

مدواژه‌ها و عبارتهای مد در زبان‌های پارسی و آلمانی:

مدواژه‌ها و عبارتهای مد همگانی

حبیب کمالی^{۱*}، مهدی فروغی^۲

۱. استادیار گروه زبان آلمانی، دانشکده زبان و ادبیات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه زبان آلمانی، دانشکده زبان و ادبیات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

پذیرش: ۸۹/۱۲/۲۳

دریافت: ۸۹/۱۰/۲۰

چکیده

در این جستار به واژگان و عبارتهای می‌پردازیم که در یک بازه زمانی به دلایل ویژگی‌های ویژه در زبان گفتاری یا نوشتاری شهروندان یک مرز و بوم فراگیر، یا به گفته‌های دیگر «مد» می‌شوند و سپس کاربرد و تأثیرشان با گذشت زمان دگرگون می‌گردد یا از میان می‌رود. ما چنین واژگان و عبارتهای را به ترتیب «مدواژه» و «عبارت مد» می‌نامیم. پیشینه پژوهش درباره مدواژه در کشور آلمان به سده نوزدهم میلادی باز می‌گردد و از آن هنگام کتابها و جستارهای بی‌شماری در این حوزه نوشته شده‌اند، اما در قلمروی زبان پارسی تاکنون پژوهشی ویژه در این زمینه انجام نشده است. بنابراین نخست تلاش می‌کنیم تا گزیده‌ای از دیدگاه‌های برخی از زبان‌شناسان آلمانی را در این باره گرد آوریم. ما این دو مفهوم را در یک گروه‌بندی ویژه دو بخش می‌کنیم: «مدواژه‌ها و عبارتهای مد همگانی» که دربرگیرنده همواژه‌های مد در زبان ملی درصد بالایی از مردم می‌باشند و «مدواژه‌ها و عبارتهای مد در زبان جوانان». پژوهش کنونی را به بخش نخست کرانمند می‌کنیم و برای دستیابی به هدف بنیادین خود که همانا ارائه شناختی کمابیش گویا از گوهره مدواژه، بررسی سرچشمه‌های پدیدارشدن آن و نیز داوری درباره سودرسانی یا آسیب‌رسانی آن به زبان است، می‌کوشیم تا از نمونه‌های روشنگرانه در گستره زبان‌های پارسی و آلمانی به همراه یک ارزیابی برابرسنجشی میان آن دو بهره بگیریم.

واژگان کلیدی: مد، مدواژه، عبارت مد، واژه کهنه، واژه میرا.

Email: h_kamali@iaucto.ac.ir

* نویسنده مسئول مقاله:

نشانی مکاتبه: شهرک قدس، میدان صنعت، بلوار فرحزادی، خیابان سیمای ایران، روبه‌روی مجتمع پردیسان، مجتمع پیامبر اعظم، دانشکده زبان‌های خارجی، گروه زبان آلمانی، کد پستی: ۱۴۶۷۸۳۱.



۱. مقدمه

هرچند گروهی از واژگان و عبارتهای مد در یک زمان ویژه، ساختگی و بی‌گمان برخاسته از تراوش اندیشه‌ی شمار اندکی از افراد در آن زمان هستند، اما رده‌گستردهای از آنها بی‌ریشه نیستند و برآمده از واژگان بومی یا همواژگان زبانهای دیگرند. در این جستار به دنبال پاسخی برای برآزنده به پرسشهای زیر هستیم:

- آیا می‌توان مدواژه را تعریف کرد؟

- آیا معیار مشخص و یکتایی برای شناسایی مدواژه‌ها در دست است؟

- آیا هر واژه‌ای که پس از یک دوره‌ی زمانی از میان می‌رود، مدواژه است؟

- مدواژه‌ها چگونه پدید می‌آیند و پشتوانه‌ی زمانی آنها چیست؟

- آیا رخنه‌کردن مدواژه‌ها در یک زبان به سود آن زبان است یا بیشتر به آن آسیب می‌رساند؟

- آیا مدواژگانی همسان در دو زبان پارسی و آلمانی وجود دارند؟

گله‌آغازین بیشتر زبان‌شناسان آلمانی همواره بر این نکته استوار بوده است که مدواژه‌ها به سادگی به زبان گفتاری و نوشتاری و به‌ویژه به گستره‌ی ادبیات پیشرفته راه پیدا کرده‌اند و می‌کنند. لودویگ رابنرز از چهره‌های سرشناس چنین خرده‌گیری از زمان خود تاکنون بوده و در نوشته‌هایش همواره تلاش کرده است که دیگران را از به‌کارگیری مدواژه‌ها برحذر دارد، زیرا به باور او مدواژه‌ها به جای آنکه زبان را زنده‌تر کنند، زمینه‌ی ویرانی آن را فراهم می‌کنند. ما در این جستار بر آن شده‌ایم که درباره‌ی دیدگاههایی از این‌گونه داوری کنیم و به پرسشهای بالا پاسخ دهیم و نتیجه‌ی آن را در زبان پارسی نیز ببینیم. چنان‌که در بخش‌های ۶ تا ۱۰ خواهیم دید، رسیدن به این هدف شدنی نیست، مگر آنکه هرچه بیشتر نمونه‌های گوناگون را که در زبان گفتاری و نوشتاری فراگیر هستند، به قلمروی بررسی بکشانیم. در نمونه‌هایی که در این بخش‌ها خواهیم آورد، از یکسو گامی سودمند در راستای افزودن بر بینشمان برای شناسایی مدواژه‌ها و عبارتهای مد برمی‌داریم و از سوی دیگر گوناگونی در چگونگی پدیدآمدن آنها را نشان می‌دهیم. برای دستیابی به این هدف به‌طور جداگانه شماری از مدواژه‌ها و عبارتهای مد در زبانهای آلمانی و پارسی را بررسی می‌کنیم و همچنین در مواردی همسنگی‌هایی میان این دو انجام دهیم.

