

## **The realization of request strategies among Turkish-Persian bilinguals considering gender & age**

**Sarah Zahedi Asl<sup>\*</sup>, Yahya Modarresi Tehrani<sup>\*\*</sup>**

**Atoosa Rostambeik Tafreshi<sup>\*\*\*</sup>**

### **Abstract**

Linguistic politeness is one of the highly regarded issues by sociolinguists and linguists. The phenomenon importance rises due to its culture-specific nature and its effect on social relationship. This study which is descriptive-analytical one, aimed at identifying the extensive used request patterns in Ardebili Turkish in the light of Brown and Levinson's politeness theory (1987) and Blum-Kulka et al's coding scheme for request (1989) regarding age and gender. To achieve this goal, the data has been collected by participant observation and Likert scale questionnaire designed by the researcher. The sample research is 245 male and female Persian-Turkish bilinguals within three age ranges, 18-30, 31-40 and +41. In order to examine the statistically significant effect of variables SPSS software (version 21) and non-parametric tests, Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis were used. Findings indicated that in all kinds of request the suggestory formula and query preparatory are the patterns with high frequency and strong hint and weak hint strategies are the

\* PhD Candidate of Linguistics, Institute for Humanities and Cultural Studies,  
s\_zahedi1978@yahoo.com

\*\* Professor of Linguistics, Institute for Humanities and Cultural Studies, Ymodarresi@gmail.com

\*\*\* Assistant Professor of Linguistics, Institute for Humanities and Cultural Studies (Corresponding Author), Atoosa.rostambeik@gmail.com

Date received: 2021/11/14, Date of acceptance: 2022/01/01

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

low- frequency patterns. The statistically significant difference is revealed among the age ranges but there is no such difference between male and female.

**Keywords:** request speech act, direct request, indirect speech act, linguistic politeness.

## کاربرد راهبردهای کنش‌گفتار درخواست توسط دوزبان‌های ترکی - فارسی براساس دو متغیر جنسیت و سن

سارا زاهدی اصل\*

یحیی مدرس‌ی تهرانی\*\*، آتوسا رستم‌بیک تفرشی\*\*\*

### چکیده

بحث ادب زبانی در حوزه جامعه‌شناسی زبان، همواره مورد توجه زبان‌شناسان و جامعه‌شناسان بوده است و به‌ویژه فرهنگ و ویژه بودن این بحث و تأثیر رعایت ادب زبانی بر روابط اجتماعی، بر اهمیت این حوزه می‌افزاید. پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و طی یک پژوهش میدانی، به شناسایی و تحلیل الگوهای پرسامد درخواست به زبان ترکی، به‌عنوان یکی از نشانگرهای ادب زبانی، توسط دوزبان‌های ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل در بافت غیررسمی می‌پردازد. گردآوری داده به دو شیوه مشاهده مشارکتی و استفاده از پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته مبتنی بر مقیاس لیکرت صورت گرفته‌است. جامعه آماری شامل ۲۵۰ زن و مرد دوزبان ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل، در سه گروه سنی ۱۸-۳۰، ۳۱-۴۰ و ۴۱+ می‌باشند و به این ترتیب، سن و جنسیت متغیرهای مستقل پژوهشند. تحلیل آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ انجام شده‌است. نتایج نشان می‌دهند که، صرف نظر از سن مخاطب و نوع درخواست، راهبردهای درخواست غیرمستقیم متعارف و درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین

\* دانشجوی دکتری، زبان‌شناسی همگانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،

s\_zahedi1978@yahoo.com

\*\* استاد جامعه‌شناسی زبان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، Ymodarresi@gmail.com

\*\*\* استادیار زبان‌شناسی همگانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)،

Atoosa.rostambeik@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۱

بسامد کاربردی را در میان زنان و مردان و نیز سه گروه سنی دارا می‌باشند. هم‌چنین با استفاده از دو آزمون کروسکال‌والیس و یومن‌ویتنی دیده شد که تفاوت میان گروه زنان و مردان در انتخاب الگوها معنادار نبوده ولی در گروه‌های سنی این تفاوت معنادار است.

**کلیدواژه‌ها:** کنش‌گفتار درخواست، درخواست مستقیم، درخواست غیرمستقیم، ادب.

## ۱. مقدمه

زبان به‌عنوان نهادی اجتماعی در جوامع انسانی بواسطه نیاز افراد به داشتن ارتباط شکل گرفته است. این ویژگی اجتماعی بودن زبان، باعث ایجاد پیوند بین این نهاد با دیگر عوامل اجتماعی - فرهنگی می‌شود. به‌گونه‌ای که مطالعه زبان بدون در نظر گرفتن بافت و متغیرهای اجتماعی، توصیفی نادرست از آن در اختیار ما قرار می‌دهد. متغیرهای غیرزبانی مانند جنسیت، سن، قومیت، طبقه اجتماعی، تحصیلات و ... ارتباطی تنگاتنگ با زبان داشته و در تنوعات زبانی دخیل می‌باشند. از سویی دیگر فرد به‌منظور ایجاد ارتباطی موفق نیازمند داشتن مهارت‌هایی در رفتار کلامی و زبانی است. پدیده ادب یکی از این مهارت‌هاست که در روابط و تعاملات بین‌فردی نقش بسزا و مهمی را ایفا می‌کند و موجبات رابطه‌ای مثبت و متعادل را فراهم می‌سازد. این پدیده به‌صورت آکادمیک در دهه ۷۰ در تحقیقات افرادی چون لیکاف (Lakoff, 1973)، لیچ (Leech, 1977) و براون و ولوینسون (Brown & Levinso, 1978) مورد توجه قرار گرفت. تکیه‌گاه اصلی این بررسی‌ها نیز اصل همکاری (Cooperative Principle) گرایس (Grice, 1975) می‌باشد. پدیده ادب به‌نوعی مستقیم یا غیرمستقیم به جامعه مربوط می‌شود. گرچه خود عمل مودبانه، فردی و شخصی است یعنی این فرد است که آنرا اجرا می‌کند ولی عمل مودبانه، ذاتا پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. بدان معنا که برای مودبانه تلقی شدن یک عمل باید این عمل براساس شاخصی بنا شده باشد. این شاخص از خود عمل فراتر رفته و توسط اجراکننده عمل، شنونده و گاه شخص سوم حاضر در تعامل تشخیص داده می‌شود. این شاخص برپایه ارزش‌ها و هنجارهای جمعی قرار دارد که فرد طی فرایند اجتماعی شدن در اوان کودکی فرامی‌گیرد. پس، ادب ویژگی ذاتی یک عمل نیست بلکه چیزی است که در روابط تعاملی ساخته می‌شود. ادب در مفهوم گسترده آن پدیده‌ای است جهانی که در فرهنگ هر جامعه ریشه دارد و می‌تواند از طریق اعمال ارتباطی و غیرارتباطی مختلفی تجلی یابد. یکی از

راه‌های بازنمود این پدیده، بازنمودهای زبانی آن است. در واقع زبان‌ها هرکدام به‌گونه خاص خود، از بازنمودهای زبانی برای نشان دادن این پدیده استفاده می‌کنند. برای مثال در زبان فارسی استفاده از هریک از الگوهای خطاب و یا بکار بستن صورت‌های غیرمستقیم در درخواست می‌تواند نشان‌دهنده درجه‌ای از ادب باشد. با توجه به تاثیر متغیرهای غیرزبانی بر گوناگونی‌های زبانی، پدیده ادب نیز که خود دارای بازنمودهای زبانی است، از این واقعیت مستثنی نبوده و تحت تاثیر متغیرهای مذکور دارای تنوعاتی است. دو متغیر که می‌توان گوناگونی‌های زبانی را براساس آنها توضیح داد و پژوهش حاضر نیز به آنها پرداخته است، متغیرهای جنسیت و سن هستند. گونه‌های زبانی مورداستفاده دو جنسیت زن و مرد از جنبه‌های مختلفی با هم تفاوت دارند. یکی از دلایل این تفاوت نقش‌های اجتماعی متفاوت زنان و مردان در جامعه و یا حتی انتظارات متفاوتی است که از هریک وجود دارد. همانطور که ذکر شد عامل دخیل دیگر در تنوعات زبانی سن است. درحقیقت افراد یک جامعه زبانی دارای الگوهای زبانی متفاوتی در سنین مختلف هستند. گاه تغییراتی که نسل‌ها در زبان ایجاد می‌کنند می‌تواند در بلندمدت زمینه ایجاد تغییرات زبانی را فراهم کند. بنابراین بازنمودها و نشانگرهای زبانی ادب نیز باتوجه به متغیرهای سن و جنسیت می‌تواند ناهمگن و غیریکدست باشند.

کنش‌گفتار درخواست که در این پژوهش مورد تحلیل قرار گرفته‌است، دارای الگوهایی در نوع مستقیم و غیرمستقیم هستند که می‌توان از آنها به‌عنوان ابزار جهت نمود ادب بهره گرفت. در پژوهش حاضر که به روش میدانی انجام گرفته، تلاش شده است تا به این پرسش‌ها پاسخ داده شود: الگوهای پرسامد مورد استفاده در بیان درخواست در گفتار ترکی دوزبانه‌های ترکی-فارسی کدام است؟ میان متغیر جنسیت گوینده با کدام الگوها ارتباط معناداری وجود دارد؟ میان متغیر سن گوینده با کدام الگوها ارتباط معناداری وجود دارد؟ جهت گردآوری داده‌ها، دو روش پیمایشی (پرسش‌نامه) و مشاهده مشارکتی به‌کارگرفته شده است. جامعه آماری پژوهش نیز متشکل از دوزبانه‌های ترکی-فارسی ساکن شهر اردبیل با مدرک تحصیلی دیپلم و یا بالاتر می‌باشد. در تحلیل نتایج هم از روش‌های کمی و آماری و هم از روش کیفی استفاده شده است.

## ۲. پیشینه پژوهش

در حوزه ادب زبانی، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است ولی پژوهش‌هایی که به‌طور خاص بر درخواست متمرکز باشند محدودترند. در ادامه به برخی از مرتبط‌ترین پژوهش‌های این حوزه اشاره می‌شود. بلوم کولکا و اولشتاین (Blum-kulka & Olshtain, 1984) در پروژه‌ای تحت عنوان CCSARP دو کنش‌گفتار عذرخواهی و درخواست را در هشت زبان بررسی کرده‌اند. داده‌ها، هم از سخنگویان بومی و هم از سخن‌گویان غیربومی گردآوری شده و شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود میان آنها مشخص شده‌اند. سه هدف عمده این پژوهش عبارتند از: تعیین الگوهای درخواست و عذرخواهی سخن‌گویان بومی با توجه به گوناگونی موقعیتی، تعیین تفاوت‌ها و شباهت‌ها در نمود این الگوها با توجه به تفاوت‌های میان‌فرهنگی و تعیین تفاوت‌ها و شباهت‌ها در نمود این الگوها در افراد بومی و غیربومی. نتایج حاصل نشان داده‌اند که پیوستار حاصل از راهبردهای مستقیم و غیرمستقیم درخواست در همه زبان‌ها وجود دارند ولی آنچه حائز اهمیت است نحوه توزیع این راهبردها بر روی پیوستار است که با توجه به زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف، شکلی متفاوت به خود می‌گیرند. بلوم کولکا (Blum-kulka, 1987) در پژوهشی دیگر وجود ارتباط مستقیم بین ادب و درخواست غیرمستقیم را مورد بازبینی قرار داده و بیان می‌کند که باید بین دو نوع غیرمستقیم بودن تمایز قائل شد: غیرمستقیم متعارف و غیرمستقیم نامتعارف. از نظر پژوهشگر ادب با نوع اول در ارتباط است و الزاما با نوع دوم می‌تواند ارتباط نداشته باشد. نکته حائز اهمیت دیگر آنست که ماهیت این ارتباط می‌تواند در فرهنگ‌های مختلف، متفاوت نیز باشد. نویسنده مقاله جهت ارزیابی فرضیه‌های خود از داده‌های حاصل از زبان‌های انگلیسی و عبری استفاده کرده‌است. اگی‌رمن (Ogiermann, 2009) در مقاله خود تنوعات نمودهای کنش‌گفتاری درخواست را در زبان‌های انگلیسی، آلمانی، لهستانی و روسی مورد تحلیل قرار داده تا از این راستا به تنوع برداشت‌ها از غیرمستقیم بودن درخواست بپردازد و نشان دهد که رابطه بین این ابزار زبانی و ادب در همه فرهنگ‌ها یک‌دست تعبیر نمی‌شود. سلمانی‌ندوشن (۲۰۱۱) در پژوهشی راهبردهای مورد استفاده فارسی‌زبانان به‌هنگام بیان تقاضا را بررسی کرده‌است. یافته‌ها نشان می‌دهند که استفاده از عناصر پشتیبان درونی و برونی هر دو وابسته به موقعیت بوده و جدیت موقعیت، مهم‌ترین انگیزه در بکارگیری آنها می‌باشند. شهیدی‌تبار (۲۰۱۲) جهت مقایسه بین‌فرهنگی، کنش‌گفتار

درخواست را در سخنگویان تک‌زبان فارسی و دوزبان‌های ترکی فارسی بررسی کرده و نشان می‌دهد که سخنگویان زبان‌های مختلف از راهبردهای متفاوتی از ادب بهره‌می‌گیرند. هاشمیان (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به مقایسه نمودهای بیان تقاضا در افراد غیربومی ایرانی که به زبان انگلیسی صحبت می‌کنند و افراد بومی کانادایی که به این زبان سخن می‌گویند پرداخته و نشان می‌دهد که فرهنگ فارسی مستقیم‌تر بوده و بر ادب مثبت متمرکز است درحالی‌که فرهنگ کانادایی غیرمستقیم‌تر بوده و متمرکز بر ادب منفی است. وی در مقاله خود به بررسی تاثیر متغیرهای قدرت، فاصله اجتماعی، رسمیت بافت بر نمودهای مذکور نیز پرداخته‌است. نظامی و شیرخانی (۲۰۲۰) طی تحقیقی به مطالعه بیان تقاضا در میان زوج‌های فارسی زبان پرداخته‌اند. بدین منظور دو موقعیت یعنی بدون حضور دیگران و درحضور افراد دیگر، در نظر گرفته شده و راهبردهای کاربردی زوج‌ها در این دو موقعیت مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج حاکی از آن است که زوج‌ها در موقعیت‌های بدون حضور دیگران از راهبردهای ادب مستقیم بیش از دیگر راهبردها بهره می‌گیرند.

هدایت (۱۳۸۴) به مطالعه تاثیر جنسیت بر نوع مستقیم بودن و غیرمستقیم بودن بیان تقاضا پرداخته و نشان می‌دهد که زنان در مقایسه با مردان بیشتر به نحوه بیان تقاضا اهمیت داده و رسمی‌تر و محافظه‌کارانه‌تر عمل می‌کنند. الستی (۱۳۹۱) به بررسی رابطه جنسیت، تحصیلات و سن با انواع شیوه بیان تقاضا و پاسخ به آن می‌پردازد. ابزار پژوهش در این بررسی پرسش‌نامه است که در آن انواع درخواست، پاسخ به درخواست و ادب اندازه‌گیری می‌شود. در این پژوهش مشخص شد که رابطه معناداری بین تحصیلات و شیوه‌های بیان درخواست و پاسخ به آن بجز در شیوه آگاه‌کننده‌ها، وجود ندارد. از دیگر یافته‌های این پژوهش می‌توان به رابطه سن و شیوه‌های مذکور اشاره کرد که طبق آن با افزایش سن استفاده از درخواست مستقیم کاهش می‌یابد. متغیر دیگر مورد بررسی جنسیت است که بین این متغیر و شیوه بیان تقاضا و پاسخ به آن هیچ رابطه معناداری یافت نشد. مدرسی و تاجعلی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای میزان استفاده از یکی از راهبردها در بیان تقاضا - تعدیل‌های حاشیه‌ای - توسط فارسی‌زبانان و فارسی‌آموزان را مورد تحلیل قرار داده و وجود یا عدم وجود رابطه بین سطح زبان‌آموزان و استفاده از این ابزار را باتوجه به اهمیت موضوع درخواست، آشنابودن یا نبودن با مخاطب و نیز رسمیت بافت مشخص کرده‌اند. شیخ‌محمدی و دیگران (۱۳۹۸) راهبردهای بیان تقاضا را در گویشی از زبان کردی تعیین کرده و تاثیر عوامل اجتماعی جنسیت و قدرت مخاطب را بر کاربرد این

راه‌بردها بررسی کرده‌اند. یافته‌ها حاکی از آنست که تفاوت زن و مرد در بکارگیری راه‌بردها معنادار بوده و سطح قدرت مخاطب نیز بر استفاده از این راه‌بردها تاثیر به‌سزایی دارد. مسیب‌زاده و دیگران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به شناسایی نشانگرهای ادب و مهیاکننده‌ها در بیان تقاضا در گویش گیلکی توجه کرده و پس از واکاوی فرمول‌واره‌های بیان مودبانه تقاضا در تعاملات اجتماعی مهم‌ترین ارزش‌های اجتماعی مرتبط با آن‌ها را شناسایی و دسته‌بندی کرده است.

### ۳. مبانی نظری

دو مبحث اصلی که در این پژوهش نقش مهمی ایفا می‌کند و به نوعی چارچوب نظری آن نیز محسوب می‌شوند، نظریه کنش گفتار (speech act) و ادب زبانی است که در این بخش شرح داده می‌شوند.

#### ۱.۳ کنش گفتار درخواست

نظریه کنش گفتار اولین بار توسط آستین (Austin) در سال ۱۹۵۵ مطرح شد که مخالفت او را نسبت به سه اصلی که بنای نگرش زبان‌شناسان منطقی به معنی بود، به‌همراه داشت. این سه اصل به شرح زیر است: ۱. گونه اصلی جملات زبان، جملات خبری است. ۲. کاربرد اصلی زبان اطلاع دادن از طریق جملات است. ۳. صدق یا کذب معنی پاره‌گفتارها را می‌توان تعیین کرد. آستین براین باور بود که نقش زبان صرفاً دادن اطلاعات نبوده و نیز ارزش صدق همه جمله‌ها را نمی‌توان تعیین کرد و درحقیقت فرد با بیان تعدادی از جملات عملی را انجام می‌دهد. وی (۱۹۶۲) سه کنش برای هرپاره‌گفتار معرفی می‌کند: ۱. کنش بیانی (Locutionary act): منظور تولید پاره‌گفتار است. ۲. کنش غیربیانی (illocutionary act): تاثیری که پاره‌گفتار بر مخاطب دارد. ۳. کنش پس‌بیانی (perlocutionary act): واکنش مخاطب به کنش غیربیانی است. سرل (Searle, 1975b) به پیروی از آستین و در ادامه نظریات وی تقسیم‌بندی پنجگانه‌ای از کنش گفتارها ارائه می‌دهد تحت عنوان رده‌شناسی کنش گفتارها (typology of speech act): اظهاری (representatives): که گوینده را به صدق پاره‌گفتار متعهد می‌کند. ترغیبی (directives): مخاطب را به انجام



کنشی ترغیب می‌کند. تعهدی (commissives): که گوینده را به انجام کنشی در آینده متعهد می‌کند. عاطفی (expressives): بیان‌کننده حالات روحی است. اعلامی (declarations): تغییر وضعیتی را در امور جاری اعلام می‌کند. باتوجه به کنش‌گفتارها می‌توان دو نوع کنش‌گفتار مستقیم و غیرمستقیم را از یکدیگر تمییز داد. اغلب زبان‌ها دارای سه نوع جمله خبری، امری و پرسشی می‌باشند که هر یک بصورت ساختوازی و یا نحوی آن‌ها را کدگذاری می‌کنند. این انواع جمله حاوی یک نیروی غیربیانی خاص خود هستند یعنی دادن اطلاعات، پرسیدن و درخواست کردن. حال اگر بین نوع جمله و نیروی غیربیانی آن رابطه یک‌به‌یک برقرار باشد، کنش‌گفتار مستقیم (direct speech act) خواهیم داشت ولی اگر این رابطه یک‌به‌یک برقرار نباشد، کنش‌گفتار غیرمستقیم (indirect speech act) خواهد بود.

کنش‌گفتار درخواست در زمره کنش‌گفتارهای ترغیبی قرار می‌گیرد چراکه گوینده سعی دارد تا مخاطب خود را به کاری وادار کند. باتوجه به کارکرد کنش‌گفتار درخواست، براون و لوینسون (Brown & Levinson, 1987) از آن تحت عنوان کنش‌های تهدیدکننده و وجهه منفی شنونده یاد می‌کنند و معتقدند که به‌استثنا مواردی که نیازهای و وجهه شنونده در اولویت قرار ندارند جهت تعدیل این تهدید باید از نوع غیرمستقیم آن استفاده کرد.

در چگونگی تحلیل کنش‌گفتارهای غیرمستقیم سه رویکرد را می‌توان مطرح کرد:  
۱. کنش‌گفتارهای غیرمستقیم دارای نیروی غیربیانی دوگانه‌اند (dual illocutionary force) یعنی یکی تحت‌اللفظی و مستقیم که ثانویه است و دیگری غیرتحت‌اللفظی و غیرمستقیم که اولیه است. ۲. برای تعیین غیرمستقیم بودن یا نبودن یک کنش‌گفتار مرتبط بودن شرایط به‌جایی (felicitous) مهم است. ۳. انجام عمل و درک کنش‌گفتار توسط مخاطب به نوعی استنتاج (inference) و الگوی همکاری گرایس را شامل می‌شود.  
(Huang, 2014: 138-139)

گرینجر و میلز (Grainger & Mills, 2016) یک دسته‌بندی از تعاریف موجود از غیرمستقیم بودن ارائه می‌کنند: ۱. گروهی که همان کاربردشناسی سستی است معتقدند در کنش‌گفتار غیرمستقیم، عبارت، حاوی معنایی فراتر از معنای تحت‌اللفظی آن است. گیبس (Gibbs, 1999) این دیدگاه را کاربردشناسی استاندارد (standard pragmatics) می‌نامد. ۲. افرادی چون اسپنسر و ویلسون (Spencer & Wilson, 1986) غیرمستقیم بودن را براساس میزان فعالیت و تلاش شناختی شنونده تعریف می‌کنند. ۳. برخی نیز غیرمستقیم بودن را

به‌عنوان ادب متعارف تعریف می‌نمایند بدان معنا که این نوع کنش‌گفتارها امکان هرچه مودبانه‌تر بیان کردن خواسته را برای گوینده فراهم می‌کنند. ۴. گروهی نیز معتقدند غیرمستقیم بودن به معنای بیان مبهم است.

لیچ (Leech, 1983) معتقد است غیرمستقیم بودن مطلق نبوده و باید پدیده‌ای پیوستاری در نظر گرفته شود. باور وی براین راستاست که انگیزه بکار بستن کنش‌گفتار غیرمستقیم ادب است و ارتباط بین این دو ارتباطی مستقیم است چراکه اولاً غیرمستقیم بودن، میزان حق انتخاب را بالا برده و ثانیاً هرچه کنش غیرمستقیم‌تر باشد نیروی آن نیز محتاطانه‌تر خواهد بود. سرل (Searle, 1979) گروه‌بندی زیر را از جمله‌های درخواست غیرمستقیم ارائه می‌کند:

۱. جمله‌هایی که توانایی شنونده را مدنظر قرار می‌دهند: می‌تونی نمک را بدهی؟
۲. جملاتی که خواست گوینده را درمورد انجام کنش توسط شنونده در نظر می‌گیرد: تمایل دارم که اینکار را برای من انجام دهی.
۳. جملاتی که انجام عمل توسط شنونده در آینده را مدنظر قرار می‌دهد: قصد نداری غذات رو بخوری؟
۴. جملاتی که تمایل شنونده را مورد توجه قرار می‌دهند: اگر اشکال نداره سرو صدا نکن؟
۵. جملاتی که دلیل انجام کنش را در مرکز توجه دارند: بهتره الان بری.
۶. جمله‌هایی که یکی از این عناصر را درون دیگری قرار می‌دهد و نیز جملاتی که حاوی یک فعل درخواستی صریح است: می‌تونم ازت بخوام کلاهات را دریاوری (Searle, 1979: 36-39).

فرضیه بلوم کولکا و همکاران (۱۹۸۹) که چارچوب این پژوهش را تشکیل می‌دهد، مبتنی بر آن است که در همه زبان‌ها مستقیم بودن دارای سه سطح اصلی می‌باشد: مستقیم، غیرمستقیم متعارف و غیرمستقیم غیرمتعارف. مستقیم‌ترین و صریح‌ترین سطح، سطحی است که درخواست در قالب جمله‌های امری نمود می‌یابد. طبق نظر آنها منظور از مستقیم بودن، محرز بودن نیت غیربیانی گوینده در کنش بیانی اوست. وی با در نظر گرفتن پیوستار میزان شفافیت کنش غیربیانی، یک دسته‌بندی از انواع درخواست ارائه می‌کند.

به این صورت که هرچه میزان غیرمستقیم بودن بیشتر باشد، شنونده مسئولیت بیشتری در تعبیر و درک پاره‌گفتار برعهده دارد. به بیانی روشن‌تر الگوهای شفاف‌تر و مستقیم‌تر الگوهایی هستند که نیروی درخواستی یا صریحاً در آنها بیان شده باشد یا نمود نحوی آنها بارز و مشخص باشد. در مقابل، نیروی درخواستی در الگوهای غیرمستقیم صریح و آشکار نبوده و محتوای پیام را باید از پاره‌گفتار استنباط کرد:

۱. وجه فعل (mood derivable): آشپزخانه را تمیز کن.
۲. بیانی صریح (performative): ازت می‌خوام که ماشینات را جابه‌جا کنی.
۳. بیانی درلفافه (Hedged performative): می‌خوام ازت خواهش کنم ماشینات را جابه‌جا کنی.
۴. گزاره‌های اجباری (Obligation statement): باید ماشینات رو جابه‌جا کنی.
۵. گزاره‌های خواستن (Want statement): ازت می‌خوام ماشینات رو جابه‌جا کنی.
۶. پیشنهاد (Suggestory formulae): چگونه آشپزخانه را تمیز کنی؟
۷. سوال مقدماتی (Query preparatory): اشکالی نداره اگر آشپزخانه را تمیز کنی؟
۸. اشارات قوی (Strong hint): آشپزخانه را تمیز نشده رها کردی.
۹. اشارات ملایم (Mild hint): نمی‌خواهیم اینجا پر از ماشین باشه. (Blum- kulka, 1987:133)

برای مثال در نوع گزاره‌های خواستن گوینده صریحاً از شنونده درخواست انجام کاری را نمی‌کند ولی از طرفی تعبیر کاربردشناختی آن نیز مبهم نیست از این‌رو این نوع از درخواست در مقوله درخواست مستقیم قرار نمی‌گیرد بلکه در دسته‌بندی درخواست غیرمستقیم متعارف می‌باشد. درخواست‌های غیرمستقیم متعارف دارای ابهام در سطح پاره‌گفتار می‌باشند که این میزان ابهام تنها به دو برداشت مشخص محدود می‌شود (همان: ۴۵). بلوم کولکا (۱۹۸۹) غیرمستقیم متعارف را دوگانگی کاربردشناختی (Pragmatic duality) نیز می‌نامد چراکه در دو سطح قابل تعبیر است. یکی براساس قواعد زبانی که شامل محتوای گزاره‌ای و یا معنای تحت‌اللفظی است و دیگری براساس صورت‌های کاربردشناختی است که نیروی غیربیانی را نشان می‌دهد. در تحلیل او درخواست غیرمستقیم متعارف بر دو نوع است: درخواست‌هایی که در قالب پیشنهاد بیان می‌شود و

آن‌هایی که در قالب پرسش بیان می‌شوند. موارد ۸ و ۹ در دسته‌بندی فوق در سطح درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف جای می‌گیرند. در این سطح نیت غیربیانی گوینده از کنش بیانی وی قابل درک نیست.

### ۲.۳ ادب زبانی

همان‌طور که پیشتر نیز عنوان شد، یکی از نقش‌ها و کارکردهای اساسی زبان نقش تعاملی (Interpersonal function) آن است بدان معنا که در این نقش، از زبان برای ایجاد و حفظ روابط بینافردی استفاده می‌شود. باتوجه به این کارکرد زبان، می‌توان ادب کلامی را در زیرمجموعه نقش تعاملی زبان قرار داد. تعاریف متعددی از پدیده ادب ارائه شده‌است. به اعتقاد لیچ (Leech, ۲۰۱۴)، مودب بودن یعنی صحبت کردن و رفتارکردن به‌نحوی که به دیگران سود رساننده و برای آنها ارزش قائل می‌شوید. لیکاف (Lakoff, 1990) ادب را نظامی از روابط بینافردی تعریف می‌کند که با به‌حداقل رساندن تعارضات احتمالی در ارتباط، موجبات تعاملی آسان را فراهم می‌کند. از نظر فریزر (Fraser, 1990:220) «هر جامعه هنجارهای اجتماعی خود را دارد. این هنجارها خود، از تعدادی قواعد تشکیل شده‌اند که تجویزکننده رفتار و طرزفکر افراد هستند.» از نظر میلز (Mills, 2003:6) ادب عبارتست «از مهارت‌های اجتماعی که هدف آن اطمینان دادن از تأیید احساسات دیگران در تعاملات اجتماعی است.» ادب در مفهوم کلی آن نوعی رفتار ارتباطی است که در فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف مشهود است. یکی از نظریه‌های مهم و تأثیرگذار، نظریه ادب براون و لوینسون است که برپایه مفهوم وجهه گافمن (Goffman) ابتدا در سال ۱۹۷۸ و بعد پس از انجام اصلاحاتی در سال ۱۹۸۷ مطرح شد. از نظر براون و لوینسون (۱۹۸۷) «ادب کلامی عبارتست از توجه به وجهه دیگری و کاهش میزان تهدید وجهه شنونده. براون و لوینسون وجهه را تصویر اجتماعی فرد از خود تعریف می‌کنند.» (Brown & Levinson, 1987:61) از نظر آنها وجهه و جنبه‌های آن، خواست و نیاز ابتدائی فرد است و دارای دو جنبه می‌باشد: وجهه منفی (Negative face): عبارتست از خواست فرد بالغ مبتنی بر عدم ممانعت از اعمال وی. وجهه مثبت (Positive face): عبارتست از خواست فرد بالغ مبتنی بر مطلوب قلمدادشدن خواست‌های او از جانب دیگران. آنها سه متغیر اجتماعی موثر بر کنش‌های تهدیدکننده وجهه که تعیین‌کننده وزن این کنش‌ها نیز هستند را معرفی می‌کنند: فاصله اجتماعی D،

قدرت P و میزان تحمیل عمل R و جهت محاسبه وزن کنش تهدید وجهه فرمول زیر ارائه کرده‌اند:

$$W_x = D(S,H) + P(H,S) + R_x$$

براون و لوینسون فراراهبردهایی را جهت تعدیل کنش‌های تهدیدکننده وجهه ارائه می‌کنند که تحقق آنها بواسطه راهبردهای سطح پایین‌تر و درنهایت ابزارهای زبانی می‌باشند: بیان آشکار (Bald on record)، ادب مثبت (Positive politeness)، ادب منفی (Negative politeness) و بیان مبهم (Off record). یکی از راهبردهای مورد استفاده در فراراهبرد ادب منفی که در جهت به حداقل رساندن فاصله اجتماعی در تعامل است، راهبرد غیرمستقیم بودن متعارف (Be conventionally indirect) می‌باشد. با استفاده از این راهبرد، فرد از جمله‌ها و عباراتی دارای معنای بافتی غیرمبهم استفاده می‌کند که این معنا با معنای تحت‌اللفظی آن متفاوت می‌باشد. درواقع پاره‌گفتار رک و صریح (On record) است ولی گوینده خواست خود را به‌گونه‌ای غیرمستقیم (Off record) ابراز می‌دارد. کنش‌گفتار غیرمستقیم نمونه‌ای بارز از این راهبرد است. جمله‌ها در ساختار خود نشانه‌هایی از کاربرد صیغگان (paradigmatic) یا نیروی غیربیانی (Illocutionary force) به‌همراه دارند. کاربرد جمله‌های امری برای دستور دادن، جمله‌های سوالی برای درخواست اطلاعات و جمله‌های خبری نیز برای دادن اطلاعات است. واقعیت این است که این کاربردها، کاربردهای ثابت جمله‌های مذکور نبوده و مقاصد گوینده از گفتن این جمله‌ها می‌تواند کاملاً متفاوت باشند: جمله امری برای دادن پیشنهاد، جمله خبری برای دادن دستور و جمله سوالی برای دادن اطلاعات. براون و لوینسون (Brown & Levinson, 1987:134) معتقدند «غیرمستقیم بودن عبارتست از هرگونه رفتار ارتباطی کلامی یا غیرکلامی که انتقال دهنده معنایی غیر از و یا فراتر از معنای تحت‌اللفظی آن است.»

#### ۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش میدانی انجام گرفته که جهت گردآوری داده‌ها از دو روش پیمایشی (پرسش‌نامه) و مشاهده مشارکتی بهره‌گرفته شده‌است. تهیه و تدوین پرسش‌نامه نهایی که با مقیاس لیکرت تنظیم شده‌است پس از گذراندن سه مرحله محقق شد. در مرحله نخست یک پرسش‌نامه جهت تعیین موقعیت‌های پربسامد درخواست به آزمودنی‌ها

داده شد. سپس براساس نتایج حاصل سه موقعیت پربسامد با درجاتی متفاوت از نوع درخواست انتخاب شده و یک پرسش‌نامه تکمیل‌گفتمان تنظیم شد. پرسش‌نامه آماده‌شده به ۲۰ آزمودنی ارائه شد و پس از گردآوری داده‌ها، باتوجه به پاسخ‌ها، الگوهای پربسامد درخواست بادر نظر گرفتن مدل بلوم-کولکا (۱۹۸۷) تعیین شده و در مرحله آخر براساس پاسخ‌های دریافتی و الگوها، گزینه‌های پرسش‌نامه نهایی تهیه و تنظیم شد:

گزینه الف/ درخواست مستقیم: req a

گزینه ب/ بیان خواست / نیاز: req b

گزینه ج/ پیشنهاد/ پرسش (غیرمستقیم متعارف): req c

گزینه د/ اشارات ضعیف/ قوی (غیرمستقیم غیرمتعارف): req d

پرسش‌نامه پژوهش دارای دو بخش است: بخش نخست حاوی سوالات مربوط به سن و جنسیت آزمودنی‌هاست و بخش دوم حاوی شش سوال است که در هر جفت از سوالات سن مخاطب نیز در نظر گرفته شده‌است. سه موقعیت مجزایی که برای بیان درخواست در پرسش‌نامه بکاررفته‌اند عبارتند از: درخواست برای یک لیوان آب، درخواست برای آب دادن به گیاهان بهنگام سفر و درخواست برای قرض گرفتن مقداری پول.

پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS بسامد الگوها باتوجه به دو متغیر جنسیت و سن گوینده تعیین و سطح معناداری آن‌ها از طریق آزمون کروسکال والیس و یومن‌ویتنی مشخص شد. قابل ذکر است که با اتکا بر نتایج حاصل از پرسش‌نامه اولیه به دلیل عدم وجود تفاوت در پاسخ‌ها باتوجه به جنسیت مخاطب، پژوهشگر این متغیر را در مراحل بعدی حذف نموده‌است. جامعه آماری این بررسی از ۲۴۵ دوزبانه ترکی فارسی در شهر اردبیل با تحصیلات دیپلم و بالاتر، تشکیل شده است که این آزمودنی‌ها در دو گروه زن و مرد و سه گروه سنی ۳۰-۱۸، ۴۰-۳۱ و ۴۱+ قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. توزیع آزمودنی‌ها به تفکیک جنسیت و سن

جمع کل	مرد	زن	جنسیت سن
81	24	57	18-30
61	24	37	31-40
102	46	56	41
244	94	150	جمع کل

روش مشاهده مشارکتی نیز به‌عنوان ابزاری تکمیلی، جهت رد یا تایید نتایج حاصل از روش پیمایشی که روش اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش است، مورد استفاده قرار گرفته است. قرار گرفتن در محیط و تعامل و ارتباط با دوزبان‌های ترکی فارسی ساکن شهر اردبیل، موجبات مشاهدات را برای پژوهشگر فراهم کرد. تمام موارد مشاهده جامعه زبانی موردنظر با جزئیات کامل از قبیل سناریوی مورد مشاهده، سن مشارکین و جنسیت مشارکین ثبت و سپس مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند. قابل ذکر است که با توجه به این‌که در این پژوهش بافت غیررسمی مد نظر است، بنابراین مشاهدات فیش‌برداری شده از گفت‌وگوها و تعاملات خانوادگی و اقوام نزدیک می‌باشند.

## ۵. توصیف و تحلیل داده‌ها

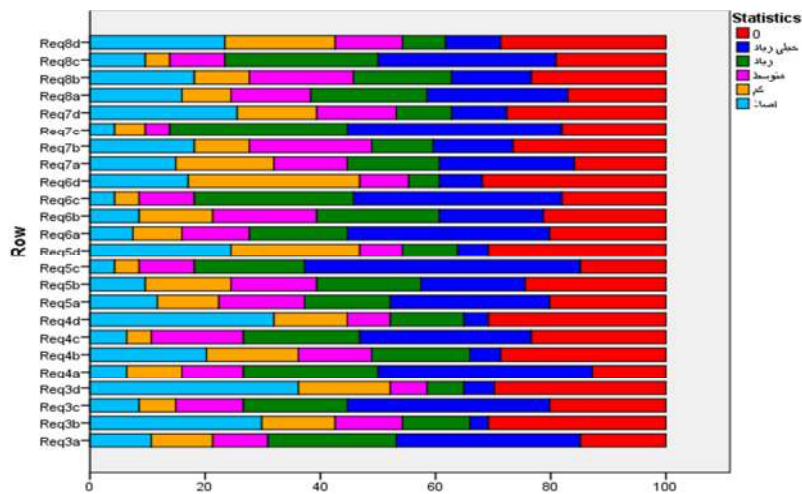
### ۱.۵ توصیف و تحلیل داده‌های پرسش‌نامه

در توصیف و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر که در چارچوب نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) و الگوهای پیشنهادی بلوم-کولکا (۱۹۸۹) می‌باشد دو متغیر جنسیت و سن گوینده و نیز تاثیر سن مخاطب و نوع درخواست در انتخاب الگوهای کاربردی مورد بررسی قرار گرفته است. الگوهای مورد استناد در گزینه‌های پرسش‌نامه عبارتند از: الف/ وجه فعل (درخواست مستقیم): گزینه‌های a ( req3a, req4a, req5a, req6a, req7a, req8a ) ب/ بیان درخواست/ نیاز: گزینه‌های b (req3b, req4b)..... ج/ پیشنهاد/ پرسش: گزینه‌های c (req3c, req4c)..... د/ اشارات ضعیف/ قوی: گزینه‌های d (req3d, req4d)..... هم‌چنین گزینه‌های req3 و req4 مربوط به موقعیت درخواست برای گرفتن یک لیوان آب از مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر، گزینه‌های req5 و req6 مربوط به موقعیت درخواست برای آب دادن به گیاهان از مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر و گزینه‌های req7 و req8 نیز مربوط به موقعیت

درخواست برای قرض گرفتن پول از مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر می‌باشند. باتوجه به جداول مواردی که آزمودنی‌ها پاسخ نداده‌اند نیز با عدد صفر کدگذاری شده‌اند. نمونه‌ای از جدول‌ها و نمودار لیکرت در زیر مشهود است:

جدول ۲. نمونه جدول تحلیل کمی داده برای درخواست آب در گروه زنان

اصلا	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بی‌پاسخ	پرسش	الگو	درخواست آب در گروه زنان	
								از بزرگ‌تر	از کوچک‌تر
۷.۹۰٪	۸.۶۰٪	۱۵.۲۰٪	۲۳.۲۰٪	۲۶.۵۰٪	۱۸.۵۰٪	Req3a	مستقیم		
۳۱.۱۰٪	۲۴.۵۰٪	۱۳.۹۰٪	۲.۶۰٪	۳.۳۰٪	۲۴.۵۰٪	Req3b	بیان نیاز		
۶.۰۰٪	۷.۹۰٪	۲۳.۲۰٪	۴۶.۴۰٪	۸.۶۰٪	Req3c	پیشنهاد/پرسش			
۳۲.۵۰٪	۱۳.۲۰٪	۱۲.۶۰٪	۹.۳۰٪	۷.۳۰٪	۲۵.۲۰٪	Req3d	اشارات ضعیف/قوی		
۷.۳۰٪	۵.۳۰٪	۱۱.۹۰٪	۲۷.۸۰٪	۳۳.۱۰٪	۱۴.۶۰٪	Req4a	مستقیم		
۲۲.۵۰٪	۲۵.۸۰٪	۱۰.۶۰٪	۸.۶۰٪	۴.۶۰٪	۲۷.۸۰٪	Req4b	بیان نیاز		
۳.۳۰٪	۶.۶۰٪	۱۰.۶۰٪	۲۷.۲۰٪	۳۶.۴۰٪	۱۵.۹۰٪	Req4c	پیشنهاد/پرسش		
۲۸.۵۰٪	۱۵.۲۰٪	۱۱.۳۰٪	۷.۹۰٪	۱۱.۳۰٪	۲۵.۸۰٪	Req4d	اشارات ضعیف/قوی		



نمودار ۱. نمونه نمودار توصیف آماری الگوهای درخواست در گروه مردان



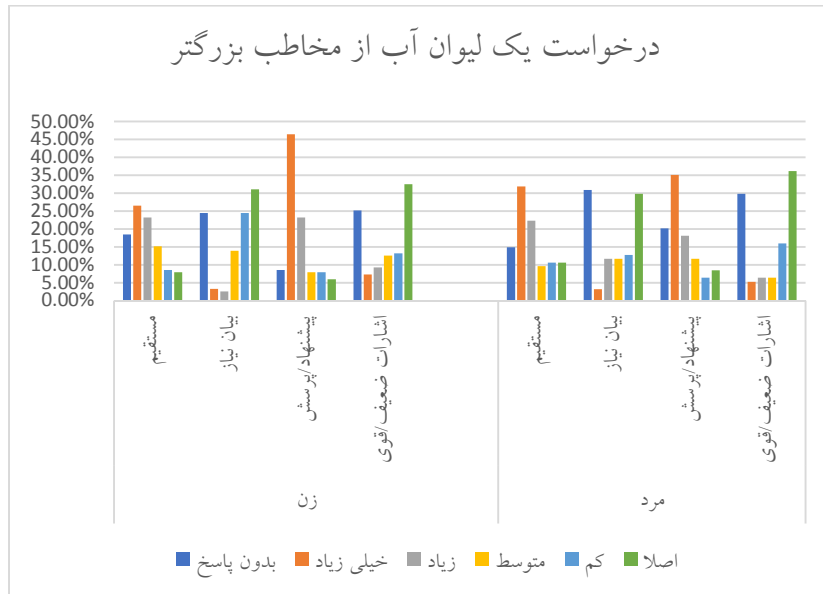
کاربرد راه‌بردهای کنش‌گفتار درخواست ... (سارا زاهدی اصل و دیگران) ۲۴۳

در ادامه به منظور ایجاد امکان مقایسه بهتر الگوهای درخواست با توجه به سناریوهای مختلف در بین گروه زنان و مردان مقایسه می‌شود.

