

بررسی تطبیقی مطالعات انجام شده در حوزه زبانهنگ

علی درخشان* (گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران)

چکیده

درهم‌تنیدگی زبان و فرهنگ مدت‌هاست که توجه اندیشمندان حوزه فلسفه، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و کاربردشناسی زبان را به خود جلب کرده است. در این راستا، پیش‌قدم (۱۳۹۱) با الهام از نظریات هالیدی (۱۹۷۵) و (۱۹۹۴)، ویگوتسکی (۱۹۷۸ و ۱۹۸۶) و سپیر-ورف (۱۹۵۶) که به رابطه میان فرهنگ، اندیشه و زبان تأکید می‌کنند، مفهوم زبانهنگ را معرفی کرد. وی معتقد است بررسی و شناخت زبانهنگ‌های موجود در هر جامعه راه را برای تشخیص سریع‌تر رفتارهای فرهنگی درست و نادرست هموار می‌سازد و اصلاحات فرهنگی که به تعالی زبانی و «به‌فرهنگی» می‌انجامند، به‌مراتب راحت‌تر صورت می‌پذیرند. با توجه به اهمیت شناسایی و بررسی زبانهنگ‌ها، مطالعات متعددی به تحلیل آن‌ها پرداخته‌اند، هرچند کمبود پژوهشی که به بررسی تطبیقی مطالعات انجام شده در حوزه زبانهنگ پردازد به‌وضوح دیده می‌شود. از این رو، در پژوهش حاضر چارچوب نظری، پیکره و یافته‌های تمام مقالات مربوط به زبانهنگ به‌طور تطبیقی بررسی شدند. نتایج این بررسی نشان داد که اکثر مقالات حوزه زبانهنگ، داده‌های خود را از طریق واکاوی پاره‌گفتارهای اتفاق‌افتاده در موقعیت‌های طبیعی جمع‌آوری نموده و برای تحلیل این پاره‌گفتارها از الگوی SPEAKING هایمز (۱۹۶۷) استفاده نمودند. این نتایج همچنین حاکی از آن است که تعداد مطالعات اندکی به واکاوی زبانهنگ‌های متنی پرداخته‌اند. همچنین هیچ پژوهشی به ارزیابی محتوای کتب درسی براساس زبانهنگ‌های موجود در آن نپرداخته است. در پایان، براساس نتایج و یافته‌های حاصل از بررسی مقالات انجام شده، پیشنهادهایی برای مطالعات آینده ارائه شده است.

* نویسنده مسئول a.derakhshan@gu.ac.ir

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، زبانهنگ، الگوی SPEAKING هایمز، تحلیل زبانهنگ،
به فرهنگ

۱. مقدمه

زبان به عنوان اصلی ترین وسیله ارتباطی میان مردم، بخش جدایی ناپذیر رفتار انسان است. سخنوران از زبان به منظور انتقال افکار، احساسات، عواطف، مقاصد و خواسته های خود بهره می برند (بنویساین^۱، ۲۰۱۹). گونه های مختلف زبانی به هر طریقی که در زندگی روزمره پدیدار شوند، دنیایی از معانی و مفاهیم را به وجود می آورند. وقتی با معانی و مفاهیم مختلف زبان مواجه می شوید، وقتی از منظور کلام خودتان آگاه بوده و در تلاش برای ایجاد پل ارتباطی با دیگران برای رساندن منظور کلام خود می باشید، فرهنگ همان چیزی است که به آن احتیاج دارید. زبان از طریق سیستم آوایی، انسان ها را به هم مرتبط می سازد و فرهنگ این روابط را تقویت می کند. در واقع فرهنگ در زبان گنجانده شده و زبان مملو از فرهنگ است (اگر^۲، ۱۹۹۴).

تعاریف گوناگونی از فرهنگ ارائه شده است. برای نمونه، براون^۳ (۱۹۹۴) فرهنگ را بستری برای افراد جامعه می داند که در آن چگونگی اندیشیدن، احساس کردن و ارتباط با دیگران را می آموزند. کیث^۴ (۲۰۱۱) نیز در تعریفی نمادین فرهنگ را قابی از ارزش و باور مردمان جامعه معرفی می کند که عادات، رفتار و اعتقادات مشترک آنها را به تصویر می کشد. در بیانی متفاوت، واژه فرهنگ به قوانین، آداب و رسوم، و هنجارهایی اطلاق می گردد که غالباً تلویحی و مجازی بوده و بر رفتارهای شخصی و اجتماعی افراد حکم فرما هستند (کچکس^۵، ۲۰۱۵).

1. Bonvillain
2. Agar
3. Brown
4. Keith
5. Kecskes

ارتباط تنگاتنگ فرهنگ و زبان به گونه‌ای است که نمی‌توان آن دو را جدا از یکدیگر دانست. از آنجایی که فرهنگ مردم هر جامعه در زبان آنان گنجانده شده است، یادگیری زبان موجبات فراگیری فرهنگ مستتر در آن را فراهم می‌سازد (پیش‌قدم، درخشان و عطایی، ۱۳۹۹). درهم‌تنیدگی زبان و فرهنگ نشان‌دهنده هم‌پوشانی گسترده میان آن‌هاست (ریساگر^۱، ۲۰۱۱؛ وارداف^۲، ۲۰۱۰) که موجب شده این دو واژه معادل هم به‌شمار بیایند. در این راستا، پیش‌قدم (۱۳۹۱) با تکیه بر تفکرات هالییدی^۳ (۱۹۷۵، ۱۹۹۴)، ویگوتسکی^۴ (۱۹۷۸، ۱۹۸۶)، نظریه جبر^۵ و نسبیت زبانی^۶ سپیر-ورف^۷ (۱۹۵۶) که زبان و فرهنگ را دو جزء ناگسستنی می‌دانند، مفهوم «زیاهنگ»^۸ (زبان + فرهنگ) را معرفی کرد. به عقیده وی، رابطه میان زبان و فرهنگ رابطه‌ای دوسویه است. بدان معنا که زبان نه تنها نمایانگر فرهنگ است بلکه گاهی فرهنگ در اسارت زبان است. از این رو، هرگونه تغییر در زبان می‌تواند فرهنگ را با دگرگونی و چالش روبه‌رو سازد.

در سال‌های اخیر پژوهش‌های متعددی به تحلیل زیاهنگ‌های مختلفی از قبیل قسم، دعا، نفرین، لقب (حاجی)، نمی‌دانم، نیاز کردن، مردسالاری، بلاتکلیفی، مثبت‌نگری و غیره پرداخته‌اند، ولی جای پژوهشی که به بررسی تطبیقی این قبیل از مقالات بپردازد، خالی به نظر می‌رسد. از این رو، پژوهش حاضر بر آن است تا با مرور پژوهش‌های انجام شده در زمینه زیاهنگ به مرور چارچوب نظری، پیکره و یافته‌های آنان بپردازد و در پایان بر اهمیت استفاده از الگوی مفهومی تحلیل زیاهنگ^۹ که توسط پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) معرفی شده صحه بگذارد.

1. Risager
2. Wardhaugh
3. Halliday
4. Vygotsky
5. linguistic determinism
6. linguistic relativism
7. Sapir & Whorf
8. cultuling
9. the conceptual model of cultuling analysis

۲. پیشینه پژوهش

بخش پیشینه با تکیه بر تفکرات و فرضیه‌های موجود به ارتباط تنگاتنگ میان زبان و فرهنگ، تعریف مفهوم «زبان‌نگ»، «تجزیه و تحلیل زبان‌نگ»^۱ و چارچوب‌های نظری برای تجزیه و تحلیل زبان‌نگ می‌پردازد.

۲.۱. همبستگی زبان و فرهنگ

ارتباط میان زبان و فرهنگ موضوعی است که همواره مورد توجه پژوهشگران حوزه مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، فلسفه و زبان‌شناسی بوده است. زبان و فرهنگ آن‌چنان در هم گره خورده‌اند که نمی‌توان آن‌ها را جدا از هم متصور شد (براون، ۱۹۹۴). رابطه تنگاتنگ میان زبان و فرهنگ نشان‌دهنده همپوشانی آنان است (رستم‌بیک تفرشی و رضانی واسوکلانی، ۱۳۹۱؛ کرامش^۲، ۲۰۱۳). زبان تنها بخشی از فرهنگ نیست، بلکه اگر فرهنگ را همانند مجموعه‌ای درهم‌تنیده در نظر بگیریم، زبان پایه اصلی آن است (لادو^۳، ۱۹۹۹). در همین راستا کرامش، کین و مورفی^۴ (۲۰۰۹)، زبان را معادل فرهنگ و فرهنگ را برابر زبان جامعه معرفی کردند. این بدان معناست که فرهنگ با تمام ابعاد و ساختار زبان مرتبط بوده و هیچ بُعدی از زبان از فرهنگ آن زبان جدا نیست.

فرضیه‌های متعددی در مورد همبستگی زبان و فرهنگ بیان شده است. در این بین می‌توان به فرضیه نسبیت و جبر زبانی سپیر-ورف (۱۹۵۶) به‌عنوان اساسی‌ترین و چالشی‌ترین فرضیه‌های همبستگی زبان و فرهنگ اشاره کرد. در فرضیه نسبیت زبانی، سپیر و ورف به رابطه تنگاتنگ زبان، تفکر و فرهنگ پرداخته و معتقدند فرهنگ از طریق زبان بر طرز فکر افراد اثر می‌گذارد. این محققان همچنین با معرفی تز قوی جبر زبانی، گامی فراتر از فرضیه نسبیت گذاشته و اذعان می‌کنند که تفکر و اندیشیدن بدون زبان ممکن نیست. فرضیه جبر زبانی عبارت است از اینکه انسان‌ها در نظام

1. cultuling analysis (CLA)

2. Kramsch

3. Lado

4. Kramsch, Cain, & Murphy

تفکر نه تنها تحت تأثیر زبان خود هستند، بلکه این تفکرات توسط زبان تعیین می شود (واعظی، ۱۳۹۱). سپیر-ورف (۱۹۵۶) معتقدند دنیای پیرامون براساس دنیای زبان ساخته می شود. بدان معنا که افراد، جهان را براساس زبان بومی خود درک می کنند.

لیکاف^۱ (۱۹۸۷) نیز معتقد است زبان الهام بخش رفتار افراد است و برای شناخت فرهنگ مردم جامعه باید به بررسی و تحلیل زبان آن‌ها پرداخت. در همین راستا، پیش قدم (۱۳۹۱) معتقد است موشکافی در زبان می تواند فرهنگ مُستتر در آن را آشکار سازد. این بدان معناست که مقوله های زبانی و فرهنگی آن چنان در هم تنیده اند که واکوی در یک زبان ما را از ظرافت های فرهنگی آن آگاه می کند و امکان شناخت هرچه بهتر مسائل فرهنگی را فراهم می سازد. براساس این فرضیه ها زبان و فرهنگ را می توان دو جزء ناگسستنی دانست که می توانند بر شیوه بیان و برخورد افراد تأثیر بسزایی بگذارند (ریچاردز و اشمیت^۲، ۲۰۰۲).

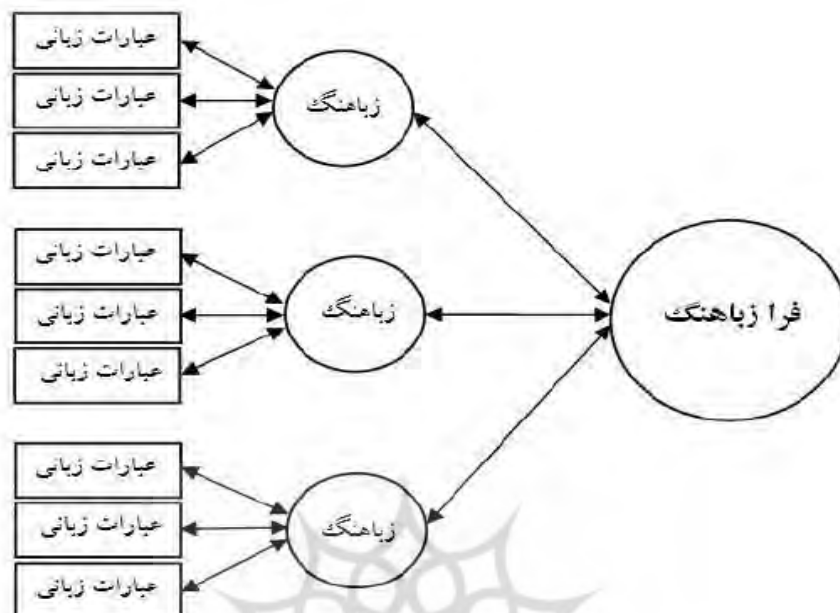
۲.۲. زیاهنگ و تحلیل آن

در راستای ارتباط تنگاتنگ و ناگسستنی زبان و فرهنگ، پیش قدم (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان «معرفی زیاهنگ به عنوان ابزاری تحول گرا در فرهنگ کاوی زبان» مفهوم «زیاهنگ» را مطرح نمود. او فرهنگ مستخرج از واکوی زبان را زیاهنگ (زبان+فرهنگ) و علم بررسی آن را «فرهنگ کاوی زبان» نامید. زیاهنگ ها که خود متشکل از چندین عبارت زبانی می باشند، هنگامی که در کنار هم قرار گیرند، «فرازباهنگ^۳ ها» را تشکیل می دهند (پیش قدم، ۱۳۹۱، ص. ۵۷). فرازباهنگ ها ضمن ترسیم شمای کلی یک فرهنگ، زیاهنگ های زیرمجموعه خود را نیز مدیریت می کنند (شکل ۱). پیش قدم با معرفی این مفاهیم سعی کرد رابطه دوسویه میان زبان و فرهنگ را نشان دهد. او معتقد است «نه تنها زبان نمایانگر و تجلی فرهنگ است بلکه گاهی فرهنگ در بند زبان است» (پیش قدم، ۱۳۹۱، ص. ۴۹).

1. Lakoff

2. Richards & Schmitt

3. metacultuling



شکل ۱. شمای کلی از ارتباط میان زبان و فرهنگ (پیش‌قدم، ۱۳۹۱، ص. ۵۸)

پیش‌قدم، ابراهیمی، ناجی‌میدانی و درخشان (۲۰۲۰) در وصف اهمیت بررسی و شناخت زبانهنگ‌های موجود در زبان‌های مختلف بیان می‌کنند که شناسایی زبانهنگ‌های موجود به ما این امکان را می‌دهد که عادات فرهنگی نادرست جامعه خویش را بشناسیم و آن‌ها را با عاداتی پسندیده جایگزین کنیم. این پژوهشگران جایگزینی رفتارهای فرهنگی درست به جای رفتارهای فرهنگی نادرست را که تعالی زبانی و فرهنگی را در بر دارد، «به‌فرهنگی»^۱ می‌نامند.

پیش‌قدم و همکاران (۲۰۲۰) در ادامه تشریح اهمیت زبانهنگ‌ها اذعان می‌کنند که شناسایی زبانهنگ‌ها برقراری روابط مؤثر با سایر جوامع را رقم می‌زند و عدم شناسایی آن‌ها، سبب شکست ارتباط می‌شود. برای مثال، فردی را در نظر بگیرید که قصد برقراری ارتباطی موفق با گویشوران ایرانی دارد. چنانچه این فرد فرهنگ جمع‌گرایی^۲

1. euculturing

2. collectivism

ایرانیان و زیاهنگ‌های مربوط به آن را شناسد و در روابط خود تا حد زیادی از ضمیر اول شخص استفاده کند، به مخاطب او حس خوشایندی دست نخواهد داد و شکست ارتباطی رخ خواهد داد.

در راستای بررسی عوامل مؤثر در ارتباط موفق، پیش‌قدم (۲۰۲۰) در کتاب ۱۰۱ مفهوم آموزشی^۱ گامی فراتر از الگوهای موجود برداشته و الگویی به نام «زبامغز»^۲ را معرفی کرده است. این الگو که زبان را ابزاری مؤثر برای تغییر رفتار و عادات می‌داند، مفاهیم «زیافکر»^۳ (شناخت و تفکر در زبان)، «زباهیجان»^۴ (هیجان در زبان)، «زباحواس»^۵ (حواس در زبان) و همچنین «زباهنگ» (فرهنگ در زبان) را شامل می‌شود. همان‌طور که در شکل ۲ دیده می‌شود، پیش‌قدم و ابراهیمی (۱۳۹۹) معتقدند از طریق بررسی کارکردهای کلان مغز در زبان و ارائه تصویری متفاوت و منسجم از آن، این الگو، برقراری روابط موفق با دیگران را تسهیل می‌کند. در حقیقت، این الگو افراد را قادر می‌سازد با بهره‌گرفتن از کل کارکردهای مغز و ساختار مربوط به آن ارتباط خوبی با مخاطبان برقرار کنند. براساس الگوی زبامغز، پرواضح است که زیاهنگ به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های اصلی این الگو نقش بسزایی در برقراری ارتباط مؤثر ایفا می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. 101 educational concepts
2. brainling
3. cogling
4. emoling
5. sensoling



شکل ۲. الگوی زبامغز و زیرمجموعه‌های آن (پیش‌قدم و ابراهیمی، ۱۳۹۹، ص. ۹)

زبان گاه به فرهنگ جان می‌دهد و فرهنگ گاه زبان را شکل می‌دهد. زبان بی‌شک حامل فرهنگ بشری است و هر فرهنگ «میم‌های فرهنگی»^۱ را در خود جای داده است. میم‌ها که به‌مثابه ژن‌ها عمل می‌کنند، با زبان منتقل می‌شوند و از نسلی به نسل دیگر امتداد می‌یابند. میم‌ها که همچون ژن‌ها خوب و بد دارند گاه اگر کشف و کنترل نشوند، آلودگی‌های فرهنگی را در پی خواهند داشت (داوکینز^۲، ۱۹۸۹).