۲. کوششی بر تعریف مداوژه

مداوژه یک مفهوم بسیار پرسش‌برانگیز در زبان آلمانی است، تا جایی که به باور برخی از زبان‌شناسان آلمانی یک اصطلاح علمی به‌شمار نمی‌آید و از این‌رو یا شایان تعریف نیست، یا به سختی می‌توان تعریفی برای آن پیش نهاد. بر پایه دیدگاه هرمن گلاسر (۱۹۷۳: ۴۷) مداوژه اصطلاحی است بسیار دشوار و پیچیده که هیچ‌گونه تعریفی را بر نمی‌تابد. ویلی ساندرز (۱۹۹۲: ۸۰) بر این باور است که واژه‌ای را می‌توان مداوژه انگاشت که در زمان کنونی بسیار و به‌طور انبوه به‌کار برده می‌شود. لودویگ راینرز (۱۹۹۱: ۱۳۱) مداوژه‌ها را واژگان کلیشه‌ای می‌داند که از خودشان جان و روان ندارند. به باور این دانشمند زبان‌شناس برجسته آلمانی، باید از مداوژه‌ها دوری گزید (۱۹۹۰: ۶۹). او همچنین به‌کار بردن مداوژه‌ها را مایه بازدارندگی از اندیشیدن در گفتار و نوشتار می‌داند (۱۹۹۱: ۱۳۳). جیمز اس. کلمن (۱۹۹۱: ۲۹۷) مداوژه‌ها را به مدهای پوشاک تشبیه می‌کند که تا چندی پیش یا به بازار نیامده و ناشناخته بودند، و یا هنوز درصد قابل‌توجهی از مردم آن‌ها را به‌کار نبرده بودند، یا به گفته‌ی دیگر «مد» نشده بودند. برنهارد سوینسکی (۱۹۷۵: ۲۴۲) مداوژگان را واژگانی می‌شناساند که همانند هرچیز مدشده در یک بازه زمانی با گرایش و دل‌بستگی به‌کار برده می‌شوند و پس از آن دیگر چندان مانند گذشته فراگیر نخواهند بود. پتر رشنبرگ (۲۰۰۶: ۸۰) بر این باور است که مداوژه‌ها پس از یک دوره به‌کارگیری یا از دامنه واژگان زبان برای همیشه ناپدید می‌شوند (با آمدن واژگانی نو به کناری رانده می‌شوند)، یا به واژه‌نامه زبان می‌پیوندند، اما بدون داشتن ویژگی‌ها و کاربرد پیشین خودشان. بسیاری از آن‌ها با رهیافت به دوره افول خود و گذشت سال‌ها از یاد گروهی از مردم و زبانی که با آن خو گرفته‌اند، پاک نمی‌شوند و کماکان فهمیده می‌شوند، اما به هر روی شکوه گذشته خود را از دست می‌دهند. با توجه به نگرش هانزیورگن لیکه (۱۹۷۸: ۳۰) برخی از مداوژه‌ها بر پایه سرشت خود هرگز از زبان ناپدید نمی‌شوند. شمار زیادی از واژگان نو را رسانه‌های همگانی می‌سازند و گسترش می‌دهند (آمون، ۲۰۰۵: ۱۶۱۷)؛ مانند صدا و سیما یا روزنامه‌های پرشماره.

۲-۱. عبارت مد

آنچه تا به اینجا برای شناساندن مداوژه گفته شد، برای عبارت‌های مد نیز پابرجاست. این‌گونه



عبارت‌ها می‌توانند یک جمله، بخشی از آن و یا یک اصطلاح باشند. واژه‌ای که در زبان آلمانی برای هر دو مفهوم به‌کار برده می‌شود، «Modewort» است که جمع آن چنانچه به معنی «مدواژه» باشد، «Modewörter» و چنانچه منظور از آن «عبارت مد» باشد، «Modewörter» است که البته با «Modeausdrücke»، «Modewendungen» و «Moderedensarten» نیز از آن‌ها یاد می‌شود.

۲-۲. مدواژه‌های وابسته و مدواژه‌های جافتاده

برخی از واژگان به خودی خود مدواژه نیستند، بلکه تنها چنانچه فراوان و یا به گونه‌ای اغراق‌آمیز در یک ترکیب، جمله یا عبارت ویژه نمایان شوند یا در راستای آن‌ها به‌کار برده شوند، مدواژه به‌شمار می‌آیند. همچنین واژه‌ها و پیوندهای جافتاده و فراگیری که مفهومی نابخردانه دارند یا ساختار دستوری آن‌ها نادرست است، و یا اینکه مفهومی متفاوت و حتی در برخی جاها ناسازگار با منظور اصلی گوینده یا نویسنده دارند، مدواژه به‌شمار می‌آیند. برای نمونه واژه آلمانی «hundertprozentig» به معنی «به‌طور صددرصد» به خودی خود یک مدواژه است (توخولسکی، ۱۹۶۰: ۳۲۲) و بیشتر به‌جای «ganz» به معنی «کامل» و «کاملاً» به‌کار برده می‌شود؛ مانند:

Ich bin *hundertprozentig* sicher, dass er wieder gesund wird.

یعنی: «من صددرصد مطمئن هستم که حال او دوباره بهبود خواهد یافت». اما واژه

«genau» به معنی «دقیق» یا «دقیقاً» به خودی خود یک مدواژه نیست؛ برای نمونه در جمله زیر:

Meine Schwester kommt *genau* in 20 Tagen aus Deutschland zurück.

یعنی: «خواهر من دقیقاً ۲۰ روز دیگر از آلمان برمی‌گردد». واژه «genau» در جمله بالا

مدواژه نیست، اما در پرسش و پاسخ زیر یک مدواژه وابسته است، زیرا به‌جای واژه «ja»

(بله) نشسته است (رشنبرگ، ۲۰۰۶: ۸۲) و از این‌رو به «کلیشه» دگرگون شده است:

-Jens: Wir haben uns die ganze Woche übermüdet, oder?

-Michael: *Genau!*

یعنی:

-ینز: «ما سراسر این هفته، خودمان را پاک خسته کردیم، درست می‌گوییم؟»

-میشائل: «دقیقاً!»

اینک دو نمونه پارسی می‌آوریم. واژه «ساختن» به خودی خود یک مدواژه نیست، اما در

جمله «خوب خودتو ساختی؟» یک مدواژه است، اگرچه خود این جمله نیز یک عبارت مد است.

اصطلاح «برعلیه» به خودی خود یک مدواژه (جافتاده و نادرست) است، زیرا در آن واژه

عربی «علیه» به معنی «بر او»، «ضد او» یا «مخالف او» است و از این‌رو آمیختن آن با «بر»، نه از دیدگاه دستوری پسندیده است و نه حتی مفهومی منطقی دارد؛ هرچند که مداوژه «برعلیه» از سالیان دراز هم در زبان گفتاری و هم در زبان نوشتاریمان رخنه کرده است. گذشته از این ایرانیان «برضد» یا «برعلیه» چیزی یا کسی «مبارزه» نمی‌کنند، بلکه «با» آن «می‌جنگند» یا «پیکار» می‌کنند (ناتل خانلری، ۱۳۸۶: ۳۵۷).

