

معرفی زبانهنگ مرگ محوری و شادی‌گزیزی از طریق تفحص در گفتمان‌شناسی «مرگ» در زبان فارسی

رضا پیش‌قدم^۱، آیدا فیروزیان پوراصفهان^۲، آیلین فیروزیان پوراصفهان^۳

چکیده

نظر به اهمیت زبان و واژگان در منعکس نمودن باورهای فرهنگی حاکم بر جوامع و در نهایت، شناخت بهتر و کامل‌تر این باورها، جستار حاضر که در زمره پژوهش‌های جامعه‌شناسی زبان قرار دارد، بر آن شده است تا در پرتوی الگوی هایمز (۱۹۶۷)، به بررسی کارکردهای مختلف قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن، در پیکره‌ای نمونه از زبان فارسی بپردازد. «مرگ» و عبارات وابسته به آن از جمله مضامینی هستند که از زوایای مختلف فرهنگی، اجتماعی و نیز زبانی قابل تفحص و بررسی بوده و به خوبی می‌توانند باورهای فرهنگی جوامع را به تصویر کشند. به منظور نیل به هدف مورد نظر، نخست تعداد ۶۷۳ بافت طبیعی که در آنها گفتمان مرتبط با «مرگ» بکار رفته بود، ضبط شد و پس از بررسی داده‌های گردآوری شده براساس بخش‌های هشتگانه مدل هایمز (۱۹۶۷)، موارد کاربرد این قطعه زبانی از منظر اجتماعی و زبانهنگ‌های مرتبط حاکم در جامعه فارسی زبان استخراج گردید. یافته‌های حاصل از پژوهش، حاکی از آن بود که دلیل نهفته در پس کاربرد گسترده قطعه زبانی مذکور در میان فارسی‌زبانان، حاکمیت زبانهنگ‌های مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب بودن، مرده‌پرستی، غم‌ستایی و شادی‌گزیزی در جامعه ایرانی است.

واژه‌های کلیدی

فرهنگ کاوی، کالبد شکافی زبان، زبانهنگ، مدل SPEAKING هایمز، مرگ

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۸/۱۹

pishghadam@um.ac.ir

۱. استاد گروه زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد

firooziyani@imamreza.ac.ir

۲. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع) (نویسنده مسئول)

a.firoozian@du.ac.ir

۳. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه دامغان

مقدمه

دیر زمانی است که پرداختن به تفاوت‌های فرهنگی جوامع گوناگون، یکی از دغدغه‌های متخصصان زبان‌شناسی، جامعه‌شناسی و برخی از سایر رشته‌ها بوده است (Wardhaugh, 2010). بی‌تردید، مقوله «فرهنگ» را می‌توان از جمله دلایلی در نظر گرفت که می‌تواند جوامع گوناگون را از یکدیگر متمایز نماید. این مقوله، در برگزیده ارزش‌ها و باورهای مشترک مردم جوامع است و می‌تواند از نسلی به نسل دیگر انتقال یابد (Keith, 2011). به راستی، فرهنگ دریچه‌ای رو به انسان می‌گشاید که شخص از آن منظر، دنیا را درک می‌کند. در واقع، فرهنگ یک جامعه، می‌تواند شیوه بیان و رفتار افراد آن جامعه را منعکس نماید (Richards & Chmitt, 2002). همچنان‌که گفته می‌شود، عقاید و باورهای فرهنگی افراد یک جامعه، ریشه در فرهنگ چند هزار ساله یک تمدن دارند که ممکن است به مرور زمان دستخوش تغییراتی شده باشند. باید در نظر داشت که به منظور «برقراری ارتباط با افراد هر جامعه، ناگزیر از رسوخ لایه‌های فرهنگی، روش خاص زندگی، عقاید، نمادها و اساطیر آن جامعه هستیم» (عسکرنژاد، ۱۳۴۸: ۳۰۹). به این علت که بدون شک، رد پای فرهنگ و روحیات اهالی هر جامعه زبانی در زبان آنان یافت می‌شود و با توجه به رابطه متقابل فرهنگ و زبان، می‌توان از طریق فرهنگ‌کاوی زبان^۱، از نظام فکری و فرهنگی جامعه آگاهی پیدا نمود (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۳). در همین راستا، لیکاف^۲ (۱۹۸۷) اذعان می‌دارد که زبان یک جامعه تأثیر بسزایی در شکل‌گیری شناخت و تغییر رفتار افراد آن جامعه دارد و به ما در شناخت بهتر جامعه و فرهنگ مردم آن یاری می‌رساند. بنابراین می‌توان گفت، مطالعه هر فرهنگ به منزله کلیدی برای درک عادات فکری و رفتاری افراد آن جامعه در نظر گرفته می‌شود و در زبان افراد آن جامعه نمود می‌یابد و چگونگی بیان آن، در قالب نوشتاری و گفتاری، نحوه اندیشیدن و افکار مردم آن جامعه را به تصویر می‌کشد (ذوالفقاری، ۱۳۹۴: ۱۲). در این رابطه، توجه به این نکته ضرورت دارد که فرهنگ‌کاوی زبان در خلاء روی نمی‌دهد و لازمه آن برخورداری از دانش تاریخی، آگاهی از زبان مادری و داشتن نگاهی جامعه‌شناختی و روان‌شناختی به زبان است؛ زیرا تغییراتی که در طول تاریخ در زبان مادری ایجاد می‌شوند، «ممکن است در بستر اجتماع، خط مشی فکری و روانی خاصی را ایجاد کرده باشند» (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۳). بنابراین، مطالعات جامعه‌شناسی زبان به دنبال واکاوی ساختارهای جامعه از طریق بررسی نگرش، عملکرد و رفتارهای افراد آن جامعه در قالب زبان می‌باشند (Lakoff, 2010).

در این راستا، پیش‌قدم (۱۳۹۱) بر «کالبدشکافی زبان»^۱ و استخراج «زیاهنگ‌ها» که خود لازمه مطالعه فرهنگ‌ها است، تأکید می‌ورزد و به واکاوی «زیاهنگ‌های» جوامع مختلف برای پی بردن به فرهنگ نهان در زبان آنها تأکید می‌نماید (پیش‌قدم، وحیدنیا و فیروزیان پوراصفهان‌ی، ۱۳۹۳: ۴). وی «زیاهنگ» را متشکل از دو واژه «زبان» و «فرهنگ» دانسته و آن را به صورت «نمایش فرهنگی از یک زبان» تعریف می‌کند (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۲) و همان‌گونه که گفته شد، علم واکاوی و بررسی زیاهنگ‌ها را «فرهنگ‌کاوی زبان» می‌نامد. او بر این باور است که مجموع چندین زیاهنگ، تصویری کلی‌تر از فرهنگ یک جامعه در اختیار فرهنگ‌کاوان قرار می‌دهد؛ بنابراین، آنچه ماورای زیاهنگ قرار می‌گیرد، «فرازبهانگ»^۲ نامیده می‌شود. آنچه گفته شد، بدان معناست که چندین عبارت زبانی تشکیل‌دهنده یک زیاهنگ هستند و چندین زیاهنگ یک فرازیاهنگ را به وجود می‌آورند. وی همچنین اذعان می‌دارد که به همین علت حوزه مفهومی زیاهنگ‌ها معمولاً ویژگی‌های بارز فرهنگی و قوم‌شناختی را نشان می‌دهد، در پژوهش‌های بین‌زبانی و بین‌فرهنگی از اهمیت بسیاری برخوردار بوده و ابزار مناسبی برای جستجو در جهان‌بینی یک فرهنگ به شمار می‌آید.

بنابراین، با توجه به اهمیت زبان و واژه‌ها و تأثیر آنها در شکل‌گیری شناخت و در نهایت تغییر رفتار افراد (لیکاف، ۱۹۸۷)، به نظر می‌رسد آشنایی با واژه‌های ارزشی در زبان فارسی می‌تواند به ما در شناخت بهتر جامعه، فرهنگ و عوامل مؤثر بر آنها یاری رساند (پیش‌قدم و کرمانشاهی، ۱۳۹۵). این پژوهش، به مطالعه پیکره‌ای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در فرهنگ و زبان فارسی می‌پردازد تا از طریق آن، ضمن استخراج کارکردهای گفتمانی این قطعه زبانی و عبارات مرتبط با آن در فرهنگ و زبان فارسی، دریچه‌ای رو به باورهای فکری فرهنگ فارسی باز نماید. به این ترتیب، پرسش‌هایی که در این پژوهش فرادید خویش قرار می‌دهیم، به قرار زیر است:

- چه نوع کارکردهای گفتمانی مختلفی می‌توان برای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن در جامعه فارسی زبان در نظر گرفت؟
- چه نوع زیاهنگ‌هایی را می‌توان با در نظر گرفتن کارکردهای گفتمانی قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن، برای جامعه فارسی زبان شناسایی نمود؟

به منظور ارائه پاسخ به دو پرسش مطروحه، پس از معرفی مدل هایمز^۱ (۱۹۶۷) و بخش‌های هشتگانه آن، قطعه زبانی «مرگ» و عبارات هم‌معنا با آن به تفصیل مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در نهایت، از یکی از جنبه‌های فرهنگ فارسی و بخشی از تصورات و باورهای مردم ایران پرده برداشته خواهد شد.

پیشینه پژوهش

«مرگ» واژه‌ای فارسی است که در فارسی باستان از ریشه ضعیف my و با افزودن مصوت a حاصل می‌شود و در فارسی دری به صورت «مرگ» درآمده است (ابوالقاسمی، ۱۳۸۱: ۱۳۸). واژه «مرگ» در لغت به معنای «مردن، فناى حیات، نیست شدن زندگانی، درگذشت، فوت و ...» آمده است. مرگ همین خوابی است که هر شب به سراغ شما می‌آید با این اختلاف که مدتش طولانی است و انسان در این خواب بیدار نمی‌شود، مگر در روز قیامت. به عبارت دیگر، «مرگ» واقعیتی گریزناپذیر در زندگی هر فردی است و تلخ‌ترین تجربه‌ای است که به ناچار هر انسانی یا بهتر بگوییم هر موجود زنده‌ای در طول زندگی‌اش، آن را می‌آزماید. همچنین «مرگ» نیستی، عدم، فوت و واژه‌هایی از این دست است که در ذهن آدمی همواره دنیای اسرارآمیزی را تداعی می‌کند که سراسر ناشناخته است و انسان فانی همانند کودکی که از هر ناشناخته‌ای هراس دارد و از نزدیک شدن به آن اجتناب می‌ورزد، از مرگ و نیستی می‌هراسد، غافل از این‌که «مرگ» نیز مرحله‌ای از تکامل انسان است که گذر از آن برای رسیدن به خالق یگانه و علو درجات، همانند تولد و ورود به عرصه گیتی لازم است (سلیمانی، ۱۳۹۵: ۹۵-۹۴).

تاکنون آثار پژوهشی مختلفی در ارتباط با مرگ و مفهوم آن به رشته تحریر درآمده است، از جمله: توان، جهانی و حکمت‌پو (۱۳۹۲)، فروغی و رضایی (۱۳۹۲)، پیروز و محرابی کالی (۱۳۹۴)، ضیاءالدینی دشتخاکی (۱۳۹۵)، پژهان، محمودی و زهرازاده (۱۳۹۵)، کریمی و فهیم کلام (۱۳۹۵) و ... با وجود تحقیقات فراوانی که بر روی مرگ انجام شده است، نگاهی اجمالی به این آثار نشان می‌دهد که جملگی آنان جزء آثار ادبی بوده و در زمره مطالعات مردم‌شناسی فرهنگی به شمار می‌روند و بررسی مرگ از دیدگاه زبان‌شناختی تا حد زیادی مغفول مانده است. درواقع، موارد یادشده از جمله جستارهایی هستند که به بررسی مقوله‌های عام اجتماعی مرتبط با مرگ پرداخته‌اند و جنبه‌هایی از حیات اجتماعی و فرهنگ ملل را روشن ساخته‌اند. تنها پژوهشی که مرگ را از منظر زبان‌شناختی مورد بررسی قرار داده

است، پژوهش انجام شده توسط آفاگل‌زاده و پوراابراهیم (۲۰۱۳) است که در آن، استعارات شناختی در حوزه مرگ در متون مذهبی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بنابراین، مقاله پیش رو، با توجه به رویکرد تخصصی ویژه‌اش، بررسی کارکردهای گفتمانی مرگ و عبارات وابسته به آن در جامعه فارسی زبان با بهره‌گیری از الگوی هایمز (۱۹۶۷) از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان، بدون سابقه و پیشینه‌ای مشابه است و در واقع، بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که در ایران، مطالعات زبان‌شناختی محدودی پیرامون این قطعه زبانی به انجام رسیده است.

مبانی نظری پژوهش

یکی از معروف‌ترین رویکردهای تحلیلی جامعه‌شناسی زبان با نام قوم‌نگاری، مدل پیشنهاد شده توسط هایمز (۱۹۶۷)، در پژوهش‌های بعدی همچون ساویل‌ترویک^۱ (۱۹۸۲) تکمیل شده است. تاکنون پژوهش‌های متعددی با بهره‌گیری از رویکرد چندوجهی^۲ هایمز (۱۹۶۷) به تحلیل و بررسی واژه‌های زبانی - فرهنگی زبان فارسی پرداخته‌اند (برای مثال، پیش‌قدم و عطاران، ۱۳۹۲؛ پیش‌قدم و نوروز کرمانشاهی، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم و وحیدنیا، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم، وحیدنیا و فیروزیان پوراصفهانی، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم، فیروزیان پوراصفهانی و طباطبائی فارانی (۱۳۹۶)؛ پیش‌قدم و فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۶). به این علت که مدل مذکور از این قابلیت برخوردار است که به‌طور همزمان تمامی عوامل مؤثر بر روابط میان افراد را مدنظر قرار دهد، می‌تواند تصویری دقیق و جزئی از کارکردهای اجتماعی قطعات زبانی ارائه دهد. هایمز (۱۹۶۷) عوامل مؤثر بر روابط میان افراد را باعنوان^۳ SPEAKING، در ۸ دسته کلی به قرار زیر بر می‌شمارد:

موقعیت زمانی و مکانی^۴: براساس زمان، مکان و بافتی که گفتمان در آن شکل می‌گیرد، به دو دسته کلی، الف: عمومی / رسمی و ب: خصوصی / غیررسمی دسته‌بندی می‌شود.

شرکت‌کنندگان^۵: این عامل حاوی اطلاعاتی در ارتباط با جنسیت، سن، ملیت و روابط حاکم میان شرکت‌کنندگان در یک گفتمان است که اطلاعات مرتبط با روابط قدرت و فاصله میان شرکت‌کنندگان در یکی از حالات چهارگانه زیر در این بخش قابل ارائه می‌باشند:

1. Saville-Troike, M.

2. Multidimensional

۳. حاصل ترکیب حروف اول هر یک از این عوامل:

(S)Etting, (P)Articipants, (E)Nds, (A)ct Sequence, (K)ey, (I)Nstrumentalities, (N)Orms, (G)Enre

4. Setting

5. Participants

الف) هم‌تراز و رسمی (دو معلم در مدرسه)

ب) هم‌تراز و غیررسمی (دو دوست)

ج) نابرابر و رسمی (استاد و دانشجو در دانشگاه)

د) نابرابر و غیررسمی (پدر و فرزند)

هدف^۱: این عامل در شرایط مختلف گفتمانی قابل تغییر بوده و اشاره به هدف خاص نهفته در بیان یک عبارت دارد.

ترتیب گفتمان^۲: این عامل با در نظر داشتن این واقعیت که هر عمل یکی از شرکت‌کنندگان در گفتمان، زمینه را برای عمل شرکت‌کننده دیگر فراهم می‌آورد، حاوی اطلاعاتی در ارتباط با ترتیب عملکرد شرکت‌کنندگان است (Goffman, 1971)

لحن^۳: این عامل حاوی اطلاعاتی در ارتباط با لحن شرکت‌کنندگان در موقعیت‌های گفتمانی مختلف است و با تغییر سایر عوامل، ممکن است دچار تغییر شود.

ابزار گفتمان^۴: عامل ابزار گفتمان به شیوه انتقال گفتمان اشاره دارد و می‌تواند به صورت گفتاری یا نوشتاری باشد.

قوانین گفتمان^۵: به‌طور کلی، قوانین گفتمان بیانگر نظام اعتقادی جامعه بوده و دربردارنده رفتارها و مشخصه‌های خاصی هستند که می‌توان به یک گفتمان نسبت داد.

نوع گفتمان^۶: شامل انواع مختلف کنش‌های گفتاری، موقعیت‌ها و ساختارهای گفتاری که چارچوب یک گفتمان را شکل می‌دهند، می‌شود (Bauman, 2000) و انواع گوناگونی از جمله شعر، داستان، افسانه، مکالمه، دعا، لطیفه، نامه، ضرب‌المثل و غیره را در بر می‌گیرد.