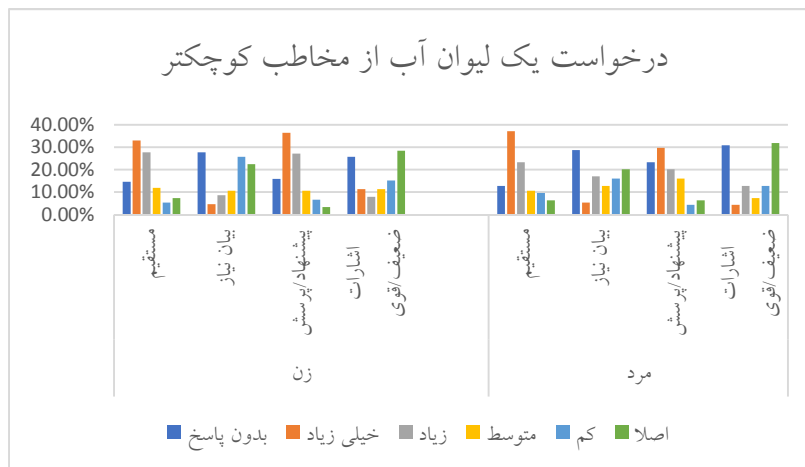
یافته‌های پژوهش حاضر به تفکیک متغیرهای غیرزبانی و الگوهای مذکور به شرح زیر می‌باشند:

### ۱.۱.۵ بررسی الگوهای درخواست با توجه به جنسیت گوینده

در هر دو گروه زنان و مردان همانگونه که در نمودارها نیز مشهود است مقیاس خیلی زیاد الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (پیشنهاد/ پرسش) یعنی req c در تمام گویه‌ها بالاترین درصد را به خود اختصاص داده است بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این الگو، الگوی غالب بوده و درمقابل الگویی که پایین‌ترین بسامد کاربردی را دارد، الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف (اشارات ضعیف/ قوی) یعنی req d می‌باشد. با توجه به نمودار ۲ و ۳ مشاهده می‌شود که زنان و مردان در هنگام درخواست یک لیوان آب الگوی اشارات ضعیف/ قوی را با بسامد کم‌تری درمقایسه با دیگر الگوها بکاربرده‌اند. سناریوی درخواست یک لیوان آب، تنها موقعیتی است که سن مخاطب در گروه مردان ایفای نقش کرده است. بدین ترتیب که مردان درمقابل مخاطب بزرگ‌تر از خود الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (پیشنهاد/ پرسش) را با ۳۵/۱ درصد و درمقابل مخاطب کوچک‌تر الگوی درخواست مستقیم را با ۳۷/۲ درصد خیلی‌زیاد مورد استفاده قرار داده‌اند. متغیر مذکور در گروه زنان تاثیری نداشته و الگوی پرکاربرد (غیرمستقیم متعارف) و کم‌کاربرد (اشارات قوی/ ضعیف) درمقابل مخاطب کوچک‌تر و بزرگ‌تر یکسان می‌باشند.



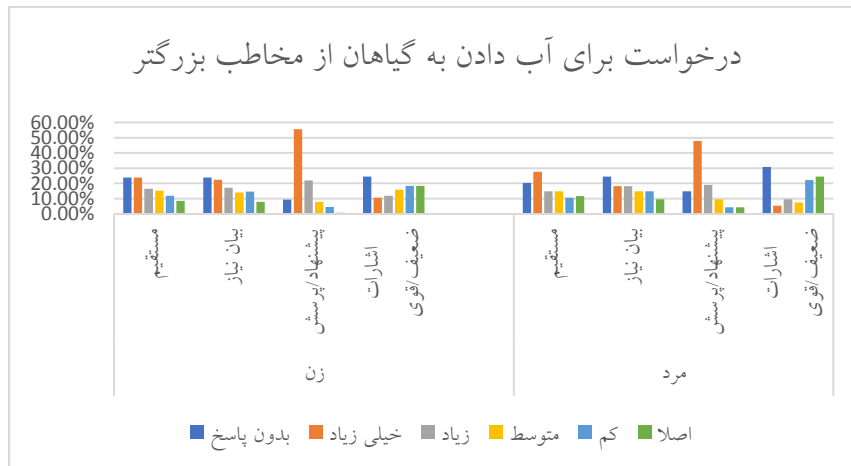
نمودار ۲. درصد کاربرد الگوهای درخواست یک لیوان آب از مخاطب بزرگتر براساس متغیر جنسیت



نمودار ۳. درصد کاربرد الگوهای درخواست یک لیوان آب از مخاطب کوچکتر براساس متغیر جنسیت

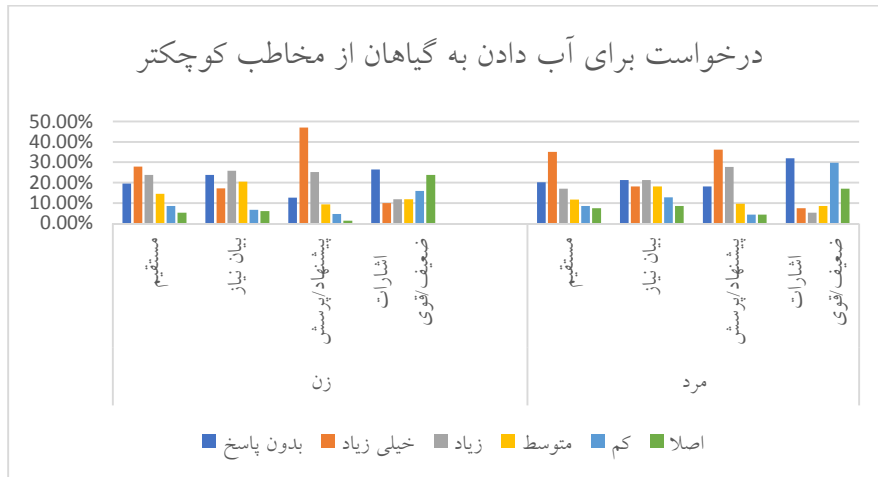
همان‌گونه که در نمودار ۴ نیز مشهود است، زنان و مردان هر دو، الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (پیشنهاد/ پرسش) را در هنگام درخواست از مخاطب بزرگتر با بالاترین

درصد از گزینه خیلی زیاد بکاربرده‌اند. الگویی که در هر دو جنسیت درمقابل مخاطب بزرگ‌تر بالاترین درصد از اصلا را به خود اختصاص داده‌است الگوی اشارات ضعیف/قوی می‌باشد.



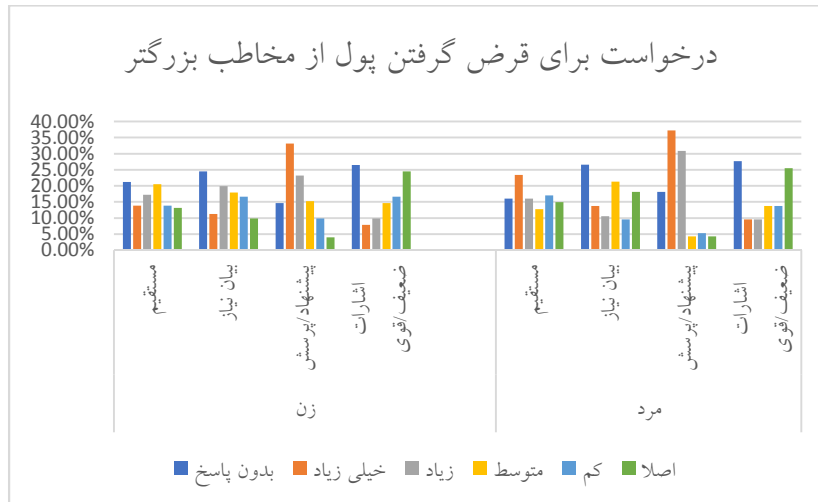
نمودار ۴. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای آب دادن به گیاهان از مخاطب بزرگ‌تر براساس متغیر جنسیت

باتوجه به نمودار ۵ دیده می‌شود که در سناریوی دوم پژوهش آزمودنی‌های زن و مرد درمقابل مخاطب کوچک‌تر نیز مشابه عمل کرده و الگوهای درخواست غیر مستقیم متعارف (پیشنهاد/پرسش) و اشارات ضعیف/قوی به ترتیب به عنوان پرکاربردترین و کم‌کاربردترین الگوها مورد استفاده قرار داده‌اند.



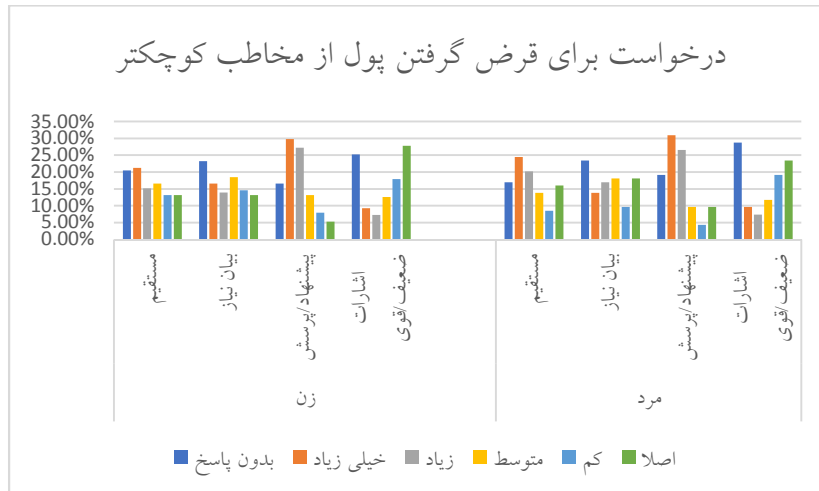
نمودار ۵. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای آب دادن به گیاهان از مخاطب کوچکتر براساس متغیر جنسیت

همین وضعیت در سناریوی سوم پژوهش یعنی درخواست برای قرض گرفتن پول تکرار شده است. باتوجه به نمودار می بینیم که الگوی درخواست غیر مستقیم متعارف (پیشنهاد/ پرسش) برای درخواست از مخاطب بزرگتر در زنان ۳۳/۱ درصد و در مردان ۳۷/۲ درصد خیلی زیاد بکاررفته است که این امر حاکی از پرکاربرد بودن الگوی مذکور است. الگویی که در هر دو جنسیت کمترین میزان کاربردی را دارا می باشد، الگوی اشارات ضعیف/قوی است.



نمودار ۶. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای قرض گرفتن پول از مخاطب بزرگ‌تر براساس متغیر جنسیت

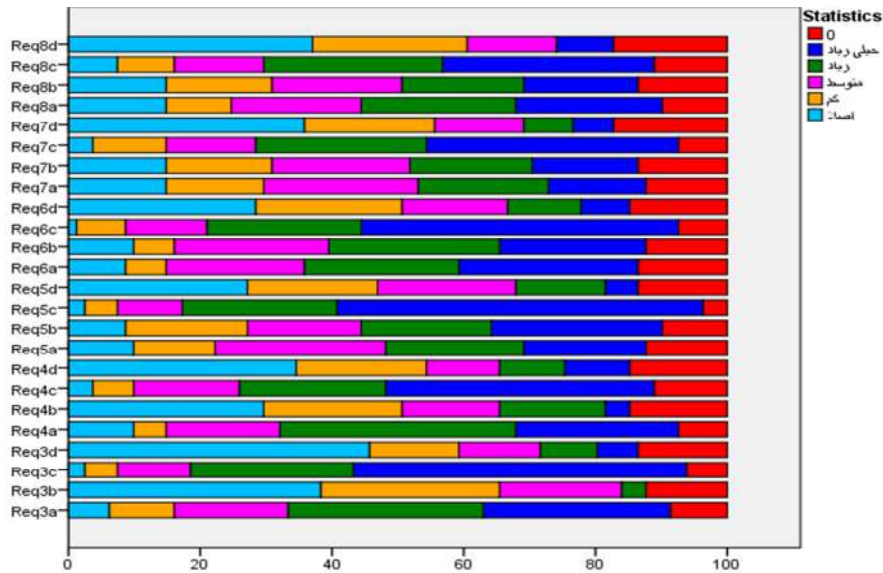
در نمودار ۷ مشاهده می‌شود که زنان و مردان هر دو جهت درخواست از مخاطب کوچک‌تر، از الگوی درخواست غیر مستقیم متعارف (پیشنهاد/ پرسش) بیش از الگوهای دیگر بهره‌گرفته‌اند. این درحالیست که الگویی که کم‌ترین میزان کاربردی را در این موقعیت از آن خود کرده است، الگوی اشارات ضعیف/قوی می‌باشد. این امر را می‌توان در نمودار نیز مشاهده کرد: الگوی مذکور در گروه زنان ۲۷/۸ درصد و در گروه مردان ۲۳/۴ درصد از گزینه اصلا را دارا می‌باشد.



