



مرجان ولوی

کارشناس مترجمی زبان انگلیسی از  
دانشگاه علامه طباطبائی  
[Phantasm.mv86@gmail.com](mailto:Phantasm.mv86@gmail.com)

آسیب شناسی عدم شناخت تفاوت‌های زبان گفتار و نوشتار

اشاره می‌کنیم.

تقریباً تمام انسانها تا رسیدن به چهارسالگی توانایی برقراری ارتباط از طریق زبان گفتار را پیدا می‌کنند و تا حدود هفت سالگی توانایی درک و بیان اندیشه را به شکل مکتوب می‌یابند. تا نزدیک به دو هزار سال، مطالعه زبان تنها منحصر به نوع نوشتاری آن بود چراکه این فرم از زبان قابلیت جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، آزمایش و تحلیل را دارد درحالی‌که تا چندی پیش زبان گفتار فاقد چنین امکاناتی بود. از لحاظ تاریخی نیز زبان گفتار بر نوشتار تقدم دارد و بسیاری از زبانها فاقد فرم نوشتاری بوده‌اند. در دوره‌های اخیر مسیر مطالعه زبان گفتار بسیار گسترده‌گشته و تا جایی پیشرفته که حتی برخی از نام‌آورترین زبانشناسان نیمه اول این قرن مانند سوسور<sup>۱</sup> و بلومفیلد<sup>۲</sup> زبان گفتار را زبان اصیل و زبان نوشتار را منتج از آن و فرعی دانسته‌اند. البته در این میان نگاه معقول‌تر و میانه‌روتری نیز پدید آمده که معتقد است نوشتار و گفتار هیچ یک بر دیگری برتری ندارند و هر یک ارزش و اعتبار خود را دارد.

توانایی منحصر به فرد بشر، مبنی بر برقراری ارتباط از طریق زبان، وی را از حیوانات متمایز می‌کند. زبان تکامل ابتدایی‌ترین شکل ارتباط میان افراد بشر است و با این حال، پیشرفته‌ترین شیوه ارتباط نیز محسوب می‌شود. از زبان، تعاریف گوناگونی ارائه شده است. ولی آنچه که همه این تعاریف مشترک دارند این است که زبان وسیله برقراری ارتباط به منظور انتقال پیام (معنا) است.

از جمله مهمترین نهاد‌هایی که هدف اصلی در آنها برقراری ارتباط و انتقال پیام است روابط عمومی‌ها هستند. روابط عمومی در هر سازمان مسئول برقراری ارتباط با مخاطبان انبوه داخل و خارج سازمان (اعم از خودکارکنان، سهام‌داران، مشتریان، جامعه، دولت و ...) و انتقال پیام به آنان است. بنابراین فعالیت‌های عمده روابط عمومی که معمولاً متشکل از سخنرانی‌ها، بولتن‌های خبری، تبلیغات سازمانی، نشریات داخلی و خارجی سازمان، مصاحبه‌ها، گزارش‌های سالانه و ... است، همه و همه بدون شک مستقیماً با زبان سر و کار دارد. اما هنگامی که با دیده کارشناسانه به عملکرد این بخش از سازمان می‌نگریم، بعضاً شاهد نارسایی در انتقال پیام و در نتیجه عدم اثر بخشی برخی از فعالیتهای این بخش هستیم.

همان‌طور که گفته شد مهم‌ترین وسیله انتقال پیام "زبان" است. بنابراین اگر در انتقال پیام مشکلی وجود داشته باشد، بخش مهمی از این مشکل می‌تواند مربوط به نارسایی زبان بکار رفته باشد. این نارسایی بی‌تردید حاصل فقدان آموزش و ضعف در استفاده کارآمد از زبان گفتار یا نوشتار است و نخستین گام برای ارتقای بکارگیری زبان، تلاش برای آموزش در این حوزه است. بنابراین توجه به تفاوت‌های موجود میان زبان گفتار و نوشتار، همچنین تاکید بر لزوم بکارگیری شیوه‌های متفاوت در نوشتار نسبت به گفتار امری ضروری به نظر می‌رسد.

کلی‌ترین تقسیم‌بندی که می‌توان در مورد زبان انجام داد تقسیم‌بندی آن به زبان گفتار و زبان نوشتار است. در این مقاله به طور اجمالی به تفاوت‌های زبان گفتار و نوشتار می‌پردازیم و سپس به نکات کوچکی برای اثربخش‌تر کردن انتقال پیام

هر یک از ما به طور حسی متوجه تفاوت‌های زبان گفتار و نوشتار هستیم. نوشتار شیوه‌ای تقریباً ایستا است در حالیکه گفتار، شیوه‌ای پویا برای انتقال اطلاعات است. بدین معنی که در زبان نوشتار پیام مکتوب به نوعی ثابت و تغییرناپذیر است و به همان شکل با خواننده ارتباط برقرار می‌کند، در حالی که در زبان گفتار قابلیت تغییر و تصحیح لحظه‌ای وجود دارد.

در حوزه فعالیتهای روابط عمومی برگزاری کنفرانس‌ها و سخنرانی‌ها از امور مهم تلقی می‌شود که نیازمند بکارگیری مفید و موثر زبان گفتار است. زبان گفتار در بیان معنا بسیار توانا است. در این شیوه سخنران امکان درگیر کردن روانی حضار و استفاده از اشکال بیچیده‌ی ارتباط غیر زبانی را نیز دارد که فرم نوشتاری فاقد آن است. مهمترین آنها امکان بکارگیری مجموعه‌ای از علائمی چون زبان بدن (body language)، لحن، آهنگ، زیر و بمی صدا، حرکت، مکث و دیگر نشانه‌های بصری است. مسلماً کنترل سخنران بر چیزی که شنونده خواهد شنید از کنترل نویسنده بر آنچه خواننده خواهد خواند بیشتر است.

نکته دیگر امکان گرفتن بازخورد از شنوندگان است

نوشتار شیوه‌ای تقریباً ایستا است در حالیکه گفتار، شیوه‌ای پویا برای انتقال اطلاعات است. بدین معنی که در زبان نوشتار پیام مکتوب به نوعی ثابت و تغییرناپذیر است و به همان شکل با خواننده ارتباط برقرار می‌کند، در حالی که در زبان گفتار قابلیت تغییر و تصحیح لحظه‌ای وجود دارد

که سخنران برخلاف نویسنده این فرصت را دارد. هنگامی که فردی به سخنرانی مشغول است، حضار به نوعی نشانه های بصری بروز می دهند که می تواند بیانگر طرز تلقی آنان از سخنرانی باشد. مثلا اینکه آیا بحث منسجم، منطقی، جالب توجه و قابل درک هست یا خیر. از دیگر ویژگی های ارتباط گفتاری، امکان وجود دیالوگ است که به شفاف سازی مطلب و از میان بردن هر گونه سوء تفاهم کمک می کند.

برای آنکه سخنران موثری باشید، می بایست از پویایی ارتباط شفاهی بهره بگیرید اما در عین حال بیاموزید که چگونه در حیطه ی محدودیت های آن عمل کنید. در گفتار، سطح بی واسطگی بسیار بالاست. بدین معنا که میان مبدا (گوینده) و مقصد (شنونده) هیچ واسطه یا فیلتری وجود ندارد تا باعث کژی در انتقال پیام گردد. بعلاوه در زبان گفتار از کلمات کوتاهتر و کلماتی که تعداد بخش های کمتری دارند استفاده می شود و در آن می توان جمله های نا تمام یا شکسته نیز بکار برد. جملات زیادی را نیز می توان با کلماتی چون "و"، "اما" و "به جز" آغاز کرد.

در عوض در حوزه فعالیت های روابط عمومی از زبان نوشتار در سطح وسیع تری استفاده می شود و این شیوه نقشی بسیار پررنگی ایفا می کند. زبان نوشتاری می تواند به میزان قابل توجهی مختصر تر و دقیق تر از زبان گفتار باشد. کلمات مکتوب با تأمل و تفکر بیشتری انتخاب می شوند. مبحثی مکتوب می تواند به طرز شگفت آوری پیچیده، بفرنج و طولانی باشد. چنین ویژگی هایی در زبان نوشتار به آن علت مقدور است که سرعت درگیر شدن با معنا تحت کنترل هردوی نویسنده و خواننده است. نویسنده می تواند زمانی طولانی را صرف نوشتن و به عمل آوردن مطلب کند. به همین صورت خواننده نیز می تواند آهسته با سرعت بخواند و حتی می تواند مکث کند تا در مورد مطلبی که خوانده بیاندیشد. مهمتر آنکه در این فرم خواننده فرصت دوباره خوانی دارد که در زبان گفتار میسر نیست. بنابراین امکان تعمق و تفکر در فرم نوشتار همواره بیشتر است.

فرم نوشتاری از ثبات بیشتری برخوردار است. چرا که اطمینان انسان به قوه بینایی خود پیش از قوه شنوایی است. عمده حجم اطلاعاتی که در مغز انسان ذخیره می شود حاصل درک از طریق بینایی است. به عبارت دیگر، هر چه تفکر عمیق تر می شود فرد می کوشد تا برای به جواب رسیدن از صحنه های موجود در حافظه خود کمک بگیرد (مثلا چیزهایی که مشاهده کرده است). به این ترتیب انسان نهایتا معنا را از طریق تفکر تصویری دریافت می کند و انتقال می دهد. منظور از تصویر در اینجا فرم مکتوب کلمات و جملات است.