همان‌طور که مشاهده شد، هر یک از هشت حرف موجود در کلمه اختصاری SPEAKING در تحلیل جامعه‌شناسی زبان، نشان‌دهنده یکی از عناصر اصلی و ضروری در توصیف درهم‌تنیدگی زندگی اجتماعی و رویدادهای زبان است. بر این اساس، با توجه به آنچه ذکر آن رفت، می‌توان عوامل مذکور را به‌طور خلاصه در جدول شماره ۱ ارائه کرد:

-
1. Ends
 2. Act Sequence
 3. Key
 4. Instrumentalities
 5. Norms
 6. Genre

جدول ۱. عوامل هشتگانه مؤثر بر روابط میان افراد در الگوی هایمز (۱۹۶۷)
(برگرفته از قربان‌پور آرانی، زارعی و عربشاهی، ۱۳۹۶)

ردیف	عامل	حرف	عنصر تحلیلی	تعریف مختصر
۱	Situation	S	موقعیت رویداد زبانی و صحنه رویداد	موقعیت زمانی، مکانی و شرایط مهم آن موقعیت اهمیت دارد.
۲	Participation	P	افراد دخیل در رویداد شامل گوینده و فرستنده پیام حاضر یا غایب	ماهیت گیرندگان و فرستندگان پیام و نحوه ارتباط اجتماعی آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.
۳	End	E	هدف از رویداد زبانی و پیامد ناشی از آن	در نتیجه هر رویداد زبانی، غیر از انتقال و فهم پیام، یک هدف اصلی نیز برآورده می‌شود.
۴	Act sequence	A	فرم و قالب کلی رویداد زبانی	در هر ژانر خاص، پیام زبانی دارای قالب و شکل خاص خود است.
۵	Key	K	تن و حالت رویداد زبانی	هر رویداد زبانی، با تن و حالت خاصی مثل جدی، منطقی، شوخی و ... صورت می‌گیرد.
۶	Instrumentalities	I	نوع کانال ارتباطی شفاهی، کتبی، تلگرامی، لهجه‌ای، ویدئویی	ویژگی‌های کانال ارتباطی زبان در عملکرد اجتماعی و فرهنگی آن مؤثر است.
۷	Norms	N	هنجارهای اجتماعی و قوانین اجتماعی مربوط به رویداد زبانی	کاربرد زبان در زندگی اجتماعی در چارچوب هنجارها و قوانین قابل درک است.
۸	Genre	G	ژانر خاص زبانی یا قالب و هدف خاص	عناصر دارای ساختار زبانی مشابه برای اهداف مشخص بکار می‌روند.

روش تحقیق

همچنان که پیش‌تر گفته شد، در پژوهش حاضر به منظور شفاف‌سازی وجوهی از فرهنگ نهفته در جامعه ایرانی، پاره‌گفتارهای مرتبط با زیاهنگ «مرگ» در زبان فارسی مورد کنکاش و

واکاوی قرار خواهد گرفت. دلیل نهفته در پس انتخاب این زبانهنگ مشخص برای بررسی، نقش کلیدی آن در به تصویر کشیدن فرهنگ حاکم در جامعه فارسی زبان، جایگاه ویژه پدیده «مرگ» در فرهنگ ایرانی - اسلامی و تأکید زیاد بر لزوم تفکر در مورد آن در آموزه‌های دینی و اسلامی است. داده‌های این پژوهش متشکل از تعداد ۶۷۳ پاره گفتار طبیعی مرتبط با زبانهنگ مرگ در زبان فارسی که حاوی قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن نظیر «بمیرم»، «مرده»، «کشتن» و ... بوده‌اند. جمع‌آوری این داده‌ها از فروردین ماه ۱۳۹۷ در شهر مشهد آغاز و تا مرداد ماه ۱۳۹۷ به طول انجامید. داده‌ها از میان گفتار گویشوران زن و مرد با سنین مختلف (۸ تا ۶۸ سال) و سطح تحصیلات و شرایط اجتماعی متفاوت (پایین، متوسط و بالا) در موقعیت‌های طبیعی جمع‌آوری گردید. این افراد دارای مشاغل متفاوتی (نظیر خانه‌دار، محصل، مهندس، دکتر و ...) بودند که از «مرگ»، مشتقات و عبارات وابسته به آن در مکالمات روزمره خود استفاده می‌کردند. تعداد کل شرکت‌کنندگان این تحقیق ۵۴۹ نفر بود که نمونه‌هایی از مکالمات این افراد (۶۷۳ مورد) در مناطق مختلف شهر مشهد و در هر موقعیت ممکن ضبط گردید و سپس بر روی کاغذ پیاده‌سازی شد. روند جمع‌آوری داده‌ها تا زمانی که اشباع کامل صورت گرفت، ادامه داشت. اشباع به این معنا است که اطلاعات جدیدی به مجموعه داده‌ها اضافه نشود (Yin, 2010: 48). در پایان، پس از حذف موارد تکراری، نمونه‌هایی گویا از کاربرد «مرگ» و مشتقات آن انتخاب و نتایج به صورت جدول خلاصه شدند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در بخش حاضر، با بهره‌گیری از مدل SPEAKING هایمز (۱۹۶۷)، زبانهنگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی مورد کنکاش و واکاوی قرار خواهد گرفت.

موقعیت زمانی و مکانی

بررسی و تدقیق نمونه‌های گردآوری شده، حاکی از کاربرد گسترده‌تر زبانهنگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن در موقعیت‌های خصوصی / غیررسمی ۷۸ درصد، در مقایسه با موقعیت‌های عمومی / رسمی ۲۲ درصد است. به بیان دیگر، قطعه زبانی مذکور و عبارات وابسته به آن، در موقعیت‌های خصوصی و غیررسمی همچون منزل، خیابان، فروشگاه، جمع دوستانه، مهمانی، رستوران، مکالمه تلفنی و ... از تعدد و گستردگی کاربرد برخوردار بوده که نمونه‌هایی از آن به قرار زیر قابل ارائه می‌باشند:

موقعیت	مثال
فروشگاه	(مکالمه میان خریدار و فروشنده در فروشگاه) خریدار: چقدر قیمت این کیف زیاده!! فروشنده: درسته. اما جنسش مرگ نداره.
خیابان	(مکالمه میان دو دوست) شخص الف: مریم پول داری بهم قرض بدی؟ خیلی زود قول می‌دم بهت برگردونم. شخص ب: والا زهرا خیلی وقته یک تومن ازم گرفته اما ذلیل مرده هنوز بهم پس نداده.
منزل	(مادر عصبانی خطاب به فرزندش) الهی خبر مرگتو بیارن مادر تا من از دست تو راحت شم.
رستوران	(مکالمه پدر و دختر) پدر: غذا چی می‌خوری بگیرم؟ دختر: من اشتها ندارم. شما برای خودتون هر چی می‌خواهین بگیرین. پدر: ا نمیشه که. باید حتما یک چیزی بخوری. مثل مرده متحرک شدی.
مکالمه تلفنی	(مکالمه دو دوست) شخص الف: مریم ذلیل مرده قرار ما ساعت چند بود؟ شخص ب: حالا چی شده مگه؟! نمی‌میری چند دقیقه منتظرم بمونی؟

شرکت کنندگان

بررسی گفتمان‌های مورد مطالعه در این جستار نشان می‌دهد که شرکت کنندگان در این گفتمان‌ها از حیث روابط قدرت و فاصله، اغلب در حالت هم‌تراز و غیررسمی (۶۲ درصد) قرار داشتند.

شرکت کنندگان	مثال
دو دوست	(مکالمه دو دوست در خیابان) شخص الف: علی، مرده شورتو ببرن با اون مدل رانندگی کردنت. مردم و زنده شدم تا بالاخره رسیدیم.
دو همکار صمیمی	خدا نکششت. این چی بود که گفتی. یک ساعته دارم از اون موقع می‌خندم. مردم از خنده.
دو خواهر	شخص الف) یک ساعته دنبال چی می‌گردی؟ شخص ب) دنبال کلیدم. شخص الف) روی میزه. شخص ب) می‌مردی زودتر می‌گفتی!؟

هدف

از طریق تحلیل و بررسی داده‌های جمع‌آوری شده، در مجموع، موارد زیر به‌عنوان اهداف و کاربردهای گفتمانی قطعهٔ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن، استخراج و شناسایی گردید. بر این اساس، نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» در زبان فارسی به‌قرار ذیل می‌باشند:

▪ نفرین: خبر مرگتو بیارن، جوون مرگ بشی، الهی مرگ مرگ بزنی ولی نمیری، مرگ عزیزانت رو ببینی، زنده به گور بشی، خدا مرگت بده، ایشالله بمیری، مرگ بگیری، بمیری که برنگردی، جونم مرگ شده، خدا مرگم بده و ...؛

▪ دعا: الهی پیش مرگت بشم، خدا نکشتت، دشمنات بمیرن، نمیری الهی، خدا مرگت نده، و ...؛

▪ قسم: منو کفن کردی راستشو بگو، مرگ من؟!، مرگ عزیزت راست می‌گی؟، این تن بمیره؛

▪ توهین: مادر مرده، مرده شورتو ببرن، برو بمیر بابا، مرده شور ریختتو ببرن، مرده شور ترکیبتو ببرن، مرده شور برده، بمیری، ذلیل مرده؛

