

## **The Realization of Request Strategies among Turkish-Persian Bilinguals Considering Gender and 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 low- frequency patterns. The statistically significant difference is revealed among the age ranges but there is no such difference between male and female.

**Keywords:** Direst Request, Indirect Speech Act, Linguistic Politeness, Request Speech Act.

\* 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.



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

سارا زاهدی اصل\*

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

### چکیده

بحث ادب‌زبانی در حوزه جامعه‌شناسی زبان همواره مورد توجه زبان‌شناسان و جامعه‌شناسان بوده است و، به‌ویژه، فرهنگ‌ویژه‌بودن این بحث و تأثیر رعایت ادب‌زبانی بر روابط اجتماعی بر اهمیت این حوزه می‌افزاید. نگارندگان در پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و طی پژوهشی میدانی به شناسایی و تحلیل الگوهای پُرسامد درخواست به زبان ترکی، به‌عنوان یکی از نشان‌گرهای ادب‌زبانی، توسط دوزبان‌های ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل در بافت غیررسمی می‌پردازند. گردآوری داده به دو شیوه انجام گرفته است: مشاهده مشارکتی و استفاده از پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته مبتنی بر مقیاس لیکرت. جامعه آماری شامل ۲۵۰ زن و مرد دوزبان ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل در سه گروه سنی ۱۸-۳۰، ۳۱-۴۰، و ۴۱+ است. به این ترتیب، سن و جنسیت متغیرهای مستقل پژوهش‌اند. تحلیل آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد، صرف‌نظر از سن مخاطب و نوع درخواست، راه‌بردهای درخواست

\* 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



غیرمستقیم متعارف و درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین بسامد کاربردی را در میان زنان و مردان و نیز سه گروه سنی دارند. 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:** ادب، درخواست غیرمستقیم، درخواست مستقیم، کنش‌گفتار درخواست.

## ۱. مقدمه

زبان، به‌عنوان نهادی اجتماعی، در جوامع انسانی به‌واسطه 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، و تحصیلات ارتباطی تنگاتنگ با زبان دارند و در تنوعات زبانی دخیل‌اند. از سوی 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 نقشی به‌سزا و مهم ایفا و موجبات رابطه‌ای مثبت و متعادل را فراهم می‌کند. این پدیده به‌صورت آکادمیک در دهه ۱۹۷۰ در تحقیقات افرادی چون لیکاف (Lakoff 1973)، لیچ (Leech 1977)، و براون و لوینسون (Brown and Levinson 1978) مورد توجه قرار گرفت. تکیه‌گاه اصلی این بررسی‌ها نیز اصل هم‌کاری (cooperative principle) گرایس (Grice 1975) است. پدیده ادب به‌نوعی مستقیم یا غیرمستقیم به جامعه مربوط می‌شود. گرچه خود عمل مؤدبانه، فردی، و شخصی است، یعنی این فرد است که آن را اجرا می‌کند، عمل مؤدبانه ذاتاً پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است؛ بدان معنا که برای مؤدبانه تلقی شدن یک عمل باید این عمل براساس شاخصی بنا شده باشد. این شاخص از خود عمل فراتر می‌رود 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 باز نمود این پدیده باز نمودهای

زبانی آن است. در واقع، زبان‌ها، هر کدام، به گونه خاص خود، از بازنمودهای زبانی برای نشان‌دادن این پدیده استفاده می‌کنند. مثلاً، در زبان فارسی استفاده از هریک از الگوهای خطاب یا به‌کار بستن صورت‌های غیرمستقیم در درخواست می‌تواند نشان‌دهنده درجه‌ای از ادب باشد. باتوجه‌به تأثیر متغیرهای غیرزبانی در گوناگونی‌های زبانی، پدیده ادب نیز، که خود دارای بازنمودهای زبانی است، از این واقعیت مستثنا نبوده و تحت تأثیر متغیرهای یادشده 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 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 مختلف‌اند. 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 باتوجه‌به متغیرهای سن و جنسیت می‌توانند ناهمگن و غیریک‌دست باشند.

کنش‌گفتار درخواست، که در این پژوهش تحلیل شده است، دارای الگوهایی در نوع مستقیم و غیرمستقیم است که می‌توان از آن به‌عنوان ابزاری برای نمود ادب بهره گرفت. در پژوهش حاضر، که به روش میدانی انجام گرفته، تلاش شده است تا به این پرسش‌ها پاسخ داده شود: الگوهای پُرسامد مورداستفاده 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؟ برای گردآوری داده‌ها، دو روش پیمایشی (پرسش‌نامه) و مشاهده مشارکتی به‌کار گرفته شده است. جامعه آماری پژوهش نیز متشکل از دوزبانه‌های ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل با مدرک تحصیلی دیپلم یا بالاتر است. 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 گرفته 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 and Olshtain 1984) در پروژه‌ای با نام CCSARP دو کنش‌گفتار عذرخواهی و درخواست را در هشت زبان بررسی کرده‌اند. داده‌ها هم از سخن‌گویان بومی هم از سخن‌گویان غیربومی گردآوری شده و شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود میان آن‌ها مشخص شده است. سه هدف عمده این پژوهش عبارت‌اند 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 داده است که پیوستار حاصل از راه‌بردهای مستقیم و غیرمستقیم درخواست در همه زبان‌ها وجود دارد، ولی آنچه حائز اهمیت است نحوه توزیع این راه‌بردها بر روی پیوستار است که با توجه به زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف شکلی متفاوت به‌خود می‌گیرند. بلوم کولکا (Blum-Kulka 1987) در پژوهشی دیگر وجود ارتباط مستقیم بین ادب و درخواست غیرمستقیم را بازبینی 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 الزاماً با نوع دوم می‌تواند ارتباط نداشته باشد. نکته حائز اهمیت دیگر آن است که ماهیت این ارتباط می‌تواند در فرهنگ‌های مختلف متفاوت نیز باشد. نویسنده مقاله برای ارزیابی فرضیه‌های خود از داده‌های حاصل از زبان‌های انگلیسی و عبری استفاده کرده است. اگی‌رمن (Ogiermann 2009) در مقاله خود تنوع نمودهای کنش‌گفتاری درخواست را در زبان‌های انگلیسی، آلمانی، لهستانی، و روسی تحلیل کرده تا به تنوع برداشت‌ها از غیرمستقیم بودن درخواست پردازد و نشان دهد که رابطه بین این ابزار زبانی و ادب در همه فرهنگ‌ها یک‌دست تعبیر نمی‌شود. سلمانی ندوشن (Salmani Nodoushan 2011) در پژوهشی راه‌بردهای مورد استفاