرند. با توجه به حضور پنج رده صنفی دیگر در این فرایند ارجاعی می‌توان ادعا کرد که شبکه‌سازی مکانی در چشم‌انداز زبانی پدیده‌ای فراگیر است و صرفاً به یک یا دو صنف اختصاص ندارد.

#### ۴-۲-۲. ارجاع نهادی

هرگاه مجری یک نشانه زبانی بین خود و سازمان و نهادی دیگر به نوعی وابستگی و ارتباط اشاره کند، می‌توان نتیجه گرفت که در نشانه مزبور نوعی ارجاع نهادی رخ داده است. نمونه‌های آشنا در این نوع ارجاع در تابلوی ادارات دولتی و مدارس و همین‌طور نمایندگی‌های شرکت‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشاهده می‌شود. از یک موسسه انتظار داریم اگر تابع نهاد نظارتی

1. toponym

بالاتری است، نام نهاد مزبور را در تابلوی خود قید کند. در تصاویر زیر نمونه‌هایی از ارجاع نهادی به چشم می‌خورد.



تصویر ۱۱. ارجاع نهادی به انجمن جراحان اروپا



تصویر ۱۰. ارجاع نهادی به انجمن یاتا



تصویر ۹. ارجاع نهادی به دولت

در تصویر ۹ می‌بینیم که میان «مدرسه راهنمایی شهید رجایی» با نهادی تحت عنوان «آموزش و پرورش منطقه ۳ تهران» ارجاع نهادی برقرار است. در این تصویر نکته نشانه‌شناختی دیگری نیز وجود دارد که به آرم بالای تابلو مربوط می‌شود. این آرم معرف کشور جمهوری اسلامی است و درج این آرم در قسمت فوقانی این نشانه حاکی از آن است که این مدرسه و البته آموزش و پرورش منطقه ۳ تهران تابع نهاد بزرگ‌تری به نام کشور جمهوری اسلامی ایران هستند. همین مثال نشان می‌دهد که یکی از کارکردهای آرم (لوگو) القاء نوعی ارجاع نهادی است. همین‌جا ذکر این نکته ضروری است که آرم شهرداری در تابلوهای مسیرهای شهری - اعم از نام خیابان‌ها و کوچه‌ها و نظایر آن - نمونه‌ای رایج از ارجاع نهادی به شمار می‌آید.

همان‌طور که پیشتر ذکر شد هدف از ارجاع نهادی تشکیل یا تثبیت شبکه‌هاست. بی‌تردید، یکی از سازمان‌یافته‌ترین شبکه‌ها، انجمن‌های علمی و صنفی هستند که با مشارکت متخصصان رشته‌های علمی یا کنش‌گران صنفی تشکیل می‌شوند. به طور طبیعی، ارتباط میان هر انجمن با اعضا دوسویه است. از یک سو، هر عضو مبلغ یا خدماتی را به انجمن عرضه می‌کند و در عوض، انجمن نیز خدمات یا تسهیلاتی را به عضو اعطا می‌کند. البته گاه ممکن است بهره‌مندی عضو از انجمن جنبه عینی و ملموس نداشته باشد و موضوعاتی مانند منزلت اجتماعی در میان باشد. در هر حال، در داده‌های پژوهش حاضر موارد زیادی ارجاع نهادی میان یک موسسه یا شخص با یک انجمن علمی و صنفی مشاهده شد که در اینجا به دو مورد از آنها اشاره می‌کنیم. در تصویر ۱۰ که تابلوی یک شرکت خدمات مسافرت هوایی را نشان می‌دهد، شاهد درج آرم برجسته IATA در پایین تابلو هستیم. این آرم نمونه‌ای از ارجاع نهادی است چراکه نشان می‌دهد این شرکت فعال در زمینه مسافرت هوایی و جهانگردی عضو «انجمن بین‌المللی حمل و نقل هوایی»<sup>۱</sup> است. در تصویر ۱۱ نیز با استفاده از عبارت «عضو انجمن جراحان قلب اروپا» تلاش شده است تا عضویت پزشک مورد نظر با انجمن مزبور اطلاع‌رسانی شود. گفتنی است فراوانی

1. International Air Transport Association (IATA)

ارجاع نهادی در نشانه‌های مربوط به جامعه پزشکی قابل توجه است. جدول زیر فراوانی ارجاعات نهادی به تفکیک موسسه مجری را نشان می‌دهد.