در بکارگیری موثر زبان نوشتار، خصوصا هنگامی که بحث انتقال پیام در میان است، و نه جنبه زیبایی شناسی و ادبی زبان، نکات ظریفی وجود دارند که آگاهی از آنها می تواند فرستنده پیام را در انتقال موثر تر مطلب به گیرنده به میزان چشمگیری یاری دهد.

استفاده از زبان ساده در برقراری ارتباط با مخاطب، اعم از حرفه ای (اشنا به اصطلاحات تخصصی مطلب) و یا غیر حرفه ای (نا آشنا با این اصطلاحات) نه تنها بیش یا افتاده محسوب نمی شود، بلکه موثر تر نیز هست. اگر به عنوان بخش روابط عمومی سازمانی، قصد چاپ مطلب یا خبری را در رسانه ای مثل روزنامه دارید، یا اگر در کار تهیه یک بروشور درون سازمانی هستید، فرض را بر





این بگذارید که عموماً مخاطب با واژگان فنی که شما در محیط بسته حرفه ای خود بکار می‌گیرید، آشنا نیست.

ارائه اطلاعات در قالب زبان روزمره مطمئن‌ترین راه برای رساندن پیام به طور شفاف است و در عین حال می‌تواند امکان پوشش خبری در مورد سازمان متبوعتان را افزایش دهد. این بدان علت است که هدف اصلی انتقال پیام تحت تاثیر قرار دادن مخاطب با کلمات و عبارات فنی و اصطلاحات تخصصی نیست، بلکه هدف، نشان دادن این است که اهمیت و نقطه تمرکز مطلب انتقال پیام بوده و این پیام است که حائز اهمیت است. زبان ساده برخلاف تفکر مرسوم، موجب ساده انگاشتن مطلب و دست کم گرفتن هوش مخاطب نمی‌شود. زبان ساده اطلاعات را به صورت منطقی و در عبارات آشنا ساماندهی می‌کند که برای خود نویسنده و هم برای مخاطب مفید تر است. چراکه با این روش شما به فهم ساده تر مطلب برای مخاطب (مانند رسانه ها) کمک می‌کنید و اثر طولانی مدت پیام خود را در اذهان حفظ می‌کنید. در حالیکه متنی بغرنج، حاوی کلمات و عبارات پیچیده، با سخت خوانی و سخت فهمی همراه است و به راحتی نیز فراموش می‌شود.

نکته دیگر اینکه، مطلب می‌بایست به گونه ای بیان شود که خواننده هسته پیام را به سرعت در یابد و حتی بتواند آنرا به دیگران نیز انتقال دهد. برای این کار مفاهیم پیچیده را به بخش های قابل فهم و مختصر تفکیک کنید. توصیه می‌شود از جمله های کوتاه‌ای استفاده کنید که هر کدام جداگانه یک موضوع را بیان کنند و نیز کلماتی

را که به درک بهتر مطلب کمکی نمی‌کنند حذف کنید. دیگر اینکه، از تعاریف، توضیحات و جداول حاشیه ای استفاده کنید تا متن اصلی را تکمیل نمایند. این عناصر بدون قطع کردن پیام، اطلاعات بیش زمینه ای را در اختیار مخاطب قرار می‌دهند. همچنین فراموش نکنید که حتماً توضیح کامل کلمه های اختصاری<sup>۲</sup> و کلمه های سرنامی<sup>۱</sup> را که برای بار نخست استفاده می‌شوند ذکر کنید. تصور اینکه که یک سرنام یا کلمه اختصاری به علت معروف یا متداول بودن برای تمام مخاطبان آشناسست خطای فاحشی است که باید از آن پرهیز شود.

نکته پایانی اینکه، استفاده از زبان بیش از حد تخصصی که تنها اقلیت کوچکی از مخاطبان با آن آشنا هستند موجب کوچکتر شدن دایره هدف شما می‌شود. البته، توجه داشته باشید که استفاده از عبارات بسیار متداول و مستعمل نیز موجب کسالت و از میان رفتن تمرکز و دقت مخاطب می‌شود و بعضاً با ابهام همراه است. به دیگر بیان استفاده از چنین عباراتی از چشمگیری و متمایز بودن مطلب می‌کاهد. بنابراین خلاقیت و نوآوری در نوشتار، موضوعی است که همواره به شادابی روح نوشته شما می‌افزاید و بر ذهن خواننده تأثیری ماندگار دارد.

#### پی‌نوشت‌ها:

1. Ferdinand de Saussure
2. Bloomfield
3. Abbreviation
4. Acronym