۳. چگونه می‌توان مداوژه‌ها را شناسایی کرد؟

برای درک بهتر مداوژگان باید هم نگاهی به دیدگاه‌های زبان‌شناسان بیندازیم و هم به گفته رشنبرگ (۲۰۰۶: ۸۱) نمونه‌های گوناگون را با ژرف‌نگری بررسی کنیم، زیرا به باور او مداوژگان هیچ تابلویی در دست نگرفته‌اند که از روی آن بتوان آن‌ها را شناخت. کورت توخولسکی (۱۹۶۰: ۳۲۲) در این باره می‌گوید که مداوژه‌ها را نمی‌توان شناخت، بلکه باید آن‌ها را «حس» کرد. از این دو دیدگاه برداشت می‌شود که شناخت مداوژه‌ها در یک زبان از یک سو آشکارا به «شمّ زبان» در آدم‌ها بستگی دارد و از سوی دیگر به کارآمدگی آن‌ها در این زمینه. پس بازشناسی مداوژه بودن شماری از واژگان (جدای برخی از آن‌ها که از دیدگاه همه کارشناسان زبان مداوژه شمرده می‌شوند، مانند «okay») از یک معیار ویژه و یکتا پیروی نمی‌کند، بدین معنی که شاید برخی واژگان در دید کسی مداوژه به‌شمار بیایند و در همان هنگام چنین چیزی با دیدگاه کسی دیگر همخوان نباشد.

۴. واژگان کهنه و واژگان میرا

گروهی از واژگان با نوآوری در زبان جای خود را به واژگان تازه‌تر می‌دهند، مانند واژه «نظمیه» که تا سرآغاز روزگار پادشاهی پهلوی به‌کار می‌رفت و سپس اندک‌اندک به «شهربانی» دگرگون شد. ما این‌گونه واژگان را «واژگان کهنه» می‌نامیم که برابر نهاد «veraltete Wörter» در زبان آلمانی است. همچنین واژگانی مانند «حمام نمره» یا «حمام عمومی» که خود جانشین واژه کهنه «خزینه» بوده‌اند، با افزایش پرشتاب شمار گرمابه‌ها در خانه‌ها رفته‌رفته کمتر به‌کار می‌روند و درحال «کهنه‌شدن» هستند. این واژگان «میرا» در زبان آلمانی «veraltende Wörter» نامیده می‌شوند. بنابراین اگر واژه‌ای در زمانی پدید بیاید و در



زمانی دیگر از میان برود، لزوماً مدواژه نیست، چنان‌که واژه‌های یادشده در بالا مدواژه نبوده‌اند.

۵. پدیدآمدن مدواژه‌ها و پشتوانه زمانی آنها

اکنون این پرسش را پیش روی خود داریم که در چه هنگام و چگونه یک مدواژه متولد می‌شود و سپس دوباره از دامنهٔ واژگان زبان به بیرون رانده می‌شود یا کاربرد و ویژگی گذشته خود را از دست می‌دهد؟ برای پاسخ به این پرسش باید در وهلهٔ نخست به ارزش و نقش آن واژه در میان کاربران خود برای نشان‌دادن منظورشان در گفتارها و نوشتارها پرداخت. همچنین علت پدیدار شدن و کاربرد آن واژه در برههٔ زمانی وابسته را نیز نباید نادیده گرفت. وانگهی شاید یک واژه یا عبارت تنها یا بیشتر در میان بخشی از مردم یک جامعه (زنان، مردان، کارگران، کارمندان یا ...) یا در برخی از زیستگاه‌های یک سرزمین (تهران یا شهرهای بزرگ پارس‌زبان)، در جایگاه‌ها و نهادهایی (بازار، زندان‌ها، پادگان‌ها، دانشگاه‌ها یا...)، در پیوند با پیشه‌های مشخص یا در میان انبوه مردم برای زمانی کوتاه یا دراز مد شود.

اما پرسش دیگری که در اینجا به وجود می‌آید این است که پیشینهٔ تاریخی مدواژه‌ها چیست؟

لودویگ رابنرز (۱۹۹۱: ۱۳۰) بر این باور است که مدواژه‌ها همیشه وجود داشته‌اند. برخی از آنها در یک مقطع زمانی با شتاب پدید می‌آیند و با همان شتاب نیز از میان می‌روند. برخی دیگر به آهستگی پدیدار می‌شوند و پس از چند سال مرگ آنها فرا می‌رسد. همچنین شماری از آنها از دهه‌ها پیش پا به میدان گذاشته‌اند و هم‌اکنون نیز مدواژه به‌شمار می‌آیند، مانند «Kreativität» در زبان آلمانی به معنی «توانایی آفرینندگی یا نوآوری» که شاید به گفتهٔ بیورن هوخمن (۲۰۰۷: ۳) هنوز دورهٔ اوج درخشش خود را نگذرانده است و همچنان خواهان دارد. در دنباله می‌کوشیم تا با ارائهٔ نمونه‌های بجا و کاربردی به پرسش‌های مطرح‌شده پاسخ گوئیم.

۶. برخی از مدواژه‌ها در زبان آلمانی

نخست به کشور آلمان می‌رویم و چند دهه به گذشته برمی‌گردیم، به زمانی که کونراد آدن آور، صدراعظم پیشین آلمان، واژهٔ «zimperlisch» (زودرنج، حساس، خجالتی، وسواسی) را

نه با گویش رسمی، بلکه با لهجه «راینی»^۱ با تلفظ «pingelig» در جمله زیر به کار برده بود:
In dieser Beziehung bin ich nicht pingelig.

یعنی: «من از این بابت حساس نیستم». این واژه برای مردم مناطق دیگر آلمان که آن را نمی‌شناختند چنان خوشایند بود که بی‌درنگ در زبان همگان روان و به دنبال آن به یک مدواژه دگرگون شد و سپس در فرهنگ واژگان *دودن*^۲ جا خوش کرد.

نمایندگان مردم آلمان در پارلمان (Bundestag) در دهه پنجاه میلادی چند قانون را که همگی در ارتباط با یکی از چالش‌های روز آن هنگام بودند، به تصویب رساندند و این کار به جایی انجامید که یکی از نمایندگان در این زمینه بگوید:

Es wurde ein *Gesetzpaket geschnürt!*

یعنی: «یک بسته قانون بسته‌بندی شده!» و منظور او از این جمله این بود که «مجموعه‌ای از قانون‌های مرتبط، با هم تصویب شدند». این اصطلاح نو از سوی آن نماینده در آن زمان چنان به گوش مردم آهنگین آمد که با شتاب بر سر زبان‌ها افتاد.