جدول ۳. فراوانی ارجاعات نهادی در پیکره

مثال	فراوانی	رده صنفی	
خیابان ولیعصر (شهرداری تهران)	۳۷	موسسه دولتی	۱
دکتر فاطمه حبیب نیا (فارغ‌التحصیل دانشگاه شهید بهشتی)	۳۴	درمان	۲
دفتر اسناد رسمی - (قوه قضاییه)	۱۸	موسسه حقوقی	۳
موسسه آموزش عالی آزاد گفتگو (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)	۳	موسسه آموزشی	۴
	۸۲	مجموع	

مطابق با یافته‌های آماری نهاد دولت در شبکه‌سازی از طریق ارجاع نهادی سهم اصلی را به عهده دارد. عضویت اعضای جامعه پزشکی در انجمن‌های علمی داخلی و خارجی نیز جایگاه مهمی در شبکه‌سازی نهادی دارد. همچنین، این فرایند در میان مؤسسات حقوقی مانند دفاتر اسناد رسمی و دفاتر ترجمه رسمی رواج دارد.

## ۵. بحث و نتیجه

در این پژوهش محقق با رویکردی اجتماعی - نشانه‌شناختی به مطالعه پدیده جهان کوچک در چشم‌اندازهای زبانی شهری پرداخت. ابتدا میدان ونک و مسیرهای ورودی و خروجی متصل به آن به عنوان قلمرو تحقیق انتخاب شد و در روز ۲ اردیبهشت ۱۴۰۲ تمام عناصر زبانی کوچک و بزرگ واقع در این قلمرو به مثابه داده پژوهش عکس‌برداری و گردآوری شد.

بررسی ۱۲۴۵ داده گردآوری شده نشان داد که با اندکی دقت می‌توان بازتاب جهانی‌شدگی و به تعبیری پدیده جهان کوچک را در چشم‌انداز زبانی میدان ونک مشاهده کرد.

در پاسخ به پرسش اول تحقیق، می‌توان ادعا کرد که دو عامل چندزبانگی و شبکه‌سازی باعث القاء پدیده جهان کوچک در چشم‌انداز زبانی قلمرو تحقیق می‌شوند. مطابق با یافته‌ها، در ۳۹ درصد از نشانه‌های زبانی موجود در میدان ونک، عنصری غیرفارسی - به ویژه از زبان انگلیسی - وجود دارد. این حجم از عناصر غیرفارسی در پایتخت کشوری که زبان رسمی آن فارسی است، تعابیر و پیامدهای گوناگونی دارد، اما بی‌گمان یکی از پیامدها این است که تهران دست‌کم از منظر زبان نوشتاری مکانی غریبه و ناآشنا برای گردشگران خارجی نیست و همین امر به نوبه خود پدیده جهان کوچک را به گردشگران و حتی شهروندان تهرانی القا می‌کند. سهم قابل توجه انگلیسی در فضای عمومی تهران موضوعی خاص و دور از انتظار نیست و با مشاهدات زبان‌شناسان دیگر مانند باکائوس (۲۰۰۷) در توکیو همخوانی دارد. در بخش خصوصی، شرکت‌های بزرگ و همچنین کسب و کارهای کوچک به وفور از زبان انگلیسی استفاده می‌کنند و به این ترتیب، باعث تنوع زبانی چهره شهر می‌شوند. در بخش دولتی و به خصوص شهرداری نیز شاهد استفاده از تابلوهای هدایت شهری دوزبانه فارسی - انگلیسی هستیم.

در تقریباً تمام این تابلوها، عناصر فارسی با اندازه‌های بزرگ‌تر در بالای نشانه قرار دارند و عناصر انگلیسی با اندازه‌های کوچک‌تر و در پایین نشانه به چشم می‌خورند. شبکه‌سازی عامل دیگری است که به واسطه ارجاع مکانی و ارجاع نهادی موجب درهم‌تنیدگی اجزاء یک مجموعه می‌شود. در ۳۱ نشانه زبانی مشاهده شده در قلمرو تحقیق شاهد ارجاع به مکان‌های مختلف مانند شهرهای ایران و نیز شهرها و کشورهای خارجی بودیم. در زمینه ارجاع نهادی نیز دیدیم که چگونه کسب و کارهای کوچک، پزشکان و مراکز درمانی و مؤسسات دولتی می‌کوشند وابستگی سازمانی خود به نهادهای بالاتر را به کمک عناصر زبانی یا آرم نشان دهند. ارجاعات مکانی و ارجاعات نهادی در نشانه‌های زبانی باعث می‌شود پیوند میان مکان‌ها و نهادها تقویت شود و به این ترتیب، پدیده جهان کوچک بیش از پیش تثبیت گردد. پژوهش حاضر محدود به یک میدان در تهران بوده است. اگر تصور کنیم در سایر میدان‌ها و خیابان‌های این شهر و البته دیگر شهرهای ایران و حتی جهان کم و بیش همین وضعیت چندزبانگی و شبکه‌سازی حاکم باشد، آنگاه تصویری جدید از چشم‌اندازهای زبانی در مقابل دیدگان ما شکل می‌گیرد. تصویری که به ما نشان می‌دهد افراد، کسب و کارهای خصوصی و مؤسسات دولتی چگونه با افراد، مکان‌ها و نهادهای یکدیگر در ارتباط‌اند و چگونه این پیوندها و درهم‌تنیدگی‌ها جهان را به مکانی کوچک تبدیل می‌کنند.