نمودار ۷. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای قرض گرفتن پول از مخاطب کوچکتر براساس متغیر جنسیت

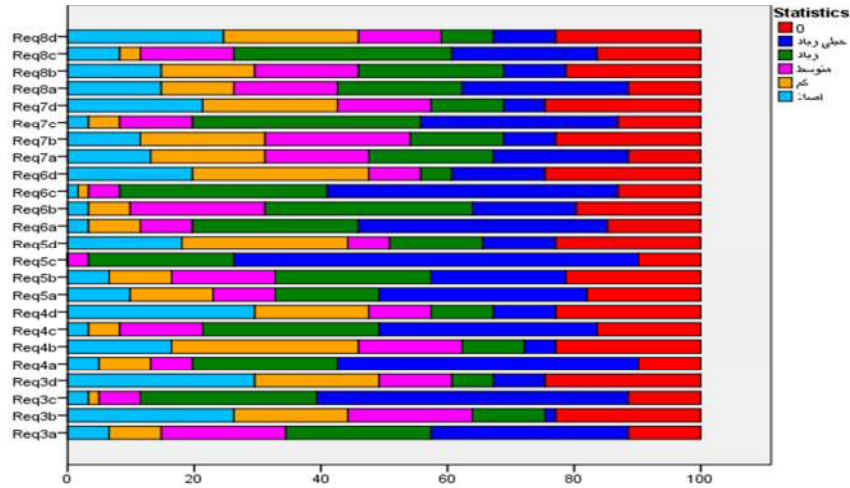
### ۲.۱.۵ بررسی الگوهای درخواست با توجه به سن گوینده

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که در گروه سنی ۱۸-۳۰ سال، در هر سه نوع درخواست بدون اینکه متغیر سن مخاطب تاثیری بر انتخاب الگوی کاربردی داشته باشد، الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (req c) درصد بالایی را به خود اختصاص داده و الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف (req d) بعنوان الگوی کاربردی با کم‌ترین بسامد ظاهر شده‌است.



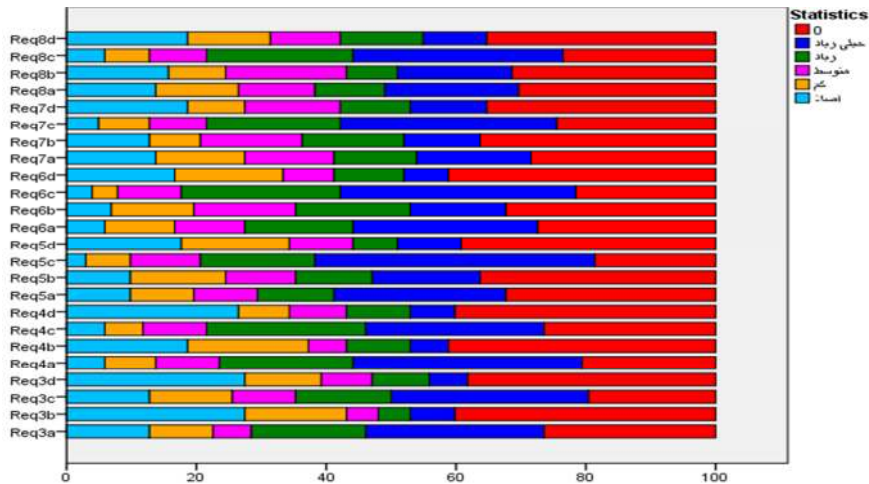
نمودار ۸ توصیف آماری الگوهای درخواست در گروه سنی ۱۸-۳۰

در گروه سنی ۳۱-۴۰ الگوی اشارات ضعیف/ قوی بعنوان کم‌بسامدترین الگو رقم خورده است اما در الگوی پر بسامد وضعیت اندکی متفاوت است. بدان معنا که در نوع اول و سوم درخواست تحت تاثیر سن مخاطب بهنگام درخواست از مخاطب بزرگ‌تر الگوی پیشنهاد/ پرسش (غیرمستقیم متعارف) و بهنگام درخواست از مخاطب کوچک‌تر الگوی درخواست مستقیم الگوهای پر بسامد می‌باشند: در نوع اول درخواست درمقابل مخاطب بزرگ‌تر الگوی Req c، ۴۹/۲ درصد خیلی زیاد و درمقابل مخاطب کوچک‌تر Req a، ۴۷/۵ درصد خیلی زیاد را داشته و در نوع سوم نیز درمقابل مخاطب بزرگ‌تر الگوی Req c، ۳۱/۱ درصد خیلی زیاد و درمقابل مخاطب کوچک‌تر نیز Req a، ۲۶/۲ درصد خیلی زیاد را دارا بوده‌است. در نوع دوم درخواست سن مخاطب تاثیری بر انتخاب الگوی پر بسامد در این رده سنی ندارد.



نمودار ۹. توصیف آماری الگوهای درخواست در گروه سنی ۳۱-۴۰

در گروه سنی ۴۱+ تاثیر سن مخاطب را تنها در نوع اول درخواست می توان دید. در این گروه سنی نیز الگوی پیشنهاد/ پرسش (غیرمستقیم متعارف) بسامد کاربردی بالایی را از خود نشان داده است. همچنین با توجه به نمودار دیده می شود که الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف درصد بالایی از گزینه اصلا را در انواع درخواست درمقابل مخاطب بزرگ تر و کوچک تر از آن خود کرده است.



نمودار ۱۰. ۱. توصیف آماری الگوهای درخواست در گروه سنی ۴۱+



**متغیر سن در گروه زنان:** در گروه زنان ۱۸-۳۰ سال‌الگویی درخواست غیرمستقیم متعارف پربسامدترین و الگویی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف کم‌بسامدترین الگو بوده و چون این الگو بطور یکدست وجود دارد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در انتخاب الگویی درخواست توسط این گروه سنی، سن مخاطب و درجه درخواست تاثیری از خود نشان نداده‌است. اما در گروه دوم یعنی ۳۱-۴۰ سال‌اندکی تفاوت در پربسامدترین الگو وجود دارد. در درخواست نوع اول و نوع سوم یعنی درخواست برای نوشیدن آب و قرض گرفتن پول سن مخاطب در انتخاب الگو موثر است. بدان معنا که در هر دو نوع وقتی سن مخاطب از گوینده بالاتر باشد الگویی درخواست غیرمستقیم متعارف بکار می‌رود ولی فرد در مقابل مخاطب کوچک‌تر از خود از الگویی درخواست مستقیم بیشتر استفاده می‌کند. گرچه این تفاوت را در درخواست نوع دوم نمی‌توان دید. در گروه سنی ۴۱+ زنان تنها در درخواست نوع اول تفاوت در پربسامدترین الگو به چشم می‌خورد یعنی در مقابل مخاطب بزرگ‌تر از گوینده الگویی غیرمستقیم متعارف را با ۳۳/۹ درصد خیلی زیاد و در مقابل مخاطب کوچک‌تر الگویی درخواست مستقیم با ۳۹/۳ درصد خیلی زیاد به‌عنوان پربسامدترین الگوها مشخص شده‌اند. پس سن مخاطب در نوع الگویی کاربردی پربسامد تاثیر دارد. قابل ذکر است که الگویی که کم‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده مانند دو گروه دیگر همان الگویی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف می‌باشد که گزینه اصلاً آن بالاترین میزان را به خود اختصاص داده‌است.

**متغیر سن در گروه مردان:** در گروه ۱۸-۳۰ مردان، نه نوع درخواست و نه سن مخاطب هیچ تاثیری در انتخاب الگو پربسامد و کم‌بسامد توسط این گروه اعمال نکرده‌است و در هر سه نوع درخواست، الگویی که بالاترین درصد را در مقیاس خیلی زیاد دارد الگویی درخواست غیرمستقیم متعارف بوده و الگویی که بالاترین درصد را در مقیاس اصلاً دارد الگویی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف بوده‌است. در رده سنی دوم مردان (۳۱-۴۰) وضعیت قدری متفاوت است. در نوع اول و سوم درخواست، سن مخاطب متغیر موثری در انتخاب الگو توسط آزمودنی‌ها نمی‌باشد ولی در نوع دوم تاثیر این متغیر در الگویی پربسامد مشهود است. نکته دیگری که این گروه را با گروه اول متمایز می‌سازد نوع الگویی پربسامد است بدان معنا که در نوع اول و سوم الگویی درخواست مستقیم به‌عنوان پربسامدترین الگو ظاهر شده‌است. در گروه ۴۱+ نیز سن مخاطب تاثیری بر انتخاب الگو

توسط افراد نداشته و بطور کلی در نوع اول درخواست الگوی درخواست مستقیم و در نوع دوم و سوم نیز الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف الگوهای پرکاربرد بوده‌اند. که این امر نشان‌دهنده تاثیر درجه درخواست بر الگوی پرکاربرد است. بدان معنا که آزمودنی‌ها برای درخواست با درجه خفیف‌تر از الگوی درخواست مستقیم بهره بیشتری می‌برند و با افزایش این درجه نوع الگو نیز به سمت غیرمستقیم‌تر شدن پیش می‌رود. کم‌کاربردترین الگو نیز غالباً الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف بوده است.