واژه «rasant» به معنی‌های گوناگونی در «دودن» آورده شده است، اما بیشتر به مفهوم «تند» و «شتابان» به کار برده می‌شود، چیزی که پیامد یک اشتباه جافتاده است؛ اما ریشه این نادرستی به آنجا باز می‌گردد که این واژه، همان واژه فرانسوی «rasant» است و از فعل «rasen» در این زبان سرچشمه می‌گیرد و برابر با واژگان «scheren» به معنی «چیدن، قیچی کردن، تراشیدن» و «rasieren» به معنی «تراشیدن (مو)» در زبان آلمانی است. اما از آنجاکه «rasant» با واژه آلمانی «rasend» به دلیل نزدیکی در تلفظ جابه‌جا گرفته شده است، ناخواسته با واژه «schnell» به معنی «تند»، «زود» و «ناگهانی» این‌همانی داده شده و در پی آن به مدواژه‌ای برای آن تبدیل شده است. هرچند که به باور برخی این واژه اکنون دیگر یک مدواژه به‌شمار نمی‌آید.

در نمونه‌ای دیگر فعل «vorstellen» را بررسی می‌کنیم که تا میانه سده گذشته، تنها برای «آشنا کردن» آدم‌ها به یکدیگر به کار برده می‌شد:

Lassen Sie *uns* erst mal *vorstellen*.

یعنی: «اجازه دهید نخست خودمان را به یکدیگر معرفی کنیم». اما همین‌که برخی از برگزارکنندگان همایش‌های علمی در آن هنگام این واژه را برای «شناساندن» اختراعات نو به

1. Rheinischer Dialekt
2. Deutsches Universalwörterbuch DUDEN



گردآمدگان در آنجا به کار بردند، بی‌درنگ به یک مدواژه دگرگون شد که هنوز هم به کار می‌رود. پیامد آن کار این بود که از آن زمان تاکنون، نه تنها آدمها، بلکه چیزهای مادی و ذهنی نیز با به‌کارگیری این فعل «شناسانده» و «آشنا» می‌گردند، در حالی که می‌توان به جای آن برای نمونه از واژگان زیر (بسته به کاربرد و فراخوریشان) بهره گرفت:

«bekannt machen», «vorführen», «darstellen», «berichten», «einführen», «erklären»

که به ترتیب به معنی «آشنا ساختن»، «نشان دادن، به نمایش گذاشتن»، «نشان دادن، شرح دادن، ترسیم کردن»، «گزارش دادن، شرحی به دست دادن»، «آشنا کردن، معرفی کردن» و «روشن کردن، توضیح دادن» هستند.

در نمونه پایانی واژه «prima» را بررسی می‌کنیم که یک مدواژه قدیمی به معنی «عالی»، «بی‌نظیر»، «محشر» یا «معرکه» است و به جای بسیاری از واژه‌های آلمانی که برخی از آن‌ها را در جمله‌های زیر با بندواژه‌های کج نشان داده‌ایم، به کار برده می‌شود:

Das Wetter ist heute *angenehm*.

«هوا امروز خوشایند است.»

Mein Großvater hat eine *erfreuliche* Nachricht erhalten.

«پدربزرگ من یک خبر خوشنویکننده دریافت کرده است.»

Der Künstler hat wirklich *meisterhaft* gesungen.

«آن مرد هنرمند به راستی *استادانه* آواز خواند.»

Die Übersetzung des Buches ist meines Erachtens *schätzenswert*.

«ترجمه آن کتاب به دیده من *شایان ستایش* است.»

Der Fabrikant will seiner Frau für eine *standesgemäße* Unterkunft sorgen.

«مرد کارخانه‌دار می‌خواهد برای همسر خود منزلگاهی *برازنده فراهم* کند.»

Die Malereiausstellung war künstlerisch *wertvoll*.

«نمایشگاه تابلوهای نقاشی از دیدگاه هنری *پرارزش* بود.»

Die Schriftstellerin hat vor, ein *blutvoller* Roman zu schreiben.

«این زن نویسنده بر آن شده است که یک رمان *زنده و پرشور* بنویسد.»

Ein Denker ist nicht immer eine *hervorragende* Persönlichkeit.

«یک اندیشمند همیشه یک شخصیت *برجسته* نیست.»

Unser Haus hat einen *prächtigen* Aussichtsbalkon.

«خانه ما یک بالکن با چشم اندازی *باشکوه* دارد.»

همان‌گونه که دیدیم، می‌توانیم با بهره‌گیری از واژه‌های به‌کار رفته در جمله‌های بالا که

کاربردها و مفهومی‌های گوناگونی دارند و هریک گویای پیامی ویژه خود هستند، آن‌ها را بسیار زیباتر و زنده‌تر جلوه می‌دهیم، تا اینکه پیوسته بخواهیم به جای هریک از آن‌ها یک مداوژه ثابت و کلیشه‌ای مانند «prima» را به معنی «عالی» به کار ببریم و به گفته راینرز (۱۹۹۱، ۱۳۳) جلوی هرگونه اندیشیدن را در راستای واژه‌گزینی بگیریم؛ کاری که در میان بسیاری از آلمانی‌زبانان «مد» است. همچنین بسیاری از ایرانیان از به کار بردن واژه‌هایی مانند «نازنین»، «نوازشگر»، «خوشایند»، «خوشنوا»، «خوشنواز»، «خوشخو»، «خوش‌آهنگ»، «خوش‌جلوه»، «جلوه‌انگیز»، «شورانگیز»، «شورآفرین»، «شکوهمند»، «خجسته»، «فرخنده»، «گرمابخش»، «امیدبخش»، «نویدبخش»، «نیکو»، «نیک‌نهاد»، «نیک‌نژاد»، «نیک‌روش»، «نیک‌نام»، «نیکومنش»، «نیکوسرشت»، «پاک‌روان»، «پاک‌سرشت»، «بانوا»، «پرنوا»، «آهنگین»، «زینده»، «چشم‌نواز»، «تن‌آرا»، «دل‌آرا»، «دل‌آرام»، «دلنوا»، «دلنواز»، «دل‌انگیز»، «سودرسان»، «دلشادکننده»، «شادی‌بخش»، «شادی‌آور»، «شادی‌آفرین»، «شادی‌انگیز»، «شادی‌افزا»، «شادی‌زا»، «مهوش»، «مهین»، «مهسا»، «ماه‌گونه»، «برازنده»، «پراج»، «ارزنده»، «گرانمایه»، «شایان»، «مهرانگیز»، «مهرین»، «مهرآرا»، «مهرآفرین»، «مهرآگین»، «مهروش»، «مهرآور»، «مهرافزا»، «مهرپرور»، «پری‌گونه»، «پریوش»، «روان‌بخش»، «روان‌نواز»، «گیرا»، «گوارا»، «گوشنوا»، «گوشنواز»، «گهربار»، «فربیا»، «نژاده»، «پالوده»، «درخشان»، «پردرخشش» و مانند این‌ها که شمارشان در باور نمی‌گنجد، خودداری می‌کنند و به جای همه آن‌ها نه تنها در زبان گفتاری، بلکه افزون بر آن در بسیاری جاها در زبان نوشتاری خود همواره مداوژه‌های همیشگی و کلیشه‌ای مانند «خوب»، «عالی»، «خوشگل»، «قشنگ»، «تمیز»، «جالب»، «یک»، «بیست»، «خفن»، «باحال» و «دبش» را از آن‌ها برتر می‌شمارند!