▪ آرزو: کاش مرده بودم این روز رو نمی‌دیدم؛

▪ تعریف: جنسش مرگ نداره، این پارچه مرگ بهش نمی‌زنه؛

▪ ابراز محبت و علاقه: کشته مردتم، مادر بمیره واست، می‌میرم واست، بمیرم واست، آخ کشتی منو، چقدر کشته مرده داره و ...؛

▪ بیان شدت: مردم از خستگی، ذوق مرگ شد، در حد مرگ کار می‌کنه؛

▪ بیان مظلومیت: خودتو به موش مردگی زدی؛

▪ بیان ضعیفی: لاغر مردنی؛

▪ ابراز همدردی: بمیرم برات؛

▪ بیان اضطراب: مردم و زنده شدم؛

▪ بیان سکوت: مرد ساکت شد، مردی جواب بدی، مرده بودی حرف بزنی، مردی لال شدی؛

▪ بیان خطر: مرگبار؛

▪ بیان خستگی: مردتو می‌خوام چکار؟، آخ کشتی منو!؛

▪ بیان تعارف: بمیرم نمی‌گذارم بری؛

▪ بیان اجبار: بمیری بمونی باید این کار رو انجام بدی؛

▪ بیان ناچیز و کم بودن: نون بخور نمیر؛

▪ ناامیدی: بوی مرگ می‌ده، انگار خاک مرده پاشیدن؛

▪ بیان ترحم: مادر مرده؛

▪ تلاش زیاد: خودمو کشتم تا قبول بشم؛

- عدم زندگی: مردن بهتر از این زندگی نکبتیه، خوب شد مرد و ندید؛
 - ناخوش احوال بودن: دارم می‌میرم؛
 - نشان‌دهنده علاقه زیاد: براش می‌میرم؛
 - بیانگر بی‌روحو و بی‌احساسی: آرایش نکردی شبیه مرده متحرک شدی؛
 - بیانگر انتظار طولانی مدت: نمردیم و دیدیم؛
 - مصر بودن در انجام کار: بمیرم این ماجرا رو ول نمی‌کنم و تا تهش می‌رم جلو؛
 - بیانگر بی‌قید و شرطی: بمیر و بدم؛
 - بیانگر عدم وجود: بمیرم کسی نمیداد سراغی بگیره، کجایی؟ مردی؟!، آدم بمیره ولی این کار رو نکنه؛
 - بیانگر امکان نداشتن: می‌میری چند دقیقه منتظر بمونی؛
 - بیانگر تمام شدن صبر و تحمل: مردم تو این گرما؛
 - بیان اثربخشی: لامذهب مرده رو زنده می‌کنه؛
 - اذیت کردن دیگران: تو منو کشتی؛
 - اشاره به جنازه: مرده‌خوری، مرده‌پرستی، خاک مرده سرده.
- بر پایه آنچه گفته شد، نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی را می‌توان در جدول زیر خلاصه نمود:

جدول ۲. نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی

نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی							
شماره	نقش کاربردشناختی	درصد فراوانی	شماره	نقش کاربردشناختی	درصد فراوانی	شماره	نقش کاربردشناختی
۱	نفرین	۱۲٪	۱۲	بیان اضطراب	۴٪	۲۳	ناخوش احوال بودن
۲	دعا	۹٪	۱۳	بیان سکوت	۴٪	۲۴	نشان‌دهنده علاقه زیاد
۳	قسم	۶٪	۱۴	بیان خطر	۳٪	۲۵	بیانگر بی‌روسی و بی‌احساسی
۴	توهین	۶٪	۱۵	بیان خستگی	۳٪	۲۶	بیانگر انتظار طولانی مدت
۵	آرزو	۵٪	۱۶	بیان تعارف	۲٪	۲۷	مصر بودن در انجام کار
۶	تعریف	۴٪	۱۷	بیان اجبار	۲٪	۲۸	بیانگر بی‌قید و شرطی
۷	ابراز محبت و علاقه	۴٪	۱۸	بیان ناچیز و کم بودن	۲٪	۲۹	بیانگر عدم وجود
۸	بیان شدت	۴٪	۱۹	ناامیدی	۲٪	۳۰	بیانگر امکان نداشتن
۹	بیان مظلومیت	۴٪	۲۰	بیان ترحم	۲٪	۳۱	بیانگر تمام شدن صبر و تحمل
۱۰	بیان ضعیفی	۴٪	۲۱	تلاش زیاد	۲٪	۳۲	بیان اثربخشی
۱۱	ابراز همدردی	۴٪	۲۲	عدم زندگی	۱٪	۳۳	اشاره به جنازه

همان‌طور که در جدول ۲ قابل مشاهده است، نقش‌های کاربردشناختی نفرین و دعا، از نظر فراوانی بالاترین مرتبه را به خود اختصاص داده‌اند. بر این اساس می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که زیاهنگ «مرگ» در زبان فارسی، بیشتر در نقش نفرین و دعا دارای کاربرد است.

ترتیب گفتمان

در این بخش از بازنمود اجزای گفتار، نظم و توالی رخدادها در رویداد ارتباطی حائز اهمیت بوده و تمرکز بر روی ترتیب اعمال شرکت‌کنندگان در تعامل و گفت‌وگو خواهد بود. بر این اساس، نمونه‌ای از گفتمان «مرگ» براساس نقش و کارکرد بخش‌های مختلف آن به صورت زیر مورد تحلیل قرار خواهد گرفت:

موقعیت ۱: (مکالمه تلفنی دو دوست)

شخص الف) الو مریم! سلام. تو هنوز خونه‌ای؟ بمیری الهی. زود باش بیا دیگه.

شخص ب) حالا نمی‌میری یک کم وایستی.

موقعیت ۲: (مادر خطاب به فرزندش)

شخص الف) الهی مرگ بگیری که اینقدر من رو اذیت نکنی.

لحن

بررسی و تحلیل موشکافانه داده‌ها حاکی از آن بود که لحن‌های مختلفی که با زبانه‌نگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن می‌توانند بسته به هدف و موقعیت گفتمان بکار روند، عبارتند از:

لحن	مثال
عصبانیت	(خطاب زن به همسر) برو تو فقط بمیر و اینقدر جلوی چشمم نیا. حالم ازت به هم می‌خوره.
یأس و ناامیدی	(مکالمه میان دو دوست) شخص الف: چند روزه دارم بهت زنگ می‌زنم. چرا گوشیت رو جواب نمی‌دی؟ شخص ب: خوب کسی به من زنگ نمی‌زنه. من بمیرم هم کسی سراغی ازم نمی‌گیره.
توهین‌آمیز	(خطاب پدر به فرزندش) ذلیل مرده یک کم بشین درس بخون.
تعجب‌آمیز	(مکالمه میان دو همکار) شخص الف: فهمیدی دختر مریم خانم طلاق گرفته؟ شخص ب: نه!!! مرگ من؟ راست می‌گی؟ چرا آخه؟
آرزومندانه	(مادر خطاب به فرزند معتاد خود) کاش می‌مردم و این روزها رو نمی‌دیدم.
گله‌مندانه	(شوهر خطاب به همسر خود) مردم از خستگی. این روزها کارم خیلی زیاد شده.

لحن	مثال
محبت‌آمیز	(خطاب مادر به فرزندش) الهی دورت بگردم مامان. الهی پیش مرگت بشم.
نفرین‌آمیز	(خطاب مادر به فرزندش) الهی خیر مرگت رو بیارن از دست تو راحت شم.
دلسوزانه	(خطاب مادر به فرزندش) الهی بمیرم برات مادر که این طور تب کردی.
پرسشی	(خطاب خواهر به برادر) می‌مردی یک کم زودتر راه می‌افتادی؟
بازخواستی	(مکالمه دو همکلاسی) چرا هر چی می‌پرسم جواب نمی‌دی؟ می‌میری اگر حرف بزنی؟ خوب بگو بینم جریان چیه؟
شکرآمیز	نمردیم و دیدم بلاخره مریم خانم هم یک شامی به همه دادن.
انتقادآمیز	قیافش مثل مرده‌ها می‌مونه.
تحقیرآمیز	لاغر مردنی یک چیزی بخور جون بگیری.
طلبکارانه	(مکالمه دو همکلاسی) می‌مردی یک کم زودتر می‌گفتی امتحان از چه بخش‌هاییه!
طنزآلود	خدا مرگت نده. چه چوک بامزه‌ای بود.
جدی	این کیف جنشش خیلی خوبه. مرگ نداره.
ناراحتی	(خطاب مادر به فرزندش) خدا مرگم بده. چرا اینقدر لاغر شدی تو؟
تمسخرآمیز	(مکالمه دو دوست) خودتو به موش مردگی نزن اینقدر. من که می‌دونم همه چیز زیر سر توست.
ترس‌آلود	این جاده خیلی مرگباره. من خیلی می‌ترسم ازش رد بشم.
ترحم‌آمیز	بمیرم برات. امسال چه اتفاق‌هایی که برات نیافتاد. چه سال بدی بود.
اجبارآمیز	بمیری بمونی باید کار رو تا فردا بهم تحویل بدی.
تحقیرآمیز	یک نون بخور نمیر در میاریم.
ملتمسانه	مرگ من، جون هر کی دوست داری راستشو بگو.
همدردی	(مادر خطاب به نوزاد خود) بمیرم مامان من برات که اینطور دلت درد می‌کنه.
تعارف	(صاحبخانه خطاب به مهمان خود) مرگ من یک کم از این خورشت بخور. خیلی خوشمزه‌س.
اعتراض‌آمیز	بمیرم این کار رو انجام نمی‌دم. هر کار دلت می‌خواد بکن.
اغراق‌آمیز	اگر در این راه بمیرم، باز هم انجامش می‌دم.
صمیمی و دوستانه	(مکالمه دو دوست) مرگ من راستشو بگو.