می‌دانیم که درخواست، کنش تهدیدکننده و جبهه منفی شنونده محسوب می‌شود و افراد به منظور تعدیل این تهدید از نوع غیرمستقیم آن استفاده می‌کنند به بیانی دیگر هرچه الگوهای درخواست مستقیم‌تر و صریح‌تر باشند میزان تهدید نیز بالاتر می‌رود. پس انگیزه اصلی برای استفاده از الگوهای غیرمستقیم به نوعی کاهش هرچه بیشتر تهدید وجه شنونده و در نتیجه بالا بردن میزان ادب می‌باشد. پس از بررسی نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها دیده شد که در بافت غیررسمی، دوزبانه‌های ترکی-فارسی الگوهای صریح‌تر و مستقیم‌تر در انواع درخواست‌ها کاربرد چندانی نداشته‌است و در اغلب موارد الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف بالاترین درصد از گزینه خیلی زیاد را به خود اختصاص داده‌است. درحقیقت دوزبانه‌های این پژوهش بدلیل پایین‌تر بودن درجه و میزان ادب در الگوهای مستقیم‌تر کم‌تر از آن‌ها بهره‌گرفته‌اند ولی از سویی دیگر الگوهای غیرمستقیمی که از کم‌ترین میزان شفافیت و بالاترین میزان ادب برخوردارند کم‌ترین بهره را گرفته‌اند. تاثیر سه متغیر غیرزبانی و اجتماعی موردنظر در این پژوهش که عبارتند از سن مخاطب، سن و جنسیت گوینده بر نوع الگوی کاربردی پرسامد و کم‌بسامد مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند و نتایج نشان داد که سن مخاطب بجز در برخی از موارد اندک، تاثیری بر تغییر الگوی پرسامد و یا کم‌بسامد نداشته‌است. تاثیر مذکور درمیان مردان و گروه سنی ۳۱-۴۰ و ۴۱+ قابل مشاهده می‌باشد. بدین صورت که اغلب، افراد در مقابل مخاطب بزرگ‌تر از خود الگویی را بیشتر بکاربرده‌اند که صراحت کم‌تر داشته و دارای درجه ادب بیش‌تری است یعنی الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف و درمقابل مخاطب کوچک‌تر از خود، صریح‌ترین الگوی درخواست که درجه ادب در آن پایین‌تر بوده یعنی درخواست مستقیم را بیش از دیگر الگوها بکار برده‌اند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها بر عدم وجود تفاوت بین الگوهای درخواست پرکاربرد و کم‌کاربرد دو جنسیت زن و مرد صحه گذاشت و تنها مورد تفاوت بین زنان و مردان در موقعیت درخواست برای یک لیوان آب (نوع اول)

مشاهده شد. بدین صورت که در الگوهای کاربردی توسط مردان متغیر سن مخاطب به‌عنوان عاملی موثر ایفای نقش می‌کند. وضعیت در مورد تاثیر سن گوینده اندکی متفاوت است بدان معنا که دو رده سنی B و C حساسیت بیشتری نسبت به سن مخاطب داشته و الگوی متفاوتی درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر از خود به‌کار برده‌اند. این درحالیست که جوان‌ترین رده سنی این پژوهش چنین حساسیتی را نداشته و بدون توجه به سن مخاطب الگوی پرسامد خود را انتخاب کرده‌اند.

### ۳.۱.۵ بررسی معناداری تفاوت‌های مشاهده‌شده

با مقایسه راهبردهای کاربردی دو جنسیت زن و مرد تفاوت چشمگیری در پرسامدترین و کم‌پسامدترین راهبرد دیده‌نشد. ازسویی دیگر پس از اجرای آزمون آماری یومن‌ویتنی نیز دیده شد که تفاوت میان راهبردهای بکاررفته توسط زنان و مردان درهنگام درخواست، معنادار نبوده‌است. بنابراین می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که میان متغیر جنسیت و راهبردهای کاربردی درخواست ارتباطی وجود ندارد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های سه گروه سنی نشان می‌دهند که گرچه رده سنی ۴۰-۳۱ و ۴۱+ تحت تاثیر سن گوینده پرکاربردترین راهبرد خود را انتخاب کرده‌اند ولی تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای در الگوهای کاربردی پرسامد و کم‌پسامد بین سه گروه سنی این پژوهش وجود ندارد. این درحالیست که آزمون آماری کروسکال‌والیس بر وجود تفاوت معنادار بین سه گروه سنی در چند راهبرد صحه می‌گذارد. ضریب معناداری تفاوت‌های مشاهده‌شده بین سه گروه سنی در سطح  $P \leq 0.05$  در جدول ۳ مشخص شده‌اند. (علائم اختصاری به کار گرفته‌شده در جدول به این شرحند: سناریو ۱: درخواست آب از مخاطب بزرگتر؛ سناریو ۲: درخواست آب دادن به گلدان؛ و سناریو ۳: درخواست قرض گرفتن پول؛ ب= مخاطب بزرگ‌تر؛ ک: مخاطب کوچکتر)

جدول ۳. ضریب معناداری تفاوت الگوهای درخواست با توجه به سن

سناریو	الگو	ضریب معناداری	سناریو	الگو	ضریب معناداری
۱ ب	بیان درخواست/نیاز	۰.۰۰۱	۲ ب	بیان درخواست/نیاز	۰.۰۳۴
۱ ب	اشارات ضعیف/قوی	۰.۰۰۱	۲ ب	اشارات ضعیف/قوی	۰.۰۰۳
۱ ک	بیان مستقیم	۰.۰۰۷	۲ ک	اشارات ضعیف/قوی	۰.۰۰۱

۰۰۱۳	بیان درخواست/نیاز	۳ ب	۰۰۰۷	بیان درخواست/نیاز	۱ ک
۰۰۰۱	اشارات ضعیف/قوی	۳ ب	۰۰۰۷	اشارات ضعیف/قوی	۱ ک
۰۰۰۰	اشارات ضعیف/قوی	۳ ک	۰۰۰۵	بیان مستقیم	۲ ب

یکی دیگر از مواردی که در این پژوهش بدان پرداخته شده است بررسی وجود و یا عدم وجود ارتباط بین نوع و درجه درخواست گوینده از مخاطب و نوع الگوی کاربردی است. سناریوهای طراحی شده در پرسش نامه براساس سه درجه متفاوت از درخواست می باشند: نوع اول درخواست برای یک لیوان آب، نوع دوم درخواست برای آب دادن به گیاهان بهنگام سفر و نوع سوم درخواست برای قرض گرفتن مقداری پول. باتوجه به نوع درخواست انتظار پژوهشگر آن بود که الگوهای پرکاربرد و یا کم کاربرد متغیر باشند. بدان معنا که هرچه درجه درخواست بیشتر باشد الگوهای غیرمستقیم تر بیش تر به کار روند و هرچه درخواست ساده تر، الگوهای مستقیم تر بیشتر کاربرد داشته باشند. ولی نتایج حاکی از عدم وجود چنین ارتباطی بین نوع درخواست و الگوهای درخواست می باشد.

## ۲.۵ توصیف و تحلیل داده‌های مشاهدات مشارکتی

باتوجه به داده‌های گردآوری شده از روش مشاهده مشارکتی دیده شد که در اغلب موارد سن مخاطب تاثیر چندانی در انتخاب الگو نداشته و همچنین الگوهای غالب، الگوی درخواست مستقیم و درخواست غیرمستقیم متعارف بوده که اغلب با استفاده از عناصر حاشیه‌ای شدت درخواست تعدیل شده و نیز درجه ادب و احترام آن نیز بیشتر شده است. این الگو در زنان و مردان هر دو با درصد بالایی بکار رفته است و این امر بیانگر عدم تاثیر جنسیت گوینده بر تنوع الگوی کاربردی است. از سویی دیگر این کاربرد در سه گروه سنی نیز مشابه بوده و تفاوت قابل ملاحظه‌ای باتوجه به متغیر سن گوینده دیده نشد. الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف نیز الگویی است که در گفتگوی موارد مورد مشاهده دیده شد ولی جالب است که این الگو اغلب در شرایطی بکار رفته است که فرد درخواست خود را با شکایت و عصبانیت مطرح کرده تا نارضایتی خود را از شرایط موجود نشان دهند. در ادامه برخی از مهم ترین موارد ذکر شده اند:

کاربرد راه‌بردهای کنش‌گفتار درخواست ... (سارا زاهدی اصل و دیگران) ۲۵۵

فرد (زن) به‌هنگام بیان درخواست خود از مخاطب کوچک‌تر از الگوی درخواست مستقیم استفاده کرده و یک جلب‌توجه‌کننده (Attention-getter) را به‌عنوان عنصر حاشیه‌ای به‌همراه درخواست خود بکار برده‌است:

عمه خطاب به برادرزاده:

- بالا منه بیر لیوان سو ور.

- عزیزم یک لیوان آب به من بده.

فرد (زن) در درخواست از مخاطب بزرگ‌تر از خود از الگوی درخواست مستقیم استفاده کرده و این درخواست را با عنصر حاشیه‌ای یعنی خلع‌سلاح‌کننده (disarmer) همراه کرده‌است:

خواهر کوچک‌تر خطاب به خواهر بزرگ‌تر:

- اگر زحمت اُلماسا اُنی بیغ.

- اگر زحمتی نیست اونو جمع کن.

فرد (زن) درخواست خود را به مخاطب بزرگ‌تر از خود در قالب الگوی مستقیم به‌همراه گشاینده (opener) بیان کرده‌است:

زن داداش خطاب به خواهرشوهر:

- آرون آغریماسین زحمتی سَنه توشوب...قورآنی اُختوراسان.

- دستت درد نکنه...زحمتش گردن تو افتاد...قران رو بدی بخونن.

فرد (مرد) در خطاب به مخاطب کوچک‌تر از خود از الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف استفاده کرده‌است:

پدربزرگ خطاب به نوه:

- بالا تلفن زنگ ووری‌با..... هیچس یوختی اُنی جاواب ور؟

- عزیزم تلفن داره زنگ میزنه‌ها.....کسی نیست اونو جاواب بده؟

فرد (مرد) درخواست خود را به فرد کوچک‌تر از خود با استفاده از الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف عنوان می‌کند:

- گُر بیری سایِی گاپینی آچا....

- بین کسی محل میده در زو باز کنه.....

فرد(مرد) الگوی درخواست غیرمستقیم را برای بیان درخواست خود از فرد کوچک‌تر از خود بکار برده‌است که البته از زمینه‌چین‌ها(grounder) بعنوان عنصر حاشیه‌ای جهت تعدیل درخواست بهره‌گرفته‌است:

شوهر خطاب به همسر:

- بالا من آجیمنان اَلی‌بِم.....غذا یمیسوز.

- بچه‌ها من دارم از گرسنگی می‌میرم.....غذا نمی‌خورید.

فرد (زن) درخواست خود را از فرد کوچک‌تر از خود با بکار بستن الگوی درخواست مستقیم بیان کرده‌است:

مادر خطاب به دختر:

- اُ پالتارلاری ایپین اوستوندن گُتور.

- اون لباسا رو از روی طناب جمع کن.

فرد (مرد) از الگوی درخواست مستقیم به‌همراه عناصر حاشیه‌ای برای بیان درخواست خود استفاده کرده‌است:

- مایا گُیارسان اُ بسته‌لری ترمینال‌دان آارسان.

- لطف کنی بسته‌ها رو از ترمینال تحویل بگیری.

## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به یافته‌های پژوهش در این بخش به پاسخ پرسش‌ها و نتیجه‌گیری نهایی حاصل از آن می‌پردازیم. جهت پاسخ به پرسش‌های پژوهش، میزان کاربرد هر یک از الگوهای درخواست درمیان زنان و مردان و نیز در سه گروه سنی ۱۸-۳۰، ۳۱-۴۰ و ۴۱+ تعیین شده و سپس الگوهایی که دارای بیشترین درصد فراوانی و کم‌ترین درصد فراوانی بودند مشخص گردید. همچنین به‌منظور مشخص نمودن معناداری تفاوت رخداد الگوهای درخواست در گفتار ترکی دوزبانه‌های ترکی-فارسی زن و مرد و نیز سه گروه سنی، از

آزمون‌های آماری یومن‌ویتنی و کروسکال‌والیس (در سطح  $P \leq 0.05$ ) و نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS استفاده‌گردید. با بررسی راهبردهای درخواست در سه موقعیت درخواست برای یک لیوان آب، درخواست برای آب دادن به گیاهان و درخواست برای قرض گرفتن پول، مشاهده شد که بجز سناریو نخست، هر دو گروه زنان و مردان الگوهای پرسامد و کم‌پسامد مشابهی را بکار برده‌اند. آزمون آماری یومن‌ویتنی نیز بر عدم وجود رابطه معناداری بین نوع راهبرد درخواست و جنسیت صحنه گذاشت. این نتیجه با نتایج پژوهش الستی (۱۳۹۱) همسو است.

باتوجه به سطوح مختلف درخواست و راهبردهای پیشنهادشده توسط بلوم‌کولکا و همکاران (۱۹۸۹) مشاهده شد که در زبان ترکی نیز این راهبردها توسط دوزبان‌های ترکی فارسی در زبان ترکی بکار می‌روند و حتی در برخی موارد متغیرهایی مانند سن گوینده، سن مخاطب و یا درجه و نوع درخواست نیز در تنوع راهبردهای کاربردی موثر می‌باشند. درحقیقت نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها حاکی از وجود راهبردهای غیرمستقیم به‌عنوان نشانگرهای زبانی ادب در گفتار ترکی آرمودنی‌های دوزبان‌ها می‌باشد. البته باتوجه به نتایج مشاهده شد که، راهبردهای غیرمستقیم متعارف در زمره راهبردهایی قرار گرفته‌اند که کم‌ترین میزان کاربردی را دارا می‌باشند و این درحالی‌ست که بالاترین درصد کاربردی از آن راهبردهای غیرمستقیم متعارف می‌باشد. باتوجه به سن مخاطب نتایج حاصل از پرسش‌نامه و داده‌های مشاهدات مشارکتی نشان می‌دهند که غالباً این متغیر نقشی در انتخاب راهبرد درخواست ایفا نکرده و در مواردی هم که به‌عنوان عاملی موثر ظاهر شده است، راهبردی که برای درخواست از مخاطب کوچک‌تر درصد کاربردی بالاتری دارد، راهبرد درخواست مستقیم بوده‌است و راهبرد غیرمستقیم متعارف نیز پرسامدترین راهبرد درمقابل مخاطب بزرگ‌تر می‌باشد. این‌گونه بنظر می‌رسد که در فرهنگ ترکی شهر اردبیل روش‌های مستقیم، بدلیل بالا بودن درجه تحمیل، در مواقع درخواست از مخاطب کوچک‌تر کاربرد بیشتری دارند و جهت درخواست از مخاطب بزرگ‌تر راهبردی بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد که قدری میزان تحمیل و تهدید وجهه در آن‌ها تعدیل یافته‌اند. گرچه باتوجه به نتایج حاصل از مشاهدات مشارکتی، راهبردهای مستقیم نیز پس از تعدیل با استفاده از ابزارهای کلامی بکاررفته‌اند. برخلاف نتایج پژوهش سلمانی ندوشن (۲۰۱۱) مبنی بر وجود ارتباط بین موقعیت و نوع و تعداد عناصر پشتیبان درونی و برونی، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در این پژوهش حاکی از آن‌ست که

درجه و نوع درخواست در اغلب موارد بجز در میان مردان و نیز دو رده سنی ۳۱-۴۰ و ۴۱+ تأثیری در انتخاب و یا تغییر راهبرد درخواست نداشته است. در مواردی که عامل مذکور تأثیرگذار بوده است، نتایج حاکی از آن است که در هنگام درخواست خدمات اندک و ناچیز الگوهایی متفاوت در مقابل مخاطب بزرگتر و کوچکتر بکار می‌رود ولی با افزایش درجه درخواست متغیر سن مخاطب رنگ می‌بازد و راهبرد غیرمستقیم متعارف به‌طور یکسان بالاترین میزان کاربردی را به خود اختصاص می‌دهد.

بررسی معناداری تفاوت‌ها نشان داد که در سناریوی نخست استفاده از الگوهای بیان درخواست/نیاز و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب بزرگتر و بیان مستقیم، بیان درخواست/نیاز و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب کوچکتر در بین سه گروه سنی معنادار است. همچنین در سناریوی دوم، استفاده از الگوهای بیان مستقیم، بیان درخواست/نیاز و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب بزرگتر و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب کوچکتر در بین سه گروه سنی معنادار است. و در سناریوی سوم نیز تفاوت معنادار بین سه گروه سنی در بکارگیری الگوهای بیان درخواست/نیاز و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب بزرگتر و اشارات ضعیف/قوی در مقابل مخاطب کوچکتر قابل مشاهده می‌باشد. جوان‌ترین گروه سنی این پژوهش بدون تأثیر گرفتن از متغیر سن مخاطب، در هر سه موقعیت درخواست راهبردی مشابه را بعنوان پرسامدترین راهبرد مورداستفاده قرار داده‌اند. درحالی‌که که دو گروه سنی دیگر به‌گونه‌ای متفاوت عمل کرده و در انتخاب راهبرد پرکاربرد، متغیر سن مخاطب را دخیل کرده‌اند. می‌توان گفت با کاهش سن گوینده، سن مخاطب به متغیری خنثی تبدیل شده و نقشی در تغییر راهبرد درخواست ایفا نکرده است. بدان معنا که رده سنی نخست که جوان‌ترین رده سنی است در هر سه سناریو راهبرد غیرمستقیم متعارف را به‌عنوان پرکاربردترین راهبرد و راهبرد اشارات ضعیف/قوی را نیز به‌عنوان کم‌کاربردترین راهبرد مورد استفاده قرار داده است. دو رده سنی دیگر نیز راهبرد مشابه را بکار برده‌اند با این تفاوت که رده سنی دوم در سناریوی اول و سوم و رده سنی سوم که مسن‌ترین گروه سنی پژوهش است، در سناریوی اول، راهبردی متفاوت (درخواست مستقیم) در مقابل مخاطب کوچکتر بکار برده‌اند.

براساس یافته‌ها، می‌توان چنین نتیجه گرفت که دوزبانه‌های ترکی خارسی شهر اردبیل، وجهه منفی مخاطب را مدنظر قرار داده و به‌منظور کاهش میزان تهدید این جنبه از وجهه،



تقاضای خود را در قالب الگوی غیرمستقیم بیان می‌کنند. به‌بیانی دیگر، دوزبانه‌های این پژوهش، صورت‌های زبانی‌ای را که به‌نوعی تهدیدکننده و جبهه منفی مخاطب است، با استفاده از روش‌هایی خاص مورد تعدیل قرار می‌دهند. این امر حاکی از اهمیت شرایط بافتی در تعاملات و نیز استفاده از زبان برای ارتقا و حفظ روابط اجتماعی، در جامعه زبانی شهر اربیل است. پس شاید بتوان گفت؛ چنین بنظر می‌رسد که جامعه شهر اربیل، دارای فرهنگی جمع‌گرا است و از زبان نیز به‌عنوان ابزاری جهت حفظ منافع جمع بهره گرفته می‌شود.

### کتاب‌نامه

- الستی، صدیقه (۱۳۹۱). «رابطه تحصیلات، سن و جنسیت با شیوه بیان تقاضا و پاسخ به آن در زبان فارسی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران.
- بیمن، ویلیام (۱۳۹۵). *زبان، منزلت و قدرت در ایران*. مترجم: رضا مقدم‌کیا. تهران: نشرنی.
- شیخ‌محمدی، چ.، یاراحمدزهی، ن.، و محمدیان، الف. (۱۳۹۸). «انتخاب راهبردهای کنش‌گفتاری تقاضا در زبان کردی براساس دو عامل اجتماعی جنسیت و قدرت»، *پژوهش‌های زبانی*، سال ۱۰، شماره ۱، صص ۲۰۲-۱۸۳.
- مدرسی، یحیی (۱۳۸۷). «تحول نشانگرهای قدرت و ادب در فرهنگ ایرانی و بازتاب آن در زبان فارسی». در *مجموعه مقالات سمینار ایران و اسلام: فرهنگ و فولکور*.
- مدرسی، یحیی (۱۳۹۱). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مدرسی تهرانی، ی.، و تاجعلی، م. (۱۳۹۱). «کنش‌گفتاری درخواست: مقایسه فارسی‌زبانان و فارسی‌آموزان». *پژوهش‌نامه آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان*، سال ۱، شماره ۲، صص ۸۳-۱۰۷.
- مسیب‌زاده مقدم، ک.، خوشبخت، ط.، و گوهری، ح. (۱۳۹۸). «بررسی فرمول‌واره بیان مودبانه تقاضا در گویش گیلکی رشت با تاکید بر نقش نشانگرهای ادب و مهیاکننده‌ها». *فصل‌نامه زبان‌شناسی اجتماعی*. دوره سوم، شماره ۱، پیاپی ۹، صص ۸۹-۱۰۲.
- هدایت، ندا. (۱۳۸۴). «تاثیر جنسیت بر نحوه بیان تقاضا». *دوفصل‌نامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی*. شماره ۴، صص ۱۷-۴۰.

- Blum-Kulka, Sh. & E. Olshtain. (1984). "Requests and Apologies: A cross-cultural study of speech Act realization patterns (CCSARP)". *Applied linguistics*, vol.5, no.3, 196-213.
- Blum-Kulka, Sh. (1987). "Indirectness and Politeness in requests: same or different?". *Journal of Pragmatics*. 11, 131-146.
- Brown, P & Levinson, S.C. (1987). *politeness*. London: Cambridge University Press.
- Grainger, K & Sara Mills. (2016). *Directness and Indirectness Across cultures*. UK: Palgrave Macmillan.
- Hashemian, M. (2014). "A pragmatic study of requestive speech act by Iranian EFL learners and Canadian native speakers in hotels". *The journal of teaching language skills*. 6(2). 55-80
- Lakoff, R & Ide S. (2005). *Broadening the Horizon of Linguistic Politeness*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Leech, G. (2014). *The pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press.
- Nezami, M., Shirkhani, S. (2020). "Request strategies used by Persian couples in two different setting". *Journal of new advances in English language teaching and Applied linguistics*, vol.2, Issue 2. 398-422.
- Ogiermann, E. (2009). "Politeness and indirectness across cultures: a comparison of English, German, Polish and Russian". *Journal of Politeness Research*, 5, 189-216.
- Salmani Nodoushan, M.A. (2011). "Supportive discourse moves in Persian requests". *International Journal of language studies*, vol.5(2). 205-234.
- Shahidi Tabar, M. (2012). "Cross-cultural Speech act realization: the case of requests in the Persian and Turkish speech of Iranian speakers". *International Journal of Business and social science*. vol.3. no.13. 237-243.
- Watts, R. (2003). *Politeness*. London: Cambridge University Press.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.