۷. برخی از مداوژه‌ها در زبان پارسی

اکنون از کشور آلمان به میهن خودمان می‌رویم. همچنین در زمان هم به گذشته باز می‌گردیم، به میانه دوم روزگار پادشاهی ایل قاجار و آغاز راهیابی برخی از دستاوردهای فنی و علمی به همراه کالاهای لوکس از «فرنگ» به ایران که به آغاز رهیافت بسیاری از واژگان «فرنگی» به زبان پارسی نیز فرجامید. با رخنه افزارهای آرایشی «فرنگی» برای بانوان به ایران که واژه آلمانی آن «Kosmetik» و فرانسوی آن «cosmetique» است، گویا «رژلب» بسیار



خودنمایی می‌کرد و به‌ویژه پسند زنان درباری گشت. از این‌رو واژه «Kosmetik» روی‌هم‌رفته جانشین این افزار آرایشی شد، اما سپس از به‌کاربردن سه بندواژه نخست آن خودداری شد و بدین روی مدواژه‌های با آرایش «ماتیک» برای آن در زبان پارسی جا باز کرد که امروزه نیز به‌کار برده می‌شود؛ گرچه دیگر مدواژه نیست.

در داستان پیوسته به ماتیک آگاهانه از واژه‌های به نام «فرنگ» نام برده شد. «فرنگ» همان واژه پارسی برای «فرانک» یا «فرانسه» است که در زبان آلمانی نیز به آن «Frankreich» می‌گویند. اما چنان‌که پیداست، به دلیل ناآشنایی ایرانیان به «سرزمین باختر»، سراسر آن دیار «فرنگ» نامیده می‌شد و تا میانه روزگار پادشاهی پهلوی نیز این فرنام برای آنجا به‌کار می‌رفته و بدین‌سان مد واژه‌های برای «اروپا» و افزون بر آن «آمریکا» بوده است. دیرگاهی است که واژه «فرنگ» دیگر مدواژه نیست و آن را تنها برای کنایه به‌کار می‌برند.

اینک به دوران پهلوی می‌رویم، به میانه دوم دهه چهل خورشیدی و سپس به جایگاهی ویژه، به سینما! در سال ۱۳۴۸ خورشیدی فیلمی به کارگردانی مسعود کیمیایی به روی پرده سینما رفت که هنرپیشه نقش نخست آن در گوشه‌ای از فیلم پس از خوردن شام در یک رستوران به پیشخدمت آنجا می‌گوید: «گارسون، نامه اعمال ما رو بردار بیار!» و از آن پس «نامه اعمال» با شتاب به مدواژه‌های برای «صورت‌حساب» دگرگون می‌شود، به‌طوری‌که بسیاری از مردم آن زمان چندی آن را به‌کار می‌بردند و همچنین پس از آن به مدواژه‌های برای «کارنامه درسی» و «دستمزد آخر ماه کارگران» نیز تبدیل شد که امروزه از مد افتاده‌اند. پس از گردآوری جنگ‌افزارهایی که در بهبوحه انقلاب به دست مردم افتاده بود، برخی از جوانان پوشانه‌های آن‌ها را نزد خویش نگاه داشته بودند و برای شیطنت یا به انگیزه‌های دیگر به هنگام بیرون رفتن از خانه به خود می‌بستند تا بدین شیوه مردم را بترسانند (پرچمی، ۱۳۸۲: ۲۸-۲۹). در واقع آن‌ها جلد سلاحی را به خود می‌بستند که «خالی» از آن سلاح بود. این کار گونه‌ای «بلوف» بود و اصطلاح «خالی‌بستن» از همین‌جا سرچشمه می‌گیرد که پس از اندکی به مدواژه‌های بسیار پرهواخواه و دوست‌داشتنی برای «دروغ گفتن» تبدیل شد و هم اکنون نیز با دلبستگی به‌کار برده می‌شود. بعدها مدواژه دیگری که وجه‌اسمی آن است، در میان مردم مد شد؛ مدواژه «خالی‌بند»!

اصطلاح «دیالوگ» که از واژه یونانی «dialogos» می‌آید و معنی بنیادین آن «گفتگوی دو

یا چندسویه» است (برابر با واژه آلمانی «Gespräch»)، به مداوژه‌های برای گفتار هنرپیشه دگرگون شده است، حتی اگر گفتاری یکسویه در کار باشد؛ برای نمونه: «خسرو شکیبایی خیلی خوب دیالوگ می‌گفت».

ابزار روشنائی ساخته دست *توماس ادیسون*، چه با روشنائی مهتابی و چه با روشنائی آفتابی، چه با نمای گلابی مانند و چه با نمای لوله‌ای، «لامپ» نامیده می‌شود؛ «لامپ مهتابی» یا «لامپ آفتابی». اما نزد بیشتر مردم همواره گونه گلابی مانند به «لامپ» و نمونه لوله‌ای آن به «مهتابی» معروف بوده است. این دو گرچه جدای از هم مداوژه نیستند، اما هنگامی که نامشان با هم یا در پیوند با یکدیگر می‌آید، آن‌ها را به مداوژه دگرگون می‌کند؛ برای نمونه «کامران، مهتابی را خاموش کن و لامپ را روشن کن!» که البته این جمله نیز یک عبارت مد است. گذشته از این، واژه «زدن» به مداوژه‌های برای «روشن کردن» تبدیل شده است و «برق را بزن» به عبارتی مد برای «کلید برق را بزن».

۸. چند مداوژه از زبان‌های دیگر در زبان پارسی

واژه «مرحبا» که در زبان عربی به معنی «خوش آمدید» است و گذشته از عرب‌ها مردم ترکیه نیز آن را همه روزه به کار می‌برند، در زبان پارسی مداوژه‌های برای «آفرین» است که اکنون کمتر بر سر زبان‌ها است.