اختلاط زبان و فرهنگ در واژه زبانهنگ به‌خوبی بیان شده است. پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) اذعان می‌دارند با توجه به اینکه زبانهنگ‌ها به مفاهیم فرهنگی بارز هر زبان اشاره دارند، واکاوی آن‌ها می‌تواند فهم و درک فرهنگی افراد را افزایش دهد. به‌عبارت دیگر، همان‌گونه که در تحلیل گفتمان انتقادی^۳ به‌دنبال یافتن روابط قدرت و تأثیر آن در کلام هستیم، در تحلیل زبانهنگ نیز باید به‌دنبال پیدا کردن میم‌های فرهنگی باشیم. همان‌گونه که در تحلیل گفتمان انتقادی، به‌دنبال آگاه‌سازی و تغییر گفتمان

1. cultural memes
2. Dawkins
3. critical discourse analysis

هستیم، در تحلیل زیاهنگ نیز باید به دنبال آگاه‌سازی و تغییر فرهنگی باشیم. تحلیل زیاهنگی تلاش دارد از طریق شناسایی میم‌هایی که با زبان در قالب‌های مختلف منتقل می‌شوند، ژن‌های معیوب را شناسایی و استخراج کند و آگاهی مردم را نسبت به آن‌ها بالا ببرد. همچنین بر آن است تا در صورت نیاز پیشنهادهایی برای مهندسی و تغییر ژن‌های معیوب ارائه دهد.

۲.۳. چارچوب‌های نظری برای تجزیه و تحلیل زیاهنگ

به‌طور کلی سه الگو برای بررسی زیاهنگ‌های مختلف وجود دارد که عبارت‌اند از:

- الگوی SPEAKING هایمز^۱ (۱۹۶۷)
- الگوی ویرایش‌شده هایمز (E-SPEAKING)
- الگوی مفهومی تحلیل زیاهنگ

یکی از زیرشاخه‌های قوم‌نگاری در مطالعات تحلیل گفتمان و کلام، قوم‌نگاری گفتار^۲ است که با پیوند زبان‌شناسی و مسائل قوم‌نگاری توسط هایمز در سال ۱۹۶۲ مطرح شده و به واکاوی و مطالعه چگونگی کاربرد زبان با توجه به فرهنگ جامعه پرداخته است. در این نظریه، چگونگی تأثیر روابط اجتماعی حاکم بر افراد در انتخاب و ساخت گونه زبانی بررسی شده است (شکرایی، مطیع و صادق‌زادگان، ۱۳۹۰). با اهمیت یافتن نقش ارتباط در تعاملات روزمره، این نام به قوم‌نگاری ارتباط^۳ تغییر یافت که به بررسی تفاوت‌های فرهنگی افراد جوامع گوناگون از منظر چگونگی استفاده از زبان در بافت می‌پردازد. این مفهوم که بر نظر جدایی‌ناپذیری فرهنگ و ارتباطات استوار است، زبان را موضوعی فرهنگی می‌داند که در بافت اجتماعی استفاده می‌شود. هایمز (۱۹۶۷) با الهام از این مفهوم و با در نظر گرفتن نقش ارتباطات و تعاملات اجتماعی از طریق زبان و همچنین برای قاعده‌مند کردن رویدادهای

1. Hymes
2. ethnography of speaking
3. ethnography of communication

گفتاری، مجموعه عواملی را که نقش مهمی در تعاملات میان افراد ایفا می‌کنند، معرفی کرد. او معتقد است در قوم‌شناسی ارتباطی، این عوامل در تعبیر معنای گفتمان دخیل هستند. رویدادهای گفتاری از نظر هایمز همان «تعامل اجتماعی افراد است که زبان در آن نقش بسزایی ایفا می‌کند و قوانین حاکم بر تعاملات اجتماعی را معین می‌سازد» (رستمیان و طباطبائی، ۱۳۹۰، ص. ۳۲). در این رویدادها عواملی مانند موقعیت گفته، اهداف گفته و اطلاعاتی که میان افراد شرکت‌کننده در مکالمه رد و بدل می‌شوند، حائز اهمیت هستند. این عوامل به ۱۶ مؤلفه در قالب هشت زیرمجموعه تقسیم شده‌اند و هایمز (۱۹۶۷) مجموعه این عوامل را به اختصار SPEAKING نامیده است.

شانزده مؤلفه مؤثر در تحلیل گفتمان و بررسی مکالمات عبارت‌اند از: شکل پیام، محتوای پیام، موقعیت، صحنه، سخنگو/فرستنده پیام، خطاب‌کننده، شنونده/دریافت‌کننده/حضار، مخاطب، دستاورد، هدف، لحن، مجرای ارتباطی، انواع گفته، هنجارهای تعاملات، هنجارهای تعبیر و تفسیر و ژانرها که هایمز آن‌ها را در هشت زیرمجموعه کلی به صورت زیر تقسیم‌بندی کرده است (پیش‌قدم، ابراهیمی، شعیری و درخشان، در حال چاپ):

۱. موقعیت (S): موقعیت اشاره به «زمان»، «مکان» و به‌طور کلی «موقعیت فیزیکی» و جنبه‌های فیزیکی گفتمان مانند چیدمان و عناصر ظاهری دارد. در کل، موقعیت گفتمان به دو گروه عمومی/رسمی و خصوصی/غیررسمی تقسیم می‌شود (گامپرز^۱ و هایمز، ۱۹۷۲).
۲. شرکت‌کنندگان (P): به همه افرادی که در گفتگو شرکت می‌کنند مانند سخنگو-شنونده، خطاب‌کننده-خطاب‌شنونده و فرستنده-گیرنده و دارای نقش‌های اجتماعی در گفتگو هستند، شرکت‌کننده گفته می‌شود. با توجه به وضعیت قدرت و فاصله، شرکت‌کنندگان در یک گفتمان به چهار گروه هم‌تراز و رسمی، هم‌تراز و صمیمی، نابرابر و رسمی و نابرابر و صمیمی تقسیم می‌شوند (هایمز، ۱۹۷۲).

1. Gumperz

۳. هدف (E): هدف کلی گفتمان و هدف هر یک از شرکت کنندگان (کولتارد^۱، ۱۹۸۵).
۴. ترتیب گفتمان (A): ترتیب گفتمان اقداماتی توسط گوینده است که زمینه را برای اقدامی توسط شنونده مهیا می‌سازد (جانستون و مارسلینو^۲، ۲۰۱۰).
۵. لحن (K): لحن شرکت کنندگان در گفتمان ممکن است متناسب با موقعیت گفتمان جدی، طعنه‌آمیز، فکاهی، دوستانه، خصمانه، همدردی یا تهدیدآمیز و غیره باشد (وارداف، ۲۰۱۰).
۶. ابزار گفتمان (I): اشاره به زبان، گویش و نوع مجرای ارتباطی دارد که گوینده برای برقراری با مخاطب از آن استفاده می‌کند. ابزار گفتمان به‌طور کلی به دو دسته نوشتاری و گفتاری تقسیم می‌شوند (جانستون و مارسلینو، ۲۰۱۰).
۷. قوانین گفتمان (N): قوانین گفتمان، رفتارهای خاص مشخصه‌هایی هستند که به یک گفتمان نسبت داده می‌شوند (هایمز، ۱۹۷۲).
۸. نوع گفتمان (G): ژانر خاص زبانی (شعر، افسانه، داستان، ضرب‌المثل، دعا، خطابه، لطیفه، مکالمه و غیره) (ساویله‌ترویک^۳، ۲۰۰۳).
- از آنجا که در تعاملات روزمره و فرهنگ یک جامعه واژگان و عبارات زبانی دارای بار هیجانی^۴ مثبت و منفی هستند و این هیجان‌ها در تفسیر فرهنگی مؤثر هستند، پیش‌قدم و همکاران (در حال چاپ) بعد هیجانی را به الگوی قوم‌نگاری ارتباط افزوده و آن را به قوم‌نگاری هیجانی ارتباط^۵ بسط دادند. ایشان همچنین با افزودن بعد هیجان‌ها به مؤلفه‌های جامعه‌شناختی مطرح شده در الگوی SPEAKING هایمز، آن را به الگوی E-SPEAKING تغییر دادند (شکل ۳).

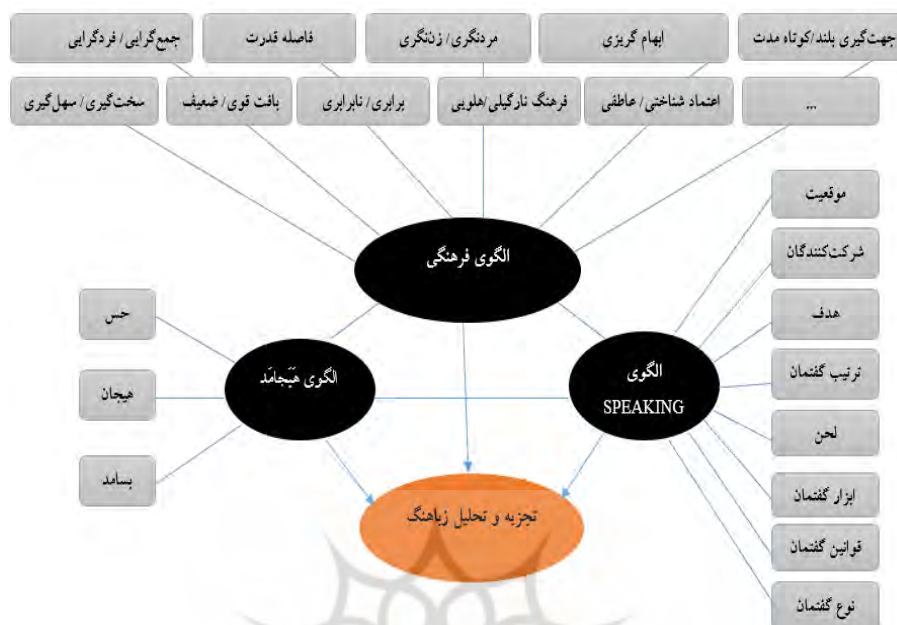
-
1. Coulthard
 2. Johnstone & Marcellino
 3. Saville-Troike
 4. emotional load
 5. emo-ethnography of communication

در حقیقت، پیش‌قدم و همکاران (در حال چاپ) با معرفی مفهوم زیباهیجان فرهنگی گامی فراتر از الگوی هایمز برداشتند و از این مفهوم به‌عنوان حلقه مفقوده الگوی هایمز یاد کردند. به هیجاناتی که در پشت عبارات زبانی نهفته هستند و در یک فرهنگ خاص ممکن است معانی منحصر به فرد خود را داشته باشند، زیباهیجان‌های فرهنگی گفته می‌شود (پیش‌قدم و همکاران، در حال چاپ). پژوهشگران با استفاده از این الگوی پیشنهادی می‌توانند از تقطیع و مثله‌کردن فرهنگ از هیجان دوری کنند و همزمان با بررسی رابطه زبان، تفکر و فرهنگ، هیجان را نیز در تعاملات لحاظ نمایند.



شکل ۳. الگو E-SPEAKING (پیش‌قدم و همکاران، در حال چاپ)

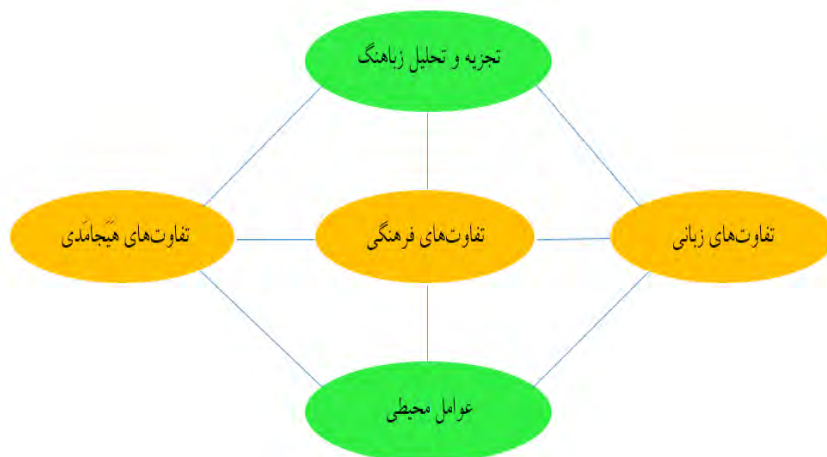
برای رفع کم و کاستی‌های الگوهای پیشین از قبیل نپرداختن به الگوی فرهنگی، در نظر نگرفتن حس و هیجان و عوامل محیطی زیرساختی در تحلیل زیاهنگ‌ها، پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) الگوی مفهومی زیاهنگ را به‌عنوان الگوی نهایی تحلیل زیاهنگ معرفی نمودند که به‌نظر می‌رسد این الگو می‌تواند به تمام ابعاد زبانی، فرهنگی و هیجانی زیاهنگ‌ها پردازد (شکل ۴).



شکل ۴. الگوی مفهومی تحلیل زیاهنگ (پیش قدم، ابراهیمی و درخشان، ۲۰۲۰، ص. ۱۵)

برای طراحی این الگو، پیش قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) به بررسی عوامل محیطی زیرساختی از قبیل مکان جغرافیایی کشور، میزان ثروت و ذخایر ملی، مسائل اقتصادی و غیره پرداختند (شکل ۵). این پژوهشگران معتقدند عوامل محیطی به عنوان منشأ تفاوت‌ها در جامعه، نقش پررنگی در فرهنگ‌سازی مردم آن جامعه و شکل‌گیری زیاهنگ‌های آنان دارند. به عبارت دیگر، محیطی را که افراد جامعه در آن زندگی می‌کنند می‌توان یکی از ریشه‌های شکل‌گیری تفاوت‌های زیاهنگی زبان و عنصر اصلی تأثیرگذار در شکل‌گیری و تحلیل زیاهنگ‌های آنان دانست که حتی تعیین‌کننده میزان هیجامد^۱ (میزان مواجهه، درگیری حسی نسبت به عبارات و نوع هیجان تولیدشده) تفاوت‌های فرهنگی و تفاوت‌های زبانی مردم آن جامعه نسبت به عبارات و واژگان است. از این رو، در نظر گرفتن عوامل محیطی در تحلیل زیاهنگ‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است.

1. emotioncy



شکل ۵. تأثیر عوامل محیطی در تحلیل زیاهنگ (پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان، ۲۰۲۰، ص. ۱۴)

براساس الگوی پیشنهادی پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰)، محققان برای تحلیل زیاهنگ‌ها ابتدا می‌بایست از فرهنگ یک جامعه زبانی آگاهی کامل داشته باشند، سپس برای توصیف آن زبان، الگوی هیجانی و الگوی هایمز را مد نظر قرار دهند. به‌طور کلی، الگوهای تحلیل زیاهنگ که در این قسمت به آن‌ها پرداخته شد، به‌مرور با افزوده شدن ابعاد جدیدی از قبیل ابعاد فرهنگی، حسی و هیجانی کامل‌تر شده و نهایتاً در الگوی پیشنهادی پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) نقاط ضعف و کم و کاستی‌های آن‌ها پوشش داده شد.

۳. مطالعات انجام‌شده در حوزه زیاهنگ

با وجود اینکه زمان زیادی از معرفی زیاهنگ نمی‌گذرد، به‌دلیل اهمیت و نقش زیاهنگ‌ها در برقراری ارتباط مؤثر، پژوهش‌های متعددی به‌منظور شناسایی و واکاوی آن‌ها انجام شده است. با جستجوی کلیدواژه زیاهنگ، ۲۰ مطالعه‌ای که به زبان‌های فارسی (تعداد: ۱۷)، انگلیسی (تعداد: ۲) و فرانسوی (تعداد: ۱) انجام شده بودند، جمع‌آوری شدند. از این تعداد ۱۵ پژوهشی که به واکاوی زیاهنگ‌های مختلف پرداخته بودند در پیکره این پژوهش قرار گرفتند. برای مرور این پژوهش‌ها، از

چارچوب‌های نظری آن‌ها، نوع پیکره و نتایج آن‌ها، جدولی تهیه شده است که به ابعاد مختلف این پژوهش‌ها می‌پردازد (جدول ۱).

جدول ۱. دسته‌بندی اطلاعات مربوط به پژوهش‌های پیشین در زمینه زیاهنگ‌های مختلف با تأکید بر روش‌شناسی و یافته‌های آن‌ها

پژوهش	زیاهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
پیش‌قدم و عطاران (۱۳۹۲)	قسم	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۱۰۰ فیلم (۵۰) فیلم انگلیسی و (۵۰) فیلم فارسی	بررسی گفتمان‌های انجام شده در فیلم‌ها نشان داد که کاربرد قسم در زبان فارسی بیشتر از زبان انگلیسی است که این مسئله نشان‌دهنده جمع‌گرا بودن فرهنگ ایرانیان است؛ هرچند این کنش گفتاری چه در زبان فارسی و چه در زبان انگلیسی بیشتر برای دفع ضرر و اتهام، جلب منفعت، تعجب و قول استفاده می‌گردد. نتایج این بررسی‌ها همچنین حاکی از آن است که مراجع قسم در زبان فارسی متفاوت‌تر و متنوع‌تر از زبان انگلیسی است. مراجع قسم در فیلم‌های فارسی شامل موارد زیر است: به خدا/خدا شاهده، به پیر/به پیغمبر، به امام رضا، به موی، به جدم فاطمه زهرا، به ارواح خاک بابام و این تن بمیره
پیش‌قدم، وحیدنیا و فیروزیان پوراصفحانی (۱۳۹۳)	نفرین	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۲۰۰ فیلم (۱۰۰) فیلم انگلیسی و (۱۰۰) فیلم فارسی	بررسی کنش گفتار نفرین کردن در گفتمان‌های مختلف نشان داد که شرکت‌کنندگان اغلب وقتی عاجز و درمانده‌اند و گمان می‌کنند که حق ضایع شده آنان قابل جبران نیست، اقدام به نفرین می‌نمایند. در چنین موقعیت‌هایی انگلیسی‌زبانان برخلاف فارسی‌زبانان به جای نفرین از فحش و ناسزا استفاده می‌کنند. علاوه بر این، نتایج به دست آمده نشان داد که بیشترین بسامد زیاهنگ نفرین مختص نشان دادن یا جلوگیری از خشم، بیان عجز و درماندگی، ضرر و زیان و توهین است. از آنجا که نفرین

پژوهش	زبانگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
				در اسلام ناپسند شمرده شده است، استفاده از کنش گفتاری نفرین بازتاب کم‌رنگ شدن نقش اعتقادات در فرهنگ ایرانیان است.
پیش‌قدم و وحیدنیا (۱۳۹۴)	دعا	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۱۶۸ فیلم فارسی و انگلیسی	نتایج این تحقیق حاکی از دو برابر بودن کاربردهای دعا در زبان فارسی نسبت به زبان انگلیسی و متفاوت بودن انگیزه فارسی‌زبانان و انگلیسی‌زبانان از دعا کردن است. کاربرد گسترده دعا در زبان فارسی نشان دهنده مذهب‌گرایی ایرانیان است. همچنین مشخص گردید مراجع دعا در زبان فارسی وسیع‌تر از زبان انگلیسی است. در جوامع غربی معمولاً خداوند متعال و حضرت مسیح در نقش مراجع دعا ظاهر می‌شوند، در حالی که در زبان فارسی علاوه بر خداوند، پیامبر اسلام (ص) و ائمه اطهار نیز می‌توانند مرجع قسم باشند.
پیش‌قدم و نوروز کرمانشاهی (۱۳۹۵)	لقب (حاجی)	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۳۰۰ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت‌های طبیعی	این لقب‌ها (حاج آقا، حاجیه‌خانم، حاجی/حاج‌خانم) که در گذشته از واژه‌های ارزشی محسوب می‌شدند، دچار نوعی دگردیسی شده و امروزه گاه به ضدارزش تبدیل گردیده‌اند که این موضوع به کم‌رنگ شدن نقش مذهب در فرهنگ ایرانیان دلالت دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که این لقب‌ها بیشتر به منظور تشویق و ترغیب کسی به انجام کاری، تشکر کردن، تحسین کردن و خواهش کردن مورد استفاده قرار می‌گیرند. بررسی لقب «حاجی» در گفتمان‌های مختلف همچنین نشان داد که این لقب در بافت‌هایی به‌کار می‌رود که، چه به‌صورت جدی یا طعنه‌آمیز، شخص قصد احترام گذاشتن یا قداست بخشیدن را دارد.

پژوهش	زیاهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
پیش قدم و عطاران (۱۳۹۵)	قسمت	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۲۸۰ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت های طبیعی	کاربرد فراوان واژه قسمت در زبان فارسی نشان دهنده تقدیرگرا بودن ایرانیان است. واکاوی گفتمان های شامل زیاهنگ قسمت نشان داد که تقدیرگرایی با سن رابطه ای مستقیم و با تحصیلات رابطه ای معکوس دارد. همچنین مشخص شد که زیاهنگ قسمت دارای هفت هدف اصلی است که عبارت اند از یأس و نومییدی، دلداری و همدردی، گله مندی، آرزو و امید، امتناع از پاسخ، تعجب و هشدار. لحن های گوناگونی نیز در به کار بردن قسمت استفاده شد که می توان به لحن یأس و نومییدی، عصبانیت و تعجب آمیز به عنوان پر تکرارترین لحن ها اشاره کرد.
پیش قدم، فیروزیان پوراصفهانی و طباطبائی فارانی (۱۳۹۶)	ناز کردن	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۳۵۰ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت های طبیعی	این پژوهش نشان داد که این زیاهنگ در موقعیت های غیررسمی بین افراد هم تراز یا نابرابر با حفظ ادب با لحن های متفاوت (ملتمسانه، کنایه آمیز، توهین آمیز و...) به کار می رود. به عبارتی این زیاهنگ نمی تواند توسط هر فرد و در هر بافت اجتماعی استفاده شود. نتایج این تحقیق همچنین نشان داد که هدف افراد از استفاده از این زیاهنگ عمدتاً حفظ معیارهای ادب و رد درخواست می باشد. کاربرد گسترده زیاهنگ ناز کردن در زبان فارسی شاهدهی است بر جمع گرا بودن ایرانیان و دنیای متفاوت شرقی ها و غربی ها.
پیش قدم و فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۶)	نمی دانم	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۴۵۰ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت های طبیعی	کاربرد زیاهنگ نمی دانم در زبان فارسی نشان دهنده اصل غیرمستقیم گویی فرهنگ ایرانیان است. ایرانیان که افرادی جمع گرا می باشند، به منظور حفظ هماهنگی با گروه، از

پژوهش	زباهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
				شیوه ارتباط غیرمستقیم و بیان زیگزاگی استفاده می‌نمایند. نتایج بررسی گفتمان‌های انجام شده در موقعیت‌های طبیعی نشان داد که زباهنگ «نمی‌دانم» اغلب با وجود دانش کافی نزد گوینده برای حفظ منزلت اجتماعی طرف مقابل و یا وجهه مخاطب است و از سوی گوینده برای پرهیز از اختلاف و تناقض به کار می‌رود. همچنین مشخص شد که زباهنگ «نمی‌دانم» از بعد اجتماعی دارای کاربردهای گفتمانی گوناگونی از قبیل نداشتن اطلاعات، حفظ وجهه، تردید، غیرمستقیم بودن، قبول نکردن مسئولیت، روند مکالمه و غیره می‌باشد.
فارسیان و علوی (۲۰۱۹)	صریح‌گویی، توهین‌آمیز، جبرگرا و کودکانه	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	مطالعه موردی پیکره زبانی رمان آسوموار	معنا و مفهوم هر کدام از زباهنگ‌ها متأثر از دوره و زمان نوشتن این رمان هستند، بدان معنا که این زباهنگ‌ها می‌بایست متناسب با شرایط و موقعیت آن زمان تحلیل شوند.
پیش‌قدم، فیروزیان پوراصفهانی و فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۹)	مرگ‌محوری و شادی‌گریزی	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۶۳۷ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت‌های طبیعی	دلیل نهفته در پس کاربرد گسترده این زباهنگ در میان فارسی‌زبانان، حاکمیت مفاهیم مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب بودن، مرده‌پرستی، غم‌ستایی و شادی‌گریزی در جامعه ایرانی است. این زباهنگ‌ها در موقعیت‌های غیررسمی و بین افراد هم‌تراز یا نابرابر کاربرد داشته و بیشتر به منظور بیان نفرین، دعا، توهین، بیان احساسات، تعریف و تمجید، تعارف، اجبار و سکوت به کار می‌رود.
پیش‌قدم، درخشان و جنتی عطایی (۱۳۹۹)	مردسالاری و زن‌سالاری	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۱۰۰۰ مورد پاره‌گفتار (۵۰۰ مورد از فیلم‌های	زباهنگ مردسالاری در دو دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۹۰ به مرور در فرهنگ ایرانی کم شده و رفته رفته جای خود را از نظر قدرت در گفتمان به زباهنگ زن‌سالاری داده است. در واقع می‌توان

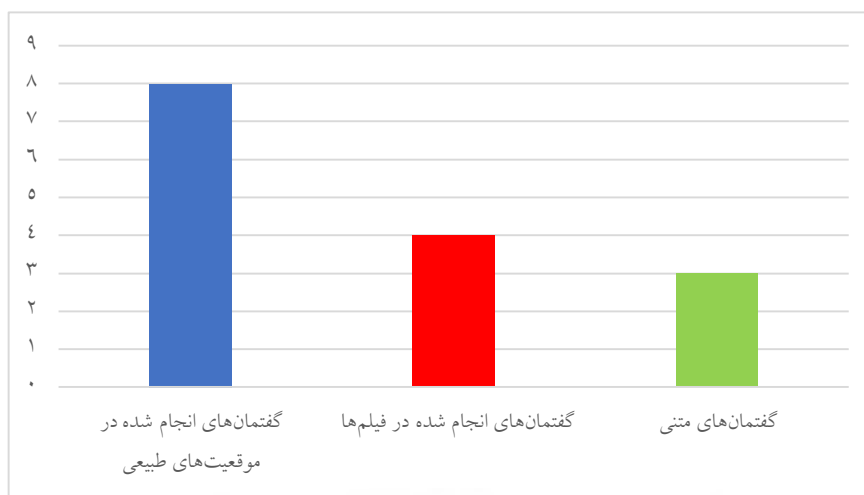
پژوهش	زیاهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
			سینمایی دهه شصت و ۵۰۰ مورد از فیلم‌های سینمایی دهه (نود)	دهه ۱۳۶۰ را مصداق بارز تفکر مردسالارانه، و دهه ۱۳۹۰ را مصداق بارز تفکر زن‌سالارانه برشمرد. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد که بیشترین بسامد زیاهنگ مردسالاری در فیلم‌های سینمایی ایرانی دهه ۱۳۹۰ به موارد تهدید، بزرگ‌بینی، عصبانیت، دستور، متلک‌گویی، امر و نهی، نیش و کنایه، پرخاش و تحقیر اختصاص یافته است.
پیش‌قدم و ابراهیمی (در حال چاپ)	بلا تکلیف‌شدگی	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۷۱۲ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت‌های طبیعی	نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ایرانیان به اهداف متفاوتی مانند ناز کردن و خجالت، نشان دادن عدم اطمینان، پرهیز از ابراز نظر به صورت مستقیم، مسئولیت‌گریزی، اجتناب از اعلام نظر مخالف، نیافتن پاسخی مشخص برای تصمیم، دفاع از خود، نشان دادن گرفتاری ذهنی، دوری از استرس و نگرانی، نداشتن اطلاعات کافی و عدم آگاهی، جلوگیری از سوء تفاهم و تعارف این زیاهنگ را در بافت‌های عمومی/خصوصی، رسمی/غیررسمی استفاده می‌کنند. این زیاهنگ بسامد بالایی در فرهنگ ایرانیان دارد که نشان‌دهنده ابهام‌گریزی بالای آنان است. در واقع ایرانیان تمایلی به ماندن در بلا تکلیفی، تعلیق و ابهام ندارند. ایرانیان بلا تکلیفی خود را با عبارات تقابلی دوگانه ابراز می‌کنند تا مخاطبشان در تصمیم‌گیری به یاری‌شان بیایند و آنان را با اعلام نظر خود از بلا تکلیفی نجات دهد.
پیش‌قدم، درخشان، ابراهیمی و	مثبت‌نگری	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۷۷۷ مورد ضرب‌المثل فارسی برگرفته از کتاب	بیشترین بسامد زیاهنگ مثبت‌نگری مختص موارد حفظ ادب، بیان خیرخواهی، پند و نصیحت، امید به آینده، خوش‌بینی، اظهار صداقت و درستی، دعوت به شاد بودن،

پژوهش	زبانهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
جنتی عطایی (۱۳۹۹)			فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی	نشان‌دهنده بخت و اقبال، تشبیه، اغراق و بزرگ‌نمایی، ایجاد حس اتحاد و همکاری، ابراز ارادت و احترام به دیگران، علاقه و محبت، دعا و طلب خیر، نشان‌دادن پایبندی به اعتقادات اسلامی، تشویق و ترغیب به انجام کار خیر، تشویق و ترغیب به صبر در کارها، دلداری دادن و شکرگزاری می‌باشد.
فیروزیان پوراصفهانی، پیش‌قدم و فیروزیان پوراصفهانی (در حال چاپ)	شرم‌محوری یا گناه‌محوری	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۷۵۶ مورد گفت‌وگو ضبط‌شده از موقعیت‌های طبیعی	این پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه مرز مشخصی میان کاربرد واژه‌های «تقصیر» و «گناه» در موقعیت‌های مختلف وجود ندارد، بررسی دقیق‌تر شواهد زبانی نشان می‌دهد که واژه «تقصیر» اغلب در موقعیت‌های عمومی و غیررسمی و واژه «گناه» در موقعیت‌های رسمی به‌کار می‌رود. این نتایج همچنین بر حاکمیت قوی‌تر و قدرتمندتر فرهنگ شرم‌محور نسبت به فرهنگ گناه‌محور در فرهنگ ایران صحه گذاشته و ویژگی جمع‌گرایی ایرانیان را نیز تأیید می‌کند.
مهرابی و محمودی بختیاری، (در حال چاپ)	ناسزا	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	مطالعه موردی پیکره زبانی رمان <i>دایی جان ناپائون</i>	تحلیل داده‌های این پژوهش نشان داد که ناسزاها در برخی حوزه‌های مفهومی (حیوانات، ظواهر و اعضای بدن، صفات انسانی و ویژگی‌های شخصیتی، فهم و شعور و جنبه‌های عقلانی، آبرو و شرم و حیا، ناموس، اصل و نسب و پدر و مادر) شکل می‌گیرند و توهین‌های جنسی که پاکدامنی فرد را هدف می‌گیرد به دلایل فرهنگی مشخصی پرکاربردتر هستند. یافته‌های تحقیق همچنین نشان می‌دهد که هدف از زبانهنگ ناسزا بیان «تحقیر»، «بیان ترحم به‌گونه‌ای منفی»، «طعنه»، «پرخاش»، «عصبانیت» و حتی «آرزو و تمنای منفی» است.

پژوهش	زیاهنگ	چارچوب نظری تحقیق	پیکره	نتیجه
پوریزدان پناه کرمانی (در حال چاپ)	مدرک ستایی	الگوی هایمز (۱۹۶۷)	۱۵۰ مورد گفتمان ضبط شده از موقعیت های طبیعی	افراد در فرهنگ فارسی با اهدافی نظیر کسب علم به معنای واقعی، به دست آوردن آینده ای روشن تر، پول/کسب درآمد، پز دادن، فرصت های مناسب برای ازدواج، کسب جایگاه اجتماعی، امید به استخدام در مراکز دولتی پیدا کردن همسر تحصیل کرده و... به این گفتمان با موضوع زیاهنگ مدرک ستایی می پردازند. هر فرد در موقعیت های مختلف بسته به شرایط، از لحن های متفاوت در بیان این زیاهنگ استفاده می کند که عمدتاً خنده آور، عصبانی، تهدیدآمیز، جدی و محبت آمیز و دلسوزانه است.

۳.۱. تحلیل پیکره پژوهش های مربوط به زیاهنگ

نمودار ۱ نشان می دهد که از میان پژوهش های انجام شده در حوزه زیاهنگ، ۸ پژوهش داده های مورد نیاز خود را از گفتمان هایی که در بستر موقعیت های طبیعی رخ داده اند، جمع آوری نموده اند. بررسی این مطالعات نشان می دهد که پژوهشگران این حوزه، از گفتمان های انجام شده در فیلم ها نیز برای واکاوی زیاهنگ ها به دفعات استفاده کرده اند (۴ پژوهش). این دسته از پژوهشگران بر این باورند که زبان هنر، بافت طبیعی جامعه را به خوبی نمایان می سازد. به عبارتی، «زبان هنر انعکاس دهنده رفتارها و احساسات طبیعی مردم جامعه است» (پیش قدم و وحیدنیا، ۱۳۹۳، ص. ۵۱). سایر پژوهش ها (۳ پژوهش) نیز برای کشف زیاهنگ ها، منابع متنی مانند رمان ها را بررسی نموده اند.



نمودار ۱. پیکره مطالعات انجام شده در حوزه زیاهنگ

۲.۳. بررسی چارچوب نظری مطالعات انجام شده در حوزه زیاهنگ

بررسی مطالعات انجام شده در حوزه زیاهنگ نشان می‌دهد که همه پژوهشگران از الگوی SPEAKING هایمز (۱۹۶۷) برای تجزیه و تحلیل زیاهنگ‌ها استفاده کرده و از سایر الگوهای تجزیه و تحلیل زیاهنگ (الگوی ویرایش شده هایمز و الگوی مفهومی تجزیه و تحلیل زیاهنگ) بهره نبرده‌اند (جدول ۱). علت اینکه الگوی هایمز همواره مورد توجه پژوهشگران این حوزه بوده این است که آنان را قادر می‌سازد گفتمان‌های مختلف را به دقت بررسی کرده و عوامل مؤثر بر تعامل میان افراد را بیابند (اسمال، ۲۰۰۸). با در نظر گرفتن مؤلفه‌های این الگو، محققان می‌توانند رفتارهای اجتماعی افراد را با توجه به بُعد زبانی آن تحلیل کرده و اهداف، نیازها و سطوح رضایت افراد درگیر در یک مکالمه و اینکه زبان چگونه در بافت زبانی کاربرد دارد را مشخص سازند.

۴. بحث و نتیجه گیری

بی شک اطلاع از مسائل فرهنگی، تشخیص رفتارهای فرهنگی ناسالم و جایگزینی آنها با رفتارهای سالم که از طریق ابزاری تحول‌گرا به نام زیاهنگ امکان پذیر است، موجب رشد و تعالی هر جامعه‌ای می‌شود (پیش‌قدم، ۱۳۹۱). هرچه بیشتر و جامع‌تر به بررسی و شناسایی این ابزار تحول‌گرا بپردازیم، راه رسیدن به تعالی فرهنگی هموارتر می‌گردد. در این راستا، پیشنهادهایی برای مطالعات آینده ارائه می‌گردد که امید است محققان را در شناسایی هرچه بیشتر و کامل‌تر این پاره‌گفتارهای زبانی یاری دهد:

۴. ۱. واکاوی سایر زیاهنگ‌های رایج

علاوه بر زیاهنگ‌هایی نظیر قسم، دعا، نفرین، لقب، نمی‌دانم، ناز کردن، قسمت، مثبت‌نگری، مرگ‌محوری، مردسالاری/زن‌سالاری، بلاتکلیف‌شدگی، شرم‌محوری/گناه‌محوری، ناسزا و مدرک‌ستایی که تاکنون به آنها پرداخته شده است، زیاهنگ‌های دیگری نیز در جامعه وجود دارند که با بررسی آنها می‌توان اطلاعات قابل توجهی درباره فرهنگ آن جامعه به دست آورد. برای مثال، می‌توان به زیاهنگ‌های گوناگونی از قبیل زیاهنگ ارزش‌گاهی، سکوت‌ستایی، غیرمستقیم‌گویی، آبروریزی و تکریم مهمان و غیره اشاره کرد.

۴. ۲. واکاوی زیاهنگ‌های متنی

بعضی از زیاهنگ‌ها بیشتر در متون یافت شده و در مکالمات کاربرد چندانی ندارند. پیش‌قدم (۱۳۹۱) از آنها به عنوان «زیاهنگ‌های برون‌آگاهی»^۱ یاد می‌کند. آثار ادبی از جمله رمان‌ها و داستان‌های کوتاه منشأ غنی این قبیل زیاهنگ‌ها می‌باشند که بررسی آنها می‌تواند ما را از زیاهنگ‌های برون‌آگاهی هر جامعه آگاه سازد. این در حالی است که از میان مطالعات انجام شده در حوزه زیاهنگ، تنها دو پژوهش (فارسیان و علوی، ۲۰۱۹؛ مهربانی و محمودی بختیاری، در حال چاپ) به واکاوی

1. evolved cultuling

زبانگ‌های به کاررفته در رمان‌ها پرداخته‌اند. از این رو مطالعات آینده می‌توانند سایر رمان‌های معروف ادبیات ایران و جهان از جمله سووشون (دانشور، ۱۳۴۸)، چشم‌هایش (علوی، ۱۳۳۱)، کلیدر (دولت‌آبادی، ۱۳۵۷)، هملت (شکسپیر^۱، ۱۹۸۲) و غیره را به‌منظور استخراج زبانگ‌های موجود در آن‌ها به‌دقت بررسی کنند.

۴.۳. ارزیابی محتوای فرهنگی کتب درسی براساس زبانگ‌های موجود در آن‌ها

یکی از موارد مهمی که در ارتباط با موضوع همبستگی زبان و فرهنگ مطرح می‌گردد توانش بینا فرهنگی^۲ و پیرو آن آگاهی فرهنگی انتقادی^۳ است؛ چراکه این توانش نقش بسزایی در برقراری روابط و تعاملات بین فرهنگی ایفا می‌کند (بایرام^۴، ۲۰۱۲؛ فانتینی^۵، ۲۰۲۰). همچنین شناخت زبانگ‌های مختلف بدون آگاهی فرهنگی انتقادی که از مهم‌ترین ظرفیت‌های توانش بینا فرهنگی است امکان‌پذیر نیست. از جمله ابزاری که به بهبود توانش بینا فرهنگی و افزایش آگاهی انتقادی کمک می‌کند، کتب و مطالب درسی‌اند (سودمندافشار و یوسفی، ۲۰۱۹؛ ونینگر و کیث^۶، ۲۰۱۳). از این رو، ارزیابی محتوای فرهنگی کتب درسی امری ضروری به‌نظر می‌رسد (درخشان، ۱۳۹۷؛ ریساگر، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه پیش‌قدم (۱۳۹۱) از زبانگ به‌عنوان ابزاری مناسب برای جستجوی مسائل فرهنگی زبان یاد کرده است، یکی از مواردی که می‌تواند افراد را در ارزیابی ابعاد فرهنگی کتب درسی زبان یاری دهد، شناسایی و استخراج زبانگ‌های موجود در آن‌هاست.

در حقیقت از این پاره‌گفتارهای زبانی می‌توان به‌عنوان میزانی برای سنجش ابعاد فرهنگی ابزارهای تدریس به‌ویژه کتب درسی بهره برد. از این رو پیشنهاد می‌شود مطالعاتی که قصد ارزیابی مسائل فرهنگی مستتر در مطالب درسی را دارند از

1. Shakespeare
2. intercultural competence
3. intercultural awareness
4. Byram
5. Fantini
6. Weninger & Kiss

زیاهنگ‌ها بهره لازم را ببرند. نکته دیگر اینکه می‌توان مجموعه کتاب‌های آموزش فارسی به غیرفارسی‌زبانان را براساس زیاهنگ‌های مختلف تدوین نمود.

۴. ۴. چارچوب نظریه تجزیه و تحلیل زیاهنگ‌ها

همان‌طور که پیش از این نیز عنوان شد، تمام پژوهش‌های انجام شده در حوزه زیاهنگ از الگوی SPEAKING هایمز (۱۹۶۷) برای بررسی گفتمان‌ها استفاده کردند. علی‌رغم تمام ویژگی‌های مثبت الگوی هایمز که موجب شده به‌دفعات از آن برای تحلیل داده‌ها استفاده شود، این الگو نقص‌هایی نیز دارد. برای مثال، هایمز در این الگو تنها به مؤلفه‌های جامعه‌شناختی پرداخته و مسائل روان‌شناختی زبان را لحاظ نکرده است. این در حالی است که پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) اثبات کردند که در نظر گرفتن عواملی مانند حس و هیجان به‌عنوان عوامل روان‌شناختی، الگوی جامعه‌شناختی و فرهنگی را کامل می‌کند و شرایطی را فراهم می‌سازد که پژوهشگران بتوانند با نگاهی کل‌نگر به زیاهنگ‌ها بپردازند. از این رو توصیه می‌شود مطالعات آینده برای تجزیه و تحلیل گفتمان از الگوی پیشنهادی پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) استفاده نمایند تا به شناخت عمیق‌تری از زیاهنگ‌ها دست یابند.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، به‌علت اهمیت زیاهنگ‌ها در به‌تصویر کشیدن شمای فرهنگی هر کشور و با توجه به نقش کلیدی آن‌ها در درک و فهم ارتباطات میان‌فرهنگی، مطالعات متعددی به تحلیل این پاره‌گفتارها پرداختند که در این پژوهش بررسی شدند. برای نیل به هدف مورد نظر، چارچوب نظری، پیکره و یافته‌های این پژوهش‌ها مورد کنکاش واقع شدند. با توجه به یافته‌های این پژوهش‌ها می‌توان گفت که زیاهنگ‌ها در پیکره‌های مختلف، بسامد، اهداف و کاربردهای گوناگونی دارند. این رو، انتظار می‌رود مطالعات آینده زیاهنگ‌هایی را که در این پژوهش بررسی شده‌اند، در سایر پیکره‌ها نیز واکاوی نمایند تا از کاربردهای آنان در جوامع دیگر اطلاع یابند. همچنین پیشنهاد می‌گردد، تمام این زیاهنگ‌ها که پیش‌تر براساس الگوی هایمز بررسی شده‌اند، با استفاده از الگو پیشنهادی پیش‌قدم، ابراهیمی و درخشان (۲۰۲۰) تحلیل شوند تا اطلاعات جامع‌تری از این پاره‌گفتارها حاصل گردد.

کتابنامه

- پوریزدان پناه کرمانی، ف. (در حال چاپ). بررسی جامعه‌شناختی زیاهنگ مدرک ستایی و کاربرد گفتمانی آن در زبان فارسی. *مطالعات زبان و ترجمه*.
- پیش‌قدم، ر. (۱۳۹۱). معرفی «زیاهنگ» به‌عنوان ابزاری تحول‌گرا در فرهنگ‌کاوی زبان. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۴۵(۴)، ۶۱-۴۷.
- پیش‌قدم، ر.، ابراهیمی، ش.، شعیری، ح. ر.، و درخشان، ع. (در حال چاپ). معرفی «زیاهنگ» به‌عنوان حلقه مفقوده قوم‌نگاری ارتباط: مکمل الگو هایمز. *جستارهای زبانی*.
- پیش‌قدم، ر.، درخشان، ع.، ابراهیمی، ش.، و عطایی، ا. (۱۳۹۹). واکاوی زیاهنگ «مثبت‌نگری» در ضرب‌المثل‌های زبان فارسی. *فرهنگ و ادبیات عامه*، ۱(۳۴)، ۲۱۷-۲۵۲.
- پیش‌قدم، ر.، درخشان، ع.، و عطایی، ا. (۱۳۹۹). واکاوی زیاهنگ «مردسالاری» و «زن‌سالاری» در فرهنگ ایرانی: مقایسه موردی فیلم‌های سینمای ایران در دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۹۰. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۲(۱)، ۹۱-۱۱۵.
- پیش‌قدم، ر.، فیروزیان پوراصفهانی، آ.، و طباطبائی فارانی، س. (۱۳۹۶). واکاوی عبارت «ناز کردن» و ترکیب‌های حاصل از آن در زبان فارسی در پرتو الگو «هیچ‌آمد». *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۸(۳۹)، ۶۷-۱۵۲.
- پیش‌قدم، ر.، فیروزیان پوراصفهانی، آ.، و فیروزیان پوراصفهانی، آ. (۱۳۹۹). معرفی زیاهنگ «مرگ‌محوری و شادی‌گریزی» از طریق تفحص در گفتمان‌شناسی «مرگ» در زبان فارسی. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۲۱(۴۹)، ۱۸۱-۲۰۶.
- پیش‌قدم، ر.، و ابراهیمی، ش. (۱۳۹۹). معرفی الگوی «زیامغز» و بررسی نقش آن در برقراری ارتباط مؤثر: گامی فراتر از توانش ارتباطی. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۵۳(۳)، ۱-۳۲.
- پیش‌قدم، ر.، و ابراهیمی، ش. (در حال چاپ). بررسی زیاهنگ «بلا تکلیف‌شدگی» با استفاده از عبارات تقابلی دوگانه در پرتو الگو هایمز. *علم زبان*.
- پیش‌قدم، ر.، و عطاران، آ. (۱۳۹۲). نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری «قسم»: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۴۶(۴)، ۲۵-۵۰.
- پیش‌قدم، ر.، و عطاران، آ. (۱۳۹۵). گفتمان‌شناسی «قسمت» در زبان و فرهنگ مردم ایران. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۷(۳۵)، ۱۲۹-۱۴۹.

- پیش قدم، ر.، و فیروزیان پوراصفهانی، آ. (۱۳۹۶). تأملی جامعه‌شناختی پیرامون کاربردهای گفتمانی «نمی دانم» در زبان فارسی در پرتو الگو هایمیز. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۸ (۳۷)، ۷-۳۵.
- پیش قدم، ر.، و نوروزکرمانشاهی، پ. (۱۳۹۵). ارتباط میان زبان، مذهب و فرهنگ: تحقیق و تدقیق در کارکردهای لقب «حاجی» و واژه‌های وابسته در زبان فارسی. *زبان پژوهی دانشگاه الزهراء*، ۸ (۲۰)، ۲۷-۵۱.
- پیش قدم، ر.، و وحیدنیا، ف. (۱۳۹۴). کاربردهای «دعا» در فیلم‌های فارسی و انگلیسی در پرتو الگو هایمیز. *جستارهای زبانی*، ۷ (۲۸)، ۵۳-۷۲.
- پیش قدم، ر.، و وحیدنیا، ف.، و فیروزیان پوراصفهانی، آ. (۱۳۹۳). نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری «نفرین»: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۴۷ (۲)، ۴۵-۷۲.
- دانشور، س. (۱۳۴۸). *سووشون*. تهران: انتشارات دانشگاه خوارزمی تهران.
- درخشان، ع. (۱۳۹۷). تحلیل و نقد ارزش‌های فرهنگی در مجموعه کتاب‌های *American English File*. *پژوهش‌نامه انتقادی متون و منابع علوم انسانی*، ۱۸ (۸)، ۵۳-۷۶.
- دولت‌آبادی، م. (۱۳۵۷). *کلیدر*. تهران: فرهنگ معاصر.
- رستم‌بیک تفرشی، آ.، و رمضانی واسوکلایی، ا. (۱۳۹۱). نقش آموزش فرهنگ در یادگیری زبان خارجی. *فصلنامه پژوهش‌نامه انتقادی متون و منابع علوم انسانی*، ۱ (۱)، ۱۵-۳۴.
- رستمیان، م.، و طباطبائی، س. ک. (۱۳۹۰). بررسی تطبیقی بافت موقعیت (برون‌زبانی) از دیدگاه فرث، هایمز و لوئیس با سیاق حالیه. *پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم*، ۲ (۴)، ۲۹-۳۶.
- شکرایبی، ر.، مطیع، م.، و صادق‌زادگان، ه. (۱۳۹۰). بررسی روش گفتمان‌کاوی و چگونگی کاربست آن در مطالعات قرآنی. *پژوهش*، ۳ (۱)، ۹۳-۱۲۲.
- علوی، ب. (۱۳۳۱). *چشم‌هایش*. ایران: نگاه.
- فیروزیان پوراصفهانی، آ.، پیش قدم، ر.، و فیروزیان پوراصفهانی، آ. (در حال چاپ). حاکمیت زیاهنگ «شرم‌محوری» یا «گناه‌محوری» در فرهنگ ایران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*.
- مهرابی، م.، و محمودی بختیاری، ب. (در حال چاپ). زیاهنگ «ناسزا» در فارسی و معادل‌های ترجمه‌شده انگلیسی براساس الگوی هایمیز؛ مطالعه موردی پیکره زبانی رمان *دایی جان ناپلئون*. *مطالعات زبان و ترجمه*.
- واعظی، ا. (۱۳۹۱). *جبر زبانی*. *فصلنامه علمی پژوهشی فلسفه و الهیات*، ۱۷ (۴)، ۱-۳۶.

- Agar, M. (1994). *Language shock: Understanding the culture of conversation*. New York, NY: William Morrow.
- Bonvillain, N. (2019). *Language, culture, and communication: The Meaning of Messages*. New York, NY: Rowman and Littlefield.
- Brown, H. D. (1994). *Principles of language learning and teaching*. Boston, MA: Prentice Hall Regents.
- Byram, M. (2012). Language awareness and critical cultural awareness relationships, comparisons and contrasts. *Language Awareness*, 21(1), 5-13.
- Coulthard, M. (1985). *An introduction to discourse analysis*. Harlow, England: Longman.
- Dawkins, R. (1989). *Mems: The new replicators, the selfish gene*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Fantini, A. E. (2020). Reconceptualizing intercultural communicative competence: A multinational perspective. *Research in Comparative and International Education*, 15(1), 52-61.
- Farsian, M. R., & Alavi, S. N. (2019). La Cultulangue dams L' Assommoir d'Emile Zola. *RELF*, 11(1), 141-152.
- Gumperz, J., & Hymes, D. (1972). *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Halliday, M. A. K. (1975). *Learning how to mean: Explorations in the development of language*. London, England: Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K. (1994). *An introduction to systemic functional grammar* (2nd ed.). London, England: Edward Arnold.
- Hymes, D. (1962). The ethnography of speaking. In T. Gladwin & W. C. Sturtevant (Eds.), *Anthropology and human behavior* (pp. 13-53). Washington, DC: Anthropology Society of Washington.
- Hymes, D. (1967). Models of interaction of language and social setting. *Journal of Social Issues*, 3(32), 8-28.
- Hymes, D. (1972). Models of the interaction of language and social life. In J. J. Gumperz & D. Hymes (Eds.), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication* (pp. 35-71), New York, NY: Holt, Rinehart & Winston.
- Johnstone, B., & Marcellino, W. (2010). Dell Hymes and the ethnography of communication. *The SAGE handbook of sociolinguistics* (pp. 57-66). London, England: Sage.
- Kecskes, I. (2015). Language, culture, and context. In F. Sharifian (Ed.), *The Routledge handbook of language and culture* (pp. 113-129). London, England: Routledge.
- Keith, K. D. (2011). Introduction to cross-cultural psychology. In K. D. Keith (Ed.), *Cross-cultural psychology: Contemporary themes and perspectives* (pp. 3-19). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Kramsch, C. (2013). Culture in foreign language teaching. *Iranian Journal of Language Teaching Research*, 1(1), 57-78.

- Kramsch, C., Cain, A., & Murphy-Lejeune, E. (2009). Why should language teachers teach culture?. *Language, Culture and Curriculum*, 9(1), 99-107.
- Lado, R. (1999). *Language teaching: A scientific approach*. Washington DC: Georgetown University Press.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago, CA: University of Chicago Press.
- Pishghadam, R. (2020). *101 educational concepts* [101 mafhoom-e amoozeshi]. North Carolina, NC: Lulu Press.
- Pishghadam, R., Ebrahimi, S., & Derakhshan, A. (2020). Cultuling Analysis: A new methodology for discovering cultural memes. *International Journal of Society, Culture, and Language*, 8(2), 17-34.
- Pishghadam, R., Ebrahimi, S., Naji Meidani, E., & Derakhshan, A. (2020). An introduction to "Cultuling" Analysis (CLA) in light of variational pragmatics: A step towards "Euculturing". *Research in Applied Linguistics*, 8(2), 17-34.
- Richards, J. C., & Schmitt, R. (2002). *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics* (3rd ed.). London, England: Pearson Education.
- Risager, k. (2011). The cultural dimensions of language teaching and learning. *Language Teaching*, 44(1), 485-499.
- Risager, K. (2018). *Representations of the world in language textbooks*. Bristol, England: Multilingual Matters.
- Sapir, E., & Whorf, B. (1956). *Language, thought, and reality*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Saville-Troike, M. (2003). *The ethnography of communication: An introduction*. London, England: Blackwell.
- Shakespeare, W. (1982). *Hamlet*. London, England: Routledge.
- Small, A. (2008). *Evaluation of the usefulness of Hymes' ethnographic framework from a teacher's perspective* (Unpublished master's thesis). University of Brimingham, England.
- Soodmand Afshar, H., & Yousefi, M. (2019). Do EFL teachers 'critically' engage in cultural awareness? A mixed-method investigation. *Journal of Intercultural Communication Research*, 48(4), 315-340.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society*. Cambridge, MA: Presidents and Fellows of Harvard College.
- Vygotsky, L. (1986). *Thought and language*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Wardhaugh, R. (2010). *An Introduction into sociolinguistics* (6th ed.). New York, NY: Wiley-Blackwell.
- Weninger, C., & Kiss, T. (2013). Culture in English as a foreign language (EFL) textbook: A semiotic approach. *TESOL Quarterly*, 47(4), 694-716.

درباره نویسندگان

علی درخشان دانشیار رشته زبان‌شناسی کاربردی در گروه زبان و ادبیات انگلیسی دانشگاه گلستان است. از علایق تحقیقاتی او می‌توان به منظورشناسی بین‌زبانی، تربیت معلم، تفاوت‌های فردی زبان‌آموزان و روان‌شناسی تربیتی اشاره کرد.