بر این اساس، انواع مختلف لحنی که می‌توانند با قطعۀ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن براساس هدف و موقعیت‌گفتمان همراه شوند به ترتیب فراوانی وقوع عبارتند از:

جدول ۳. لحن‌های همراه با «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی

درصد فراوانی	نوع لحن	درصد فراوانی	نوع لحن	درصد فراوانی	نوع لحن
۲٪	تمسخرآمیز	۵٪	پرسشی	۸٪	عصبانیت
۲٪	ترس‌آلود	۴٪	بازخواستی	۸٪	یأس و ناامیدی
۲٪	ترحم‌آمیز	۴٪	شکرآمیز	۷٪	توهین‌آمیز
۲٪	اجبارآمیز	۴٪	انتقادآمیز	۶٪	تعجب‌آمیز
۱٪	تحقیرآمیز	۴٪	تحقیرآمیز	۶٪	آرزومندانه
۱٪	ملتمسانه	۳٪	طلبکارانه	۶٪	گله‌مندانه
۱٪	همدردی	۳٪	طنزآلود	۵٪	محبت‌آمیز
۱٪	تعارف	۲٪	جدی	۵٪	نفرین‌آمیز
۱٪	اعتراض‌آمیز	۲٪	ناراحتی	۵٪	دلسوزانه

همان‌طور که از داده‌های جدول ۳ برمی‌آید، لحن‌های عصبانیت و یأس و ناامیدی دارای بیشترین فراوانی و در مقابل لحن‌های تحقیرآمیز، ملتمسانه، همدردی، تعارف و اعتراض‌آمیز کمترین فراوانی را دارند.

ابزار

با توجه به اینکه ابزار و معجری ارتباطی مورد استفاده در رویداد ارتباطی می‌تواند به یکی از دو صورت گفتاری و نوشتاری باشد، تحلیل و بررسی موشکافانه داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که قطعۀ زبانی مورد مطالعه، هم در گونه گفتاری و هم در گونه نوشتاری از قابلیت کاربرد برخوردار بوده ولی تعدد و بسامد کاربرد آن در گونه گفتاری (۷۶ درصد) به مراتب بسیار بیشتر از گونه نوشتار (۲۴ درصد) است.

قوانین گفتمان

از جمله رفتارهای خاص و مشخصه‌هایی که می‌توان برای زیاهنگ «مرگ» و عبارات زبانی وابسته به آن در نظر گرفت، این است که قطعات زبانی مورد نظر، ضمن برخورداری از تنوع کاربرد، اغلب با هدف و انگیزه دعا، نفرین، قسم و توهین مورد استعمال فارسی‌زبانان قرار می‌گیرند. به بیان کلی‌تر، قواعد اجتماعی‌ای که در روابط کنش و واکنش شرکت‌کنندگان در رویداد ارتباطی مرتبط با زیاهنگ مذکور حاکم هستند، غم‌محوری، مرگ‌اندیشی و زندگی‌گزیزی در میان ایرانیان است.

نوع گفتمان

از دیگر خصوصیات و ویژگی‌هایی که می‌توان برای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در گفتمان‌های مختلف زبان فارسی در ارتباط با نوع و ژانر مورد استفاده در رویداد ارتباطی برشمرد، قابلیت کاربرد آن در قالب‌های متعددی نظیر فیلم، داستان، ضرب‌المثل، متون منظوم و منثور و ... است. به بیان دیگر، بررسی دقیق نمونه‌های گردآوری شده حاکی از آن است که این قطعه زبانی و عبارات وابسته به آن در گفتمان‌های مختلف زبان فارسی از تعدد کاربرد برخوردار بوده و بسامد کاربرد آن‌ها در قالب اجتماعی مکالمات شفاهی بیشتر است. نمونه‌هایی از موارد کاربرد زیاهنگ مورد بررسی عبارتند از:

▪ ضرب‌المثل

مرگ برای من، گلابی برای بیمار!

مرگ به فقیر و غنی نگاه نمی‌کند!

مرگ خر عروسی سگه!

مرگ به بار شیون به بار!

مرگ می‌خواهی برو گیلان!

▪ شعر

خامش که خوش زبانی چون خضر جاودانی

کز آب زندگانی کور و کراست مردن

(مولوی، غزل شماره ۲۰۳۷)

روز مرگ چو تابوت من روان باشد

گمان مبر که مرا درد این جهان باشد

(مولوی، غزل شماره ۹۱۱)

اگر جهان همه دشمن شود ز دامن تو

به تیغ مرگ شود دست من رها ای دوست

(سعدی، غزل شماره ۱۰۳)

بلای عشق عظیمست لاابالی را

چو دل به مرگ نهاد از بلا چه غم دارد

(سعدی، غزل شماره ۱۶۹)

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که می‌دانیم، در فرهنگ عامه مردم ایران، مفاهیم مرتبط به مرگ و ممات که غم‌آور هستند، ضمن گستردگی کاربرد، دارای اهمیت بسزایی هستند. به بیان دیگر، مرگ در جامعه ایران و فرهنگ ایرانی- اسلامی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و به تفکر در آن، به‌خصوص در تعلیمات دینی به شدت تأکید شده است. همان‌طور که گفته شد، از آنجایی که مرگ اشاره به پایان فیزیکی زندگی انسان دارد، در مقابل تولد و حیات که شادی‌آور است، قرار می‌گیرد و با غم، اندوه، غصه و ناراحتی همراه می‌شود. برخی بر این باورند که نوع نگرش به مرگ، وابسته به موارد بسیاری است، از جمله: مکان، زمان، فرهنگ، جهان‌بینی و نوع باور هر انسان. به بیان دیگر، هر فردی با توجه به موقعیت زمانی و مکانی که در آن زندگی می‌کند و به تأسی از فرهنگ و باورهایی که دارد، حس متفاوتی از مرگ می‌تواند داشته باشد (کریمی و فهیم کلام، ۱۳۹۵: ۱۷۱-۱۷۰).

نتایج حاصل از بررسی‌های صورت گرفته در ارتباط با زبانه‌نگ «مرگ» و عبارات زبانی هم‌معنا با آن، ضمن آن که بر تعدد و گستردگی کاربرد این قطعه زبانی در موقعیت‌های مختلف صحنه می‌گذارند، حاکی از آنند که در این زبان، فلسفه ممات و مرگ در مقابل حیات و زایش، نقش بیشتر و پررنگ‌تری در تولیدات زبانی دارد. به بیان دقیق‌تر، در زبان فارسی، «مرگ» دارای نقش‌های اغراق‌گونه بوده و عموماً بر مفاهیمی نظیر بی‌حرکتی، نیستی و نابودی دلالت دارد (برو بمیر، مردی، خبر مرگت رو بیارن و ...) و این در حالی است که به نظر می‌رسد برای زندگی و زنده بودن، عبارات زبانی چندانی در زبان فارسی یافت نمی‌شود (زنده‌زنده می‌خوردت، زابیدی بابا).

به‌طور کلی، بر پایه نتایج حاصل از تحلیل و بررسی قطعه زبانی «مرگ» و عبارات هم‌معنا با آن در پرتوی الگوی هایمز (۱۹۶۷)، عوامل هشت‌گانه مؤثر بر روابط میان افراد در ارتباط با قطعه زبانی موردنظر، به صورت خلاصه در جدول زیر قابل ارائه است:

جدول ۴. نتایج حاصل از تحلیل قطعه زبانی «مرگ»
و عبارات هم‌معنا با آن در چارچوب الگوی هایمز (۱۹۶۷)

کاربرد گسترده در موقعیت‌های غیررسمی نسبت به موقعیت‌های رسمی	موقعیت زمانی
رابطه غیررسمی از نوع هم‌تراز یا نابرابر در بین شرکت‌کنندگان	شرکت‌کنندگان
نفرین، دعا، قسم، توهین، بیان احساسات، تعریف و تمجید، تعارف، بیان اجبار، سکوت و ...	هدف
عدم وجود ترتیب مشخص	ترتیب گفتمان
عصبانیت، یأس و ناامیدی، توهین‌آمیز، تعجب‌آمیز، آرزومندانه، گله‌مندانه، محبت‌آمیز و ...	لحن
گفتار و نوشتار با کاربرد بیشتر در گفتار	ابزار گفتمان
مرگان‌اندیش بودن، غم‌محوری و منفی‌نگری، عادت مرده‌پرستی، شادی‌گریزی ایرانیان	قوانین گفتمان
فیلم، داستان، ضرب‌المثل، متون منظوم و مثنوی و ...	نوع گفتمان

علاوه بر آنچه گفته شد، از طریق تعمیق و تدقیق قطعه زبانی مورد نظر از دیدگاه جامعه‌شناسی، می‌توان ویژگی‌های زیر را در ارتباط با فرهنگ ایرانی برشمرد:

الف) مرگان‌اندیش و مرگ‌طلب بودن ایرانیان

هم‌چنان که گفته‌ایم و گفته‌اند، فرهنگ شرق در مقابل فرهنگ غرب، فرهنگی مرگان‌اندیش و مرگ‌طلب است (صنعتی، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر، مرگ در جامعه ایران، دارای نقش کلیدی بوده و بر همین اساس، ایرانیان به پدیده مرگ زیاد می‌اندیشند و عموماً بر این باورند که تفکر درباره آن منجر به زندگی بهتر می‌شود؛ و این در حالی است که سایر فرهنگ‌ها از جمله فرهنگ غرب، به دلیل بهره‌جویی از فلسفه لذت‌گرایی لحظه‌ای، تا به این اندازه به این پدیده توجه از خود نشان نمی‌دهند. به بیان دیگر، از آنجایی که تفکر ایرانیان بر مبنای فلسفه تلاش و تحمل سختی شکل گرفته است، خصلت لذت‌گرایی لحظه‌ای در آنان نسبت به غرب کم‌رنگ‌تر است. با اندکی تأمل در زندگی ایرانیان، به راحتی می‌توان متوجه شد که به اندازه‌ای که آنان راجع به پایان زندگی، مرگ و اندوه تفکر می‌نمایند، به آغاز، زندگی و شادی نمی‌اندیشند.

در رابطه با خصلت مرگان‌اندیشی و مرگ‌طلبی ایرانیان، برخی بر این باورند که جغرافیای تاریخی خاص این سرزمین و وضعیت برخاسته از آن در نظام اساطیری و جهان‌بینی ایرانی تأثیر بسزایی دارد. این دسته از افراد، در شکل‌گیری فرهنگ مرگ‌طلبی در ایران، نقشی کلیدی

و محوری برای فجایع طبیعی و جنگ‌ها در نظر می‌گیرند. در ارتباط با این نوع تفکر، صنعتی (۱۳۸۳) ضمن اشاره به فصلی از کتاب شوپنهاور، این‌گونه اظهار نظر می‌نماید که میان تفکر شرق و غرب از نظر نوع نگاه به مرگ و زندگی، تفاوت بنیادین وجود دارد. او بر این باور است که میان اخلاق یونانی‌ها و هندیان یک آنتی‌تزی وجود دارد؛ به این صورت که هدف غایی و نهایی در اخلاق یونانی‌ها (به استثنای افلاطون) این است که امکان زندگی شاداب را فراهم نمایند و این در صورتی است که در فرهنگ هندیان، بیشتر این مسئله اهمیت دارد که انسان هر چه زودتر از شر درد و رنج زندگی رها و آزاد گردد. بر این اساس گفته می‌شود که فرهنگ هند در مقایسه با فرهنگ یونانی، فرهنگی مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب است. با توجه به آنچه گفته شد، از آنجایی که بسیاری از نظریه‌ها بر ارتباط و در واقع یکسان بودن خاستگاه فرهنگ ایرانی و هندی اصرار می‌ورزند، فرهنگ ایرانی نیز از فرهنگی مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب برخوردار است (صنعتی، ۱۳۸۳). همچنین، در تلاش برای یافتن ریشه و دلیل این نوع فلسفه فکری در میان ایرانیان، به مذهب می‌رسیم. همچنان که می‌دانیم، ادیان آسمانی، به‌ویژه دین مبین اسلام و نیز مذهب جاودانه شیعه به جهت اهمیت مسئله مرگ، بخش وسیعی از تعالیم خود را به این موضوع اختصاص داده و بسیاری از حقایق و معارف آن را با استعانت از منبع وسیع وحی در اختیار بشر گذاشته‌اند. به‌طوری‌که امروزه، کمتر کسی با مرگ و دنیای پس از آن بیگانه است (سلیمانی، ۱۳۹۵). بر این اساس، در جامعه ایران، به‌ویژه قبل از دین اسلام، شاید به جز مذهب زرتشت که بسیاری از جنبه‌های آن معطوف به زندگی و حیات است، بخش مهمی از آئین‌ها، باورها و فولکورمان در حوزه‌های فرهنگی گوناگون، به مرگ‌اندیشی می‌گرایند و به نیستی و سوگ اشاره و دلالت می‌کنند (صنعتی، ۱۳۸۳). بنابراین، شاید بتوان ریشه فرهنگ مرگ‌اندیشی در فرهنگ ایرانی را در آموزه‌های دینی و مذهبی ایرانیان نیز یافت نمود. علاوه بر آنچه گفته شد، صنعتی (۱۳۸۳) وجود جنگ‌های متعدد نظیر حمله مغول و نیز بلایای طبیعی چون زلزله را از جمله دلایلی بر می‌شمارد که جامعه ایران را به‌طور مداوم در حالتی از فاجعه نگاه داشته که این امر سبب می‌شود که خصلت مرگ‌اندیشی و مرگ‌طلبی در فرهنگ ایرانی تثبیت شده و به‌عنوان جزئی جداناپذیر از این فرهنگ مطرح گردد؛ به‌طوری‌که بازتاب آن نه تنها در فولکلور، بلکه در فرهنگ، ادبیات و حتی هنر ایرانی قابل مشاهده است.

ب) عادت مرده‌پرستی ایرانیان

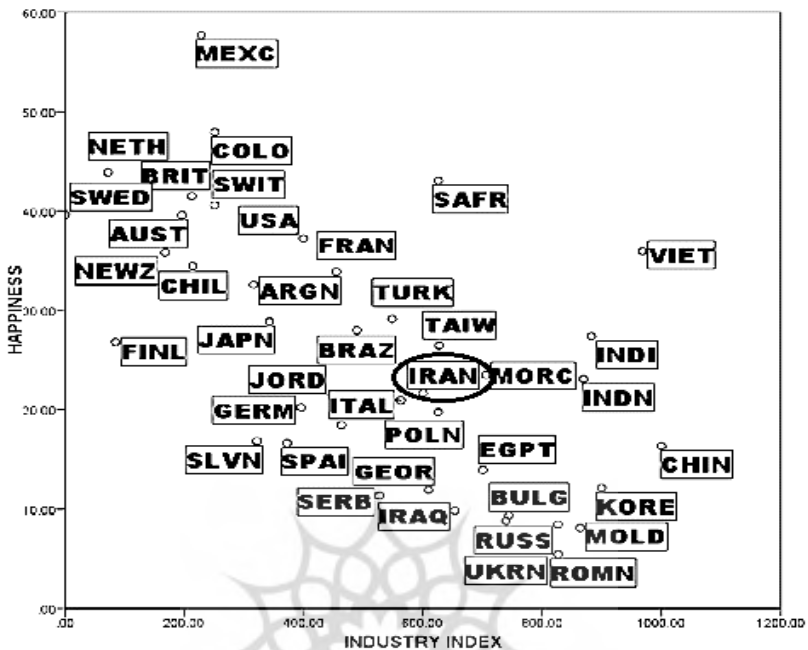
همچنان که می‌دانیم، یکی از ویژگی‌های بارز جامعه ایران، خصلت مرده‌پرستی آنان است. به بیان ساده‌تر، در جامعه ایران، هر کس بمیرد، عزیز می‌شود و فارغ از آن‌که آیا فرد متوفی از شایستگی کافی برای ستایش برخوردار بوده یا خیر، باید پس از مرگش تنها و تنها مورد ستایش واقع شود. این ویژگی به‌عنوان یکی از آلودگی‌های فرهنگی، بازماندگان را ملزم می‌نماید که تنها به تحسین و تمجید فرد مرده پرداخته و در واقع بتی از آن فرد برای خود و دیگران ایجاد نمایند. به عبارت ساده‌تر می‌توان گفت، در جامعه ایران، مردن افراد رابطه‌ای مستقیم و خطی با غیرقابل انتقاد بودن و تقدس آنان دارد.