«پارازیت انداختن» که از زبان انگلیسی می‌آید و ریشه آن به واژه یونانی «para» به معنی «کنار» برمی‌گردد، مداوژه‌های برای «آشفته‌گی و نابسامانی در کار یا گفتار کسی پدید آوردن» (با واژه پراکنی، آوافکنی و یا سخن ناروا و بی‌هنگام) است که همچنان به کار برده می‌شود. «راپرت دادن» که از زبان روسی به پارسی وارد شده و ریشه لاتین آن «reportare» به معنی «چیزی را به کسی برگرداندن یا رساندن» است و برابر با واژه‌های آلمانی «zurücktragen» و «überbringen» می‌باشد، مداوژه‌ای است برای «سخن‌چینی کردن» و «گزارش دادن».

۹. چند نمونه ویژه از مداوژه‌ها و عبارت‌های مد

واژه «اهل» در ترکیب‌های اضافی در جایگاه مضاف کمابیش به یک مداوژه ثابت و موردعلاقه در کنار مضاف‌الیهی که پس از آن می‌آید، دگرگون شده است؛ برای نمونه «طرف هم اهل



دود و دمه!»، «حسین، اهل فوتبال هستی؟»، «برادرم اهل چای نیست.» و «شما اهل سینما نیستید؟». نکته درخور نگرش در این نمونه‌ها این است که نه تنها «اهل» در آن‌ها یک مدواژه است، بلکه هریک از پیوندهای اضافی «اهل دود»، «اهل فوتبال»، «اهل چای» و «اهل سینما» را نیز به مدواژه دگرگون کرده است. وانگهی این پیوندهای اضافی به همراه فعل «بودن»، از جمله‌های وابسته نیز عبارتهای مد ساخته‌اند؛ به گفته‌ی دیگر خود اصطلاح «اهل چیزی بودن» یا «نبودن» که فراوان به‌کار برده می‌شود، یک عبارت «مد» یا «کلیشه‌ای» است و می‌تواند با عبارتهای بهتری جابه‌جا شود. برای نمونه جمله‌های «او هم مواد مخدر مصرف می‌کنه!»، «حسین، به فوتبال علاقه داری؟»، «برادرم هیچ‌وقت چای نمی‌نوشده.» و «شما از سینما رفتن خوشتان نمی‌آید؟» می‌توانند جایگزین جمله‌های مد بالا شوند. افزون بر این، واژه «طرف» مدواژه‌ای برای ضمیر شخص سوم «او» است. پیوندهای اضافی از این‌گونه که در بالا آمد، می‌توانند همچنین یک واژه تک (مانند صفت) باشند؛ مانند «آدم اهل دود و دم»، «آدم اهل بخیه» یا «آدم اهل حال» که هریک از این‌ها خود یک عبارت مد است.

واژه «فوق‌الذکر» که از دو واژه عربی با پیوند «ال» ساخته شده است و در زبان پارسی بسیار به‌کار برده می‌شود، یک مدواژه ساختگی است که خود عرب‌ها آن را نمی‌شناسند و باید با واژه‌هایی مانند «یادشده»، «یادآوری‌شده»، «گفته‌شده»، «نامبرده» یا «نامبرده‌شده» جابه‌جا شود. نکته درخور نگرش در این است که این واژه بیشتر در زبان نوشتاری به‌کار برده می‌شود تا در زبان گفتاری.

«بی‌تفاوت بودن نسبت به چیزی یا کسی» یک عبارت مد پرهواخواه اما نادرست، نه تنها در میان مردم کوچه و بازار، بلکه در میان بسیاری از نویسندگان است. «بی‌تفاوت بودن» به معنی «گوناگون نبودن» است و بنابراین عبارت مد یادشده به معنی «یکسان‌بودن با چیزی یا کسی» یا «خود آن چیز یا کس بودن» است. برای نمونه جمله «مردم نسبت به امور کشوری بی‌تفاوت هستند.»، به معنی «میان مردم و امور کشوری تفاوتی نیست.» یا «مردم همان امور کشوری هستند.» می‌باشد! اما ریشه این اشتباه در برگردان نادرست واژه «indifferent» از زبان فرانسوی به پارسی است. «different» در زبان فرانسوی، که از آنجا به زبان انگلیسی پانهاده است، به معنی «متفاوت» و رویه منفی آن «indifferent» به معنی «رویگردان» و «بی‌اعتنا» است که همان واژه «gleichgültig» در زبان آلمانی است. بر این پایه عبارت مد

نامبرده شده باید با «روگردان بودن از چیزی یا کسی» یا «بی‌عتنا بودن نسبت به چیزی یا کسی» جابه‌جا شود (ناتل خانلری، ۱۳۸۶: ۳۶۵-۳۶۷).

۱۰. یک همسنجی میان برخی از مدواژه‌ها و عبارتهای مد در زبان‌های

پارسی و آلمانی

عبارتهای مد «هستم» و «من هم با شما هستم» در راستای «آماده بودن برای همکاری کردن» یا «با سخن و دیدگاه کسی همراه بودن» که در ایران در هر زمینه‌ای به‌کار می‌روند، در زبان آلمانی برابر با عبارت مد زیر هستند، اما در آنجا بیشتر در میان سیاستمداران فراگیرند:

Da bin ich bei Ihnen.

همچنین عبارت مد «چیزی را به روی غلتک انداختن» به معنی «کاری را روان کردن» یا «روند کاری را (به آسانی) آغاز کردن» همتای عبارت مد زیر در زبان آلمانی می‌باشد:

etwas auf die Schiene (auf den Weg) bringen

در نمونه‌ای دیگر می‌توان از عبارت مد «چیزی توی خون کسی بودن» به معنی «سخت درگیر و تحت‌تأثیر و پیرو چیزی بودن» نام برد که کمابیش با عبارت مد «in etwas verhaftet sein» در زبان آلمانی برابری می‌کنند، مانند:

Der alte Bauer ist in der alten Tradition verhaftet.

یعنی: «دهقان پیر درگیر (پیرو) آیین‌های کهنه است.»