در پاسخ به پرسش دوم تحقیق باید گفت سهم رده‌های شغلی و اصناف در بازنمایی پدیده جهان کوچک یکسان نیست. مشاهدات عینی نشان داد که تابلوهای دولتی دو زبانه فراوان‌اند و از این گذشته، ارجاعات مکانی و نهادی در این دسته از تابلوها چشمگیر است؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که دولت در مقام یک نهاد فراگیر و تصمیم‌ساز نقش مؤثری در بازتولید مفهوم جهان کوچک ایفا می‌کند. در بخش خصوصی، برخی رده‌های صنفی از جمله صنعت رستوران، گردشگری، پوشاک و همچنین فعالان بخش درمان مانند پزشکان سهم بیشتری در شبکه‌سازی مکانی و نهادی دارند. این یافته‌ها با بخش عمده‌ای از نتایج ارائه‌شده در پژوهش‌های پیشین سازگار است. بنا به گزارش پاموچی و کریستیانو (۲۰۱۸)، سهم زبان انگلیسی در نشانه‌های زبانی مربوط به صنعت پوشاک شهری کوچک در اندونزی چشمگیر است. مطالعات انجام‌شده در چشم‌انداز زبانی دو شهر دیگر ایران نیز مؤید همین یافته است. مطابق با یافته‌های به دست آمده در ارومیه، در مقایسه با صاحبان مشاغل دیگر، دست‌اندرکاران صنعت پوشاک گرایش بیشتری به چندزبانگی دارند (رضاقلی فامیان و پژمان جم، ۱۳۹۵) و دقیقاً همین گرایش در میان صاحبان مشاغل پوشاک و رستوران در تبریز (رضاقلی فامیان و کلاهدوز محمدی، ۱۳۹۵) و خیابان ولیعصر تهران (رضاقلی فامیان، ۱۳۹۸) نیز صدق می‌کند؛ بنابراین، ظاهراً میان ماهیت رده‌های صنفی و تنوع زبانی و به تعبیری بازتاب پدیده جهان کوچک همبستگی وجود دارد.

در پایان، نتیجه می‌گیریم که یکی از کارکردهای اجتماعی و نشانه‌شناختی نشانه‌های زبانی در فضای عمومی این است که با کمک دو عامل چندزبانگی و شبکه‌سازی، فضاهای شهری را به چشم‌اندازهایی آشنا و نزدیک تبدیل کنند، فضاهایی که به نوبه خود پدیده جهان کوچک را به ذهن شهروندان و گردشگران القا می‌کنند. گفتنی است در سه دهه اخیر محققان علاقه‌مند به حوزه چشم‌انداز زبانی قلمروهای نظری و کاربردی گوناگونی را تجربه کرده‌اند و نگارنده معتقد است زمینه پژوهش در خصوص ابعاد دیگری از ارتباط میان نظریه جهان کوچک و چشم‌اندازهای زبانی باز است. در این خصوص سؤالات بی‌شمار دیگری مطرح است. این که آیا نقاط مختلف شهری به یک اندازه پدیده جهان کوچک را بازتاب می‌دهند؟ شهرهای کوچک و شهرهای بزرگ از این منظر چه تفاوتی با یکدیگر دارند؟ بازتاب جهان کوچک در روستاها چگونه است؟ نقش عوامل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در این میان کدام است؟ از این گذشته، جایگاه شهروندان در خوانش نشانه‌ها و فهم پدیده جهان کوچک چیست؟ بی‌تردید، پاسخ به این پرسش‌ها و پرسش‌های متعدد دیگر مسیر راه مطالعات آینده را به محققان نشان می‌دهد.

### منابع

- آقاملایی، فائزه، حمزه علی نورمحمدی، عبدالصمد کرامت‌فر، سعید اسدی و فرشته اسپرایی (۱۳۹۴). بررسی نظریه جهان کوچک در شبکه همکاری علمی حوزه پزشکی ایران ۲۰۱۳-۲۰۰۹. *مجله علم‌سنجی کاسپین*، ۱(۱)، ۵۷-۶۴.
- احمدی، حسن و ونداد بنایی کشتان (۱۳۹۲). پیاده مداری راهبرد اساسی شهرسازی انسان‌گرا (مطالعه موردی: میدان ونک تهران). همایش ملی معماری و شهرسازی انسان‌گرا. دانشگاه آزاد اسلامی قزوین. ۹ آذر.
- راودراد، اعظم و محمدرشید صوفی (۱۳۹۸). معرفی روش تحقق ترکیبی برای تحلیل فرهنگ تصویری شهر؛ مورد مطالعه، نقاشی دیواری میدان ونک تهران. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۰(۴)، ۷۵-۱۰۳.
- رضاقلی فامیان، علی (۱۳۹۸). چشم‌انداز زبانی خیابان ولیعصر تهران؛ ارزیابی دوگانه شمال-جنوب. *زبان و رضاقلی فامیان، علی و محبوبه پژمان‌جم (۱۳۹۵). چندزبانگی در چشم‌انداز زبانی شهر ارومیه. پژوهش‌های زبان‌شناسی*، ۱۵(۳۰)، ۲۴۵-۲۶۴.
- رضاقلی فامیان، علی و ماندانا کلاهدوز محمدی (۱۳۹۵). بررسی الگوهای زبانی در نام‌گذاری مراکز کسب و کار شهر تبریز. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۷(۳۳)، ۱۰۹-۱۲۵.
- زندى، بهمن (۱۳۹۳). بررسی دیوارنوشته‌های شهر تهران از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۳(۲)، ۳۳۵-۳۵۵.
- محمدحسینی، الینا، ابوالفضل طغرابی و مرتضی میرغلامی (۱۳۹۵). تحلیل گونه‌شناسانه عوامل مؤثر بر خوانایی نشانه‌های شهری (مطالعه موردی: خیابان ولیعصر (ع) تهران محدوده میدان ونک تا میدان تجریش). *هویت شهر*، ۱۰(۲۵)، ۶۱-۷۴.
- مدرسی، یحیی (۱۳۶۸). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.

- نورمحمدی، حمزه علی، عبدالصمد کرامت‌فر و سلیمانی اردکانی، لیلا (۱۳۹۵). چگونگی گردش اطلاعات در میان وب سایت‌های برتر علمی کشور (بررسی نظریه جهان کوچک در شبکه وب سایت‌های برتر علمی ایران). فصلنامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات)، ۹(۳۵)، ۸۵-۹۵.
- Backhaus, P. 2007. Linguistic landscapes. *A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Clevedon: Multilingual matters.
- Bloomaert, J. 2010. *The sociolinguistics of globalization*, Cambridge University Press.
- Dodds, P.S., Muhamad, R. & Watts, D.J. 2003. An experimental study of search in global social networks. *Science*. 301: 827-829.
- Gaiser, L. & Matras, Y. 2016. *The spatial construction of civic identities: A study of Manchester's linguistic landscapes*, The University of Manchester: Multilingual Manchester.
- Gorter, D. 2006. Introduction: The study of the linguistic landscape as a new approach to multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 3(1):1-6.
- Huebner, T. 2006. Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change. *International Journal of Multilingualism*, 3(1): 31-51.
- Lee, J.S. 2019. Multilingual advertising in the linguistic landscape of Seoul, *World Englishes*. 38:500-518.
- Maher, J.C. 2017. *Multilingualism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Milgram, S 1967. The small world problem, *Psychology Today*, 1(1):61-67.
- Masai, Y. 1972. *Tōkyo no seikatsu chizu [Living Map of Tokyo]*. Tokyo: Jiji Tsūshinsha.
- Pamoji, E & Khristinato, K. 2018. A linguistic landscape in Purwokerto: Power and solidarity stand strong in a culinary center, *Leksika*. 12(1): 26-29.
- Rezaei, S., Tadayyon, M. 2018. Linguistic landscape in the city of Isfahan in Iran: The representation of languages and identities in Julfa, *Multilingua*, 37 (6): 701-720.
- Sekerina, I.A. & Brooks, P.J. 2023. Multilingual linguistic landscapes of New York City as a pedagogical tool in a psychology classroom. In. S. Dubreil, D. Malinowsky & H.H. Maxim (Eds.) *Spatializing language studies: Pedagogical approaches in linguistic landscape*. (pp.193-222). Springer.
- Wardhaugh, R. 1986. *An introduction to sociolinguistics*. Basil Blackwell.
- Watts, D.J. & Strogats, D.H. 1998. Collective dynamics of 'small-world' networks, *Nature*, 393:440-442.