نگاهی به گذشته نشان می‌دهد که معضل فرهنگی مرده‌پرستی و توجه بیش از حد به مردگان از دیرباز با ایرانیان همراه بوده است. در واقع، در فرهنگ عامه مردم ایران، خصلت مرده‌پرستی بیشتر به شکل یک عادت عمومی و سنت پایدار در آمده است؛ به‌طوری‌که، نیم‌نگاهی در دنیای شعر و ادب فارسی نیز مهر تأییدی بر حاکمیت عادت جمعی مرده‌پرستی در فرهنگ ایرانی است؛ چنان‌که مولانا جلال‌الدین بلخی در دیوان خود از نامهربانی روزگار چنین می‌گوید:

گهی خوشدل شوی از من که میرم را مرده‌پرست و خصم جانیم (غزل شماره ۱۵۳۴)
چو برگورم بخواهی بوسه دادن رخم را بوسه ده اکنون همانیم (غزل شماره ۱۵۳۵)

ج) غم‌ستایی و شادی‌گریزی ایرانیان

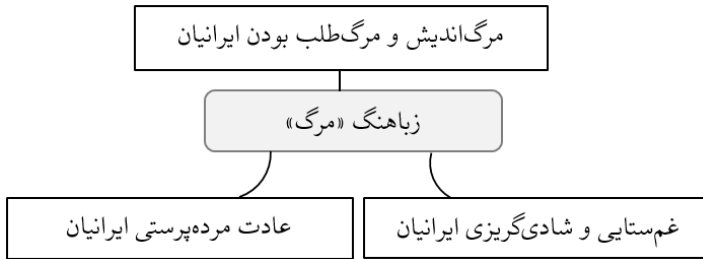
برخی بر این باورند که شوربختانه «شادی» گم‌شده ایرانیان و واژه غریب این دیار به شمار می‌رود. گفته می‌شود ایرانیان نه تنها مردمانی اخمو و شادی‌گریز هستند که شادمانه زیستن را به‌دست فراموشی سپرده‌اند، بلکه دل‌بستگی عجیبی به گریستن و سوگواری دارند. آمارهای جهانی نظیر شبکه راه‌حل‌های توسعه پایدار (SDSN)^۱ نیز بر ناشادبودن و شادی‌گریزی ایرانیان صحنه می‌گذارند. براساس این آمارها، در سال ۲۰۱۷، کشور ایران در رتبه‌بندی شادی، در ردیف‌های پایانی جدول شادی بوده و در زمره کشورهای غمگین دنیا قرار می‌گیرد. همچنین گزارش‌ها حاکی از آن است که میزان شادی‌گریزی ایرانیان در سال‌های اخیر، سیر صعودی داشته و در نتیجه، استقبال ایرانیان از غم و اندوه بیشتر شده است. در نمودار زیر، جایگاه ایران از نظر شاخص شادی در مقایسه با سایر کشورها مشخص شده است.



برگرفته از: (Minkov, 2011: 83)

در یافتن دلایل احتمالی قرابت بیشتر مردمان این سرزمین با غم و اندوه، برخی این گمانه-زنی را مطرح می‌کنند که این مسئله از پیشینه تاریخی برخوردار بوده و پیشینیان این سرزمین را مردمانی غمگین تشکیل می‌دادند. گفتنی است که عده‌ای نیز با استناد به جشن‌های متعدد تاریخی نظیر جشن مهرگان، جشن آبانگان، جشن نوروز و ... که نشان از وجود نشاط و شادی میان ایرانیان دارد، فرضیه وجود پیشینه تاریخی برای غم‌ستایی و شادی‌گریزی مردمان ایران زمین را رد می‌کنند. با این وجود، در توضیح دلایل احتمالی وجود گرایش به غم و اندوه در میان ایرانیان، شاید بتوان عواملی چون مذهب، فرهنگ سخت‌گیری و تلاش، سلامت ذهنی پایین را در کنار دلایل تاریخی مطرح نمود.

براساس آنچه گفته شد، می‌توان دلایل فرهنگی نهفته در پس کاربرد گسترده قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن را در نمودار زیر به صورت خلاصه ارائه کرد:



نمودار ۱. ابعاد اجتماعی زباهنگ «مرگ»

بررسی تعاریف مرتبط با زبان و فرهنگ، گویای رابطه تنگاتنگ میان این دو مفهوم و در واقع هم‌پوشی زبان و فرهنگ است (رستم‌بیک تفرشی و رضانی واسو کلائی، ۱۳۹۱: ۳۱). به بیان دیگر، زبان محصول تعاملات فرهنگی است و فرهنگ‌های مختلف، با تولید زبان‌های متفاوت، جهان را به اشکال مختلف درک می‌نمایند. زبان و فرهنگ چنان در هم تنیده‌اند که مطالعهٔ زبان، جدا از اجتماع و در انزوا، کاری است بس عبث و بیهوده (صیادی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۲۲۱). در این راستا، ویگوتسکی^۱ (۱۹۷۸) نیز بر این باور است که رابطهٔ مستقیمی میان فرد و جامعه وجود دارد. او معتقد است فرد در تعامل با اجتماع به درک کامل رسیده و شخصیتش شکل می‌گیرد. از سوی دیگر، تعاملات اجتماعی نه تنها هویت افراد، بلکه فرهنگ جامعه را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهند (Nieto, 2010). بنابراین، با در نظر گرفتن رابطهٔ متقابل زبان و فرهنگ و نیز نقش فرهنگ در تجلی نحوهٔ تفکر افراد یک جامعه و نظر به این حقیقت که زبان تجلی‌گاه فرهنگ مردم یک جامعه است، می‌توان گفت، مطالعهٔ برخی از گونه‌های زبانی که تعداد زیادی از افراد جامعه آن را به کار می‌بندند، می‌تواند محل مناسبی برای مطالعه و واکاوی فرهنگ افراد آن جامعه باشد (پیش‌قدم، ۱۳۹۱)؛ در واقع، از طریق فرهنگ‌کاوی زبان، می‌توان از نظام فکری و فرهنگی افراد یک جامعه آگاهی حاصل نمود؛ زیرا مطالعهٔ اصطلاحات و گونه‌های زبانی، دریچه‌ای رو به باورهای فکری آن فرهنگ می‌گشاید (پیش‌قدم و عطاران، ۱۳۹۲). بر این اساس می‌توان گفت، یکی از حوزه‌هایی که می‌تواند سرنخ‌های ارزشمندی از فرهنگ حاکم بر جامعه به‌دست دهد، واژه‌های ارزشی آن زبان است. این واژه‌ها که در تعاملات اجتماعی از سوی جامعه به فرد یا بالعکس القاء می‌شوند، می‌توانند تأثیر بسزایی بر شکل‌گیری فرهنگ آن جامعه داشته باشند (پیش‌قدم و نوروز کرمانشاهی، ۱۳۹۴).

1. Vygotsky, L.

بر پایه آنچه گفته شد، جستار حاضر کوششی در جهت یافتن یکی از زبانه‌گ‌های حاکم در جامعه فارسی‌زبان و در نهایت روشن ساختن وجوهی از فرهنگ غالب در کشور ایران است. به این علت که «مرگ» یکی از مفاهیم عجین‌شده در زبان فارسی است، این پژوهش درصدد آن است تا با واکاوی قطعۀ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن به‌عنوان یکی از حوزه‌های ارزشی زبان و فرهنگ فارسی، درک بهتری از این فرهنگ به‌دست دهد. بنابراین، با در نظر گرفتن اهمیت نقش زبانه‌گ‌ها در به تصویر کشیدن نمای فرهنگی هر کشور، به تشریح زبانه‌گ مذکور و عبارات زبانی هم‌معنا با آن با استفاده از مدل هایمز (۱۹۶۷) پرداخته شد. بدین صورت که در ابتدا، بخش‌های هشتگانه این مدل به تفکیک در ارتباط با زبانه‌گ مذکور مورد تحلیل و سپس، کاربردهای گفتمانی این زبانه‌گ مورد بررسی دقیق قرار گرفت. بنابراین، می‌توان این پژوهش را کوششی در جهت روشن ساختن کاربردهای گفتمانی قطعۀ زبانی مذکور و کمک به درک و کاربرد این عنصر زبانی توسط فارسی‌زبانان و در نهایت استخراج یکی از زبانه‌گ‌های حاکم بر زبان و فرهنگ فارسی در نظر گرفت.