می‌دانیم که شمار خودروهای سواری در کشور روزبه‌روز بیشتر شده است، بدین‌سان که هر روز تعدادی خودرو به گردایه خودروها افزوده شده‌اند و می‌شوند، تا جایی‌که با عبارتی مانند «رشد/افزاینده تعداد خودروهای سواری در کشور» بسیار برخورد می‌کنیم که در آن «رشد افزاینده» یک مدواژه با ترکیب وصفی اغراق‌آمیز و نادرست است، زیرا واژه «رشد» مفهوم «افزایش» را آشکارا در خود دارد. پس بهتر است که تنها گفته شود: «افزایش تعداد خودروها در کشور». درواقع تعداد خودروها یا «رشد می‌کند» یا «افزایش می‌یابد»، گرچه هنگامی‌که شمار آن‌ها در کشور روزبه‌روز با یک نرخ ویژه (مثلاً یک‌صدم) افزایش یابد، آنگاه «رشد افزاینده» عبارتی درست است، هرچند که این انگاره درست نیست. و اما نمونه‌ای در این‌باره در زبان آلمانی:

Binnennachfrage gewinnt zunehmend an Bedeutung!



به معنی: «ارزش نظرسنجی داخلی به‌طور فزاینده بیشتر می‌شود!».

پیوند «gewinnen» و «zunehmen» در این‌گونه عبارتهای مد در زبان آلمانی (مانند نمونه‌های همتای آن در زبان پارسی) نادرست است، زیرا همان معنی «رشد فزاینده» را دارد و بدین روی نمونه بالا باید به یکی از جمله‌های زیر دگرگون شود:

Binnennachfrage *gewinnt* an Bedeutung!

Binnennachfrage *nimmt* an Bedeutung *zu*!

یعنی: «ارزش نظرسنجی داخلی همواره بیشتر می‌شود.».

و سرانجام گروهی از مدواژه‌ها را بررسی می‌کنیم که مانند یک پیوند وصفی نمایان می‌شوند و در آن‌ها صفت بیشتر به‌سان مدواژه‌های ثابت در کنار یک موصوف ویژه است که شاید آن نیز مدواژه باشد، مانند «گیر سه‌پیچ»، «لات بی‌سر و پا»، «عقل سلیم» یا «حقیقت محض یا تلخ»، که دیرگاهی است به‌کار می‌روند. از این‌گونه نمونه‌ها در زبان آلمانی می‌توان ترکیب‌های وصفی زیر را نام برد:

«die goldene Mitte», «der bloße Verstand», «die vollendete Tatsache»

که به‌ترتیب به معنی «میانه‌روی یا حد اعتدال»، «خردسره یا شعور صرف» و «واقعیت مسلم یا کار انجام‌شده (که کسی را در برابرش قرار می‌دهند)» می‌باشند. در حقیقت با دیدن یا شنیدن واژه‌های «گیر»، «لات»، «عقل» و «حقیقت» در ترکیب‌های وصفی بی‌درنگ پیش‌بینی می‌شود که پس از آن‌ها به‌ترتیب واژه‌های «سه‌پیچ»، «بی‌سر و پا»، «سلیم» و «محض یا تلخ» آورده شوند، همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شود در بسیاری از جمله‌ها موصوف‌های «Mitte»، «Verstand» و «Tatsache» به‌ترتیب به همراه صفت‌های «golden»، «bloß» و «vollendet» بیابند که به مدواژه‌های ثابت و پابرجایی در کنار آن‌ها دگرگون شده‌اند. در اینجا برخی از واژه‌های پارسی یادشده از معنی راستینشان دورافتاده‌اند و رنگی تازه به خود گرفته‌اند. برای نمونه واژه «لات» مدواژه‌ای برای «مردی که همه‌جا اریده‌کشی و کتک‌کاری و آبروریزی راه می‌اندازد و برای دیگران دردسر می‌آفریند» است و «سه‌پیچ» مدواژه‌ای برای «سخت، بزرگ و ناجور»، همچنین خود پیوندهای «گیر سه‌پیچ»، «لات بی‌سر و پا»، «عقل سلیم» و «حقیقت محض یا تلخ» مدواژه هستند، همان‌گونه که پیوندهای وصفی آلمانی در بالا مدواژه‌اند.

۱۱. نتیجه‌گیری

سخن‌گفتن درباره مدواژه و عبارت مد بسیار دشوار است. در کشور آلمان از سده نوزدهم میلادی زبان‌شناسان بسیاری در این‌باره تلاش‌های فراوانی کرده‌اند. آن‌ها صدها کتاب و هزاران کار پژوهشی باارزش را به چاپ رسانده‌اند، اما هنوز تعریفی فراگیر که پسند همه آن‌ها باشد، برای مدواژه در دست نیست، هرچند که دانشمندان بسیاری در راستای تعریفی شایان فهم از آن کوشیده‌اند. از این‌رو نخست برداشت‌های برخی از آنان را از مدواژه پیش نهادیم. شاید بتوان گفت که بهترین تعریف برای «مدواژه» را برنهارد سونیسکی آورده است که آن را با هرچیز «مد»ی که مردم به آن گرایش و دل‌بستگی نشان می‌دهند، شایان سنجش می‌داند. اما با نگر به نمونه‌های گوناگونی که آوردیم، دیدیم که این تعریف به تنهایی بسنده نیست و برای اینکه مدواژه را بهتر درک کنیم، باید از یک‌سو به دیدگاه دیگر زبان‌شناسان نیز روی بیاوریم و از سوی دیگر با پرداختن به نمونه‌های کاربردی فراوان، به دیدی کمابیش موشکافانه از آن‌ها برسیم، زیرا همان‌گونه که دیدیم، هیچ سنجی روشن و یکتایی برای شناسایی بسیاری از مدواژه‌ها که همگی در یک تعریف بگنجند، در دست نیست. به زبانی دیگر مدواژه‌ها به دلایل گوناگون مدواژه‌اند. برخی از آن‌ها ساختار دستوری نادرست دارند؛ شماری از آن‌ها مفهومی وارونه به خود می‌گیرند؛ بخشی از آن‌ها کاربردی نابجا دارند؛ درصدی از آن‌ها با کلیشه‌شدن آدم را از اندیشیدن باز می‌دارند؛ گروهی از آن‌ها شمار انبوهی از واژگان زیبا را با پاکداشتن در جایگاهشان به گوشه‌ای می‌رانند؛ گردایه‌ای از آن‌ها آنچنان زبانه‌زد و تکراری می‌شوند که ژرفا و تأثیرگذاری خود را در زبان از دست می‌دهند؛ پاره‌ای از آن‌ها بیخود در گفتارها و نوشتارها جای می‌گیرند و «می‌توانند» از آن‌ها پاک شوند، بدون اینکه مفهومشان را دگرگون سازند؛ بسیاری از آن‌ها معنی نوشتارها و گفتارها را دگرگون می‌کنند و برای همین «باید» از آن‌ها پاک شوند؛ رده‌ای از آن‌ها گفتمان و نوشتن را درازتر، توخالی‌تر و پیچیده‌تر می‌کنند؛ و روی هم‌رفته مدواژه‌ها زبان را ویران می‌کنند. از این‌ها درمی‌یابیم که نگرش کورت توخولسکی بسیار درست و بجا است: مدواژه‌ها را باید «حس» کرد.

با نگاهی به واژگان کهنه و واژگان میرا دریافتیم که هر واژه‌ای تنها به این دلیل که در یک زمان زایش می‌یابد، در یک دوره فراگیر می‌شود و سپس از میان می‌رود، مدواژه نیست. نمونه‌هایی که آوردیم نشان دادند که مدواژه‌ها به شیوه‌ها و علت‌های گوناگونی پدیدار می‌شوند.



برخی از مدواژه‌ها در یک چرخه زمانی با شتاب و ناگهان از سوی آدم‌های سرشناس، مانند هنرپیشه‌ها، بر سر زبان‌ها می‌افتند و سپس به همین تندی زندگیشان به پایان می‌رسد. دسته‌ای از آن‌ها برای سالیان دراز در زبان پایدار می‌مانند، اما کارکرد و ویژگی گذشته خود را از دست می‌دهند. رده‌ای از مدواژه‌ها ریشه تاریخی در زبان دارند و رده‌ای دیگر واژگانی ساختگی هستند. گروهی از آن‌ها واژگانی هستند که از زبان‌های دیگر به یک زبان پا می‌گذارند یا از روی آن‌ها ساخته می‌شوند و گروهی دیگر واژگان بومی هستند یا از روی آن‌ها ساخته می‌شوند. همچنین شماری از مدواژه‌ها پیابند برگردان‌های واژه‌به‌واژه (و در بسیاری جاها نادرست) از واژگان زبان‌های بیگانه هستند. رسانه‌های همگانی و نیز گروهی از نویسندگان در گسترش مدواژه‌ها در زبان و فراتر از آن گاهی در پدیدار ساختنشان بیشترین تأثیر را می‌گذارند.

درصدی از نمونه‌های آورده شده تنها در زبان گفتاری مد شده‌اند و درصدی دیگر افزون بر آن در زبان نوشتاری. برخی از واژگان هم به خودی خود مدواژه هستند و هم در ترکیب‌ها و جمله‌ها از آن‌ها مدواژه و عبارت مد می‌سازند. بررسی جداگانه مدواژه‌ها در هریک از زبان‌های پارسی و آلمانی نشان می‌دهد که هر دو زبان از مدواژه‌ها و عبارتهای مد رنج می‌برند. همچنین همسنجی میان دو زبان نشان می‌دهد که برخی از مدواژه‌ها و عبارتهای مد در هر دو همسان هستند. نگارنده این کار پژوهشی با نگاهی به نمونه‌های نامبرده شده در این جستار بر این باور است که باید زبان پارسی را در بسیاری بارها از مدواژه‌ها و عبارتهای مد پالود. گذشته از این باید پیش از گزینش واژه‌ها در زبان گفتاری و نوشتاری به این نکته نیز نگرى ویژه انداخت که سخن و نوشتار رو به چه کسی، در چه جایی و در چه زمینه‌ای می‌باشد. در مین ما تاکنون کاری ساختاری و پژوهشی ویژه در زمینه مدواژه، که شناخت یا دیدگاهی علمی درباره آن به دست بدهد و آرایه‌ای باشد که همه گزینه‌های یادشده در بالا را در بر بگیرد، انجام نشده است. آری، زبان نشان زیندگی و فرهیختگی است و بنابراین باید هرچه بیشتر برای آشناکردن دیگران با مدواژه‌ها تلاش کرد، زیرا رخنه‌کردن آن‌ها در یک زبان از یکسو بیشتر به آن آسیب می‌رساند و از سوی دیگر آدمی را به آنجا رهنمون می‌سازد که به‌جای نواندیشی، همیشه گفته‌ها و نوشته‌های (حتی نادرست) دیگران را «تقلید» کند، کاری که شوربختانه دسته‌ای از نویسندگان نیز انجام می‌دهند؛ از این‌رو گله بنیادین بسیاری از زبان‌شناسان آلمانی به رخنه مدواژه‌ها در گفتارها

و نوشتارها و نیز تلاش آن‌ها به پرهیزاندن دیگران از به‌کارگیری آن‌ها بجا است.

۱۲. منابع

- پرچمی، حبیب ا. (۱۳۸۲). *پس‌کوچه‌های فرهنگ: جامع‌ترین فرهنگ شفاهی زبان فارسی (۱۵ هزار اصطلاح، کنایه و تکیه کلام عامیانه)*. چ ۱. تهران: نشر فرهنگ ماهرخ.
- ناتل خانلری، پرویز. (۱۳۸۶). *دستور زبان فارسی*. چ ۲۱. تهران: نشر توس.
- Ammon, Ulrich. (2005). *Sociolinguistics/ Soziolinguistik: An International Handbook of the Science of Language and Society/ Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*. Berlin: Verlag Walter de Gruyter.
- Redaktion, D. (2003). *Duden: Deutsches Universalwörterbuch*. 5. überarbeitete Auflage. Mannheim: Verlag Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG.
- Glaser, Herrmann. (1973). *Weshalb heisst das Bett nicht Bild?*. 1. Auflage. München: Carl Hanser Verlag.
- Hochmann, Björn & J. Schridde. (2007). *Kreativitätsförderung am Beispiel der BIP-Schulen*. 1. Auflage. München: GRIN Verlag.
- Linke, Hansjürgen & O. Ludwig. (1978). *Sprache in Gegenwart und Geschichte: Festschr. für Heinrich Matthias Heinrichs zum 65. Geburtstag*. Wien, Köln und Weimer: Böhlau Verlag.
- Rechenberg, Peter. (2006). *Technisches Schreiben: (Nicht nur) für Informatiker*. 3. Auflage. München und Wien: Carl Hanser Verlag.
- Reiners, Ludwig. (1990). *Stilfibel: der sichere Weg zum guten Deutsch*. München: Verlag C.H. Beck oHG.
- Reiners, Ludwig u.a. (1991). *Stilkunst: ein Lehrbuch deutscher Prosa*. München: Verlag C.H. Beck oHG.
- Sanders, Willy. (1992). *Sprachkritikasterien und was der "Fachler" dazu sagt*. 1. Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft (WBG).



- S. Coleman, James. (1991). *Grundlagen der Sozialtheorie*. Band 1: Handlungen und Handlungssysteme. 1. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Sowinski, Bernhard. (1975). *Deutsche Stilistik*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH.
- Tucholsky, Kurt. (1960). *Gesammelte Werke*. Vol. 3. Hamburg: Rowohlt Verlag.



شروېشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انساني