در پایان، به نظر می‌رسد به انجام رساندن تحقیقات مشابه با تحقیق حاضر، می‌تواند گامی مؤثر در جهت نمایاندن و به تصویر کشیدن ابعاد و جنبه‌های مختلف فرهنگ حاکم در ایران‌زمین باشد. نظر به آن‌که زبانه‌گ «مرگ» و عبارات زبانی هم‌معنا با آن، از جمله مفاهیم عجین‌شده در زبان فارسی هستند که می‌توانند نما و شمای کلی فرهنگ فارسی را به تصویر کشند، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی، این زبانه‌گ با در نظر گرفتن متغیرهای مختلف اجتماعی نظیر سن، جنسیت، مذهب و ... مورد واکاوی دقیق‌تر قرار گیرد. علاوه‌بر این، به نظر می‌رسد تلاش در جهت یافتن ریشه‌های عمیق عادات مرده‌پرستی، مرگ‌اندیشی و مرگ‌طلبی و نیز غم‌ستایی و شادی‌گریزی ایرانیان از جنبه‌های تاریخی، اجتماعی و روان‌شناختی خالی از لطف نخواهد بود. بنابراین، به جامعه فرهنگ‌شناسان، زبان‌شناسان، مورخان و روان‌شناسان توصیه می‌شود تا از طریق واکاوی دقیق زبان فارسی، ضمن استخراج زبانه‌گ‌ها و فرازبانه‌گ‌های موجود در این فرهنگ، در جهت پاکسازی فرهنگ غنی فارسی از زبانه‌گ‌های ناسالم و آلودگی‌های فرهنگی، اقدامات لازم را بکار بندند.

منابع و مأخذ

- ابوالقاسمی، محسن (۱۳۸۱). *دستور تاریخی*، تهران: سمت.
- پژهان، هدی؛ محمدعلی محمودی و محمدعلی زهرزاده (۱۳۹۵). «بررسی ارتباط مرگ با کلام و گفتمان پسامرگی در پست مدرنیسم در روایت‌های داستانی محمدرضا کاتب»، *نقد و نظریه ادبی*، شماره ۱: ۷۸-۵۷.
- پیش‌قدم، رضا و آتنا عطاران (۱۳۹۲). «نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری قسم: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه*، شماره ۴۶: ۲۵-۵۰.
- پیش‌قدم، رضا و پریا نوروز کرمانشاهی (۱۳۹۴). «ارتباط میان زبان، مذهب و فرهنگ: تحقیق و تدقیق در کارکردهای لقب حاجی و واژه‌های وابسته در زبان فارسی»، *فصلنامه علمی- پژوهشی زبان پژوهی*، شماره ۲۰: ۵۱-۲۷.
- پیش‌قدم، رضا و فاطمه وحیدنیا (۱۳۹۴). «کاربردهای «دعا» در فیلم‌های فارسی و انگلیسی در پرتو الگوی هایمز»، *جستارهای زبانی- پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی*، شماره ۷: ۲۳-۱.
- پیش‌قدم، رضا؛ فاطمه وحیدنیا و آیلین فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۴). «نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری نفرین: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه*، شماره ۴۷: ۷۲-۴۵.
- پیش‌قدم، رضا (۱۳۹۱). «معرفی «زباهنگ» به‌عنوان ابزاری تحولگرا در فرهنگ‌کاوی زبان»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه (دانشکده ادبیات و علوم انسانی)*، شماره ۴: ۶۲-۴۷.
- پیش‌قدم، رضا و آیدا فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۶). «تأملی جامعه‌شناختی پیرامون کاربردهای گفتمانی «نمی‌دانم» در زبان فارسی در پرتو الگوی هایمز»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، شماره ۱۸: ۳۵-۷.
- پیش‌قدم، رضا، آیدا فیروزیان پوراصفهانی و سحر طباطبایی فارانی (۱۳۹۶). «واکاوی عبارت «ناز کردن» و ترکیب‌های حاصل از آن در زبان فارسی»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، شماره ۱۸: ۹۶-۶۷.
- توان، بهمن؛ جهانی، فرزانه و داود حکمت‌پو (۱۳۹۲). «مفهوم مرگ از دیدگاه دانشگاهیان: یک مطالعه کیفی»، *مجلات تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، شماره ۲: ۳۶۵-۳۵۸.
- حافظ شیرازی، شمس‌الدین محمد (۱۳۷۱). *دیوان*. به تصحیح غنی- قزوینی، تهران: انتشارات ققنوس.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۹۴). *باورهای عامیانه مردم ایران*، تهران: نشر چشمه.
- رستم‌بیک نفرشی، اتوسا و احمد رضمانی واسو کلائی (۱۳۹۱). «نقش فرهنگ در آموزش زبان خارجی»، *پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی*، شماره ۱۲: ۳۴-۱۵.

معرفی زبانهنگ مرگ محوری و شادی‌گریزی ... ❖ ۲۰۰۵

- سعدی شیرازی، شیخ مصلح‌الدین (۱۳۵۹). بوستان سعدی، به تصحیح دکتر غلامحسین یوسفی، تهران: انتشارات خوارزمی.
- سلیمانی، زهرا (۱۳۹۵). «آموزه‌های مرگ‌اندیشی در آثار سعدی»، فصلنامه علمی- پژوهشی زبان و ادب فارسی، شماره ۳۰: ۱۰۴-۹۱.
- صنعتی، محمد (۱۳۸۳). «فاجعه و زیبایی‌شناسی سیاه مرگ‌اندیشی و هنر ایرانی»، ماهنامه کتاب ماه هنر، شماره ۷۵-۷۶: ۱۳-۳.
- صیادی‌نژاد، روح‌الله (۱۳۹۴). «بررسی جایگاه اجتماعی و فرهنگی زن دیروز عرب در ساختارها و لایه‌های صوری زبان عربی»، ادب عربی، شماره ۱: ۲۴۰-۲۲۱.
- صیاء‌الدینی دشتخاکی، علی (۱۳۹۵). «مردم‌شناسی شاهنامه: پیوندهای برون‌متنی شاهنامه فردوسی با مفهوم مرگ و آئین تدفین در فرهنگ ایرانی»، فصلنامه تخصصی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، شماره ۱: ۱۳۱-۱۱۴.
- عسکرنژاد، منیر (۱۳۴۸). «تحلیل نمادهای ماه در باورهای عامیانه ملل مختلف به استناد ابیاتی از شاعران بزرگ پارسی‌گوی»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، شماره ۴۱: ۳۲۴-۳۰۹.
- فروغی، حسن و مهناز رضایی (۱۳۹۲). «تصویر مرگ و زندگی در شعر معاصر ایران»، پژوهش ادبیات معاصر جهان، شماره ۱۸: ۱۷۰-۱۵۹.
- قربان‌پور آرانی، حسین؛ عباس زارعی و الهام عربشاهی (۱۳۹۶). «بررسی کارکرد اجتماعی- فرهنگی ماشین‌نگاره‌ها بر اساس مدل قوم‌نگاری زبانی هایمز»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۱۸: ۲۰۰-۱۷۷.
- کریمی، نجیبه و محبوبه فهیم کلام (۱۳۹۵). «تحلیل نمادهای مرگ در اشعار شارل بودلر»، فصلنامه زیبایی‌شناسی ادبی، شماره ۱۴: ۱۸۶-۱۶۷.

- Agha Golzadeh, F., & Pourebrahim, S. P. (2013). Death metaphor in religious texts: a cognitive semantics approach. *The International Journal of Humanities*, 20(4), 61-78.
- Bauman, R. (2000). Genre. *Journal of linguistics Anthropology*, 9(1), 84-87.
- Hymes, D. (1967). Models of interaction of language and social setting. *Journal of Social Issues*, 33(2), 8-28.
- Keith, K. D. (2011). Introduction to cross-cultural psychology. In K.D. Keith (Ed.), *Cross-cultural psychology: Contemporary themes and perspectives* (pp. 3-19). UK: Wiley-Blackwell.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Minkov, M. (2011). *Cultural Differences in a Globalizing World*. Emerald Group Publishing.
- Nieto, S. (2010). *Language, culture and teaching*. (2nd ed.). London: Routledge.
- Richards, J. C., & Schmitt, R. (2002). *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics* (3rd ed.). London: Pearson Education.
- Saville-Troike, M. (1982). *The ethnography of communication: An introduction*. Oxford: Basil Blackwell.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society*. US: Presidents and Fellows of Harvard College.

- Wardhaugh, R. (2010). **An introduction to sociolinguistics** (6th Ed.). New York, Wiley: Wiley-Blackwell.
- Yin, R. K. (2010). **Qualitative research from start to finish**. New York: The Guilford Press.
- Goffman, E. (1971). **Relations in public**. New York: Harper and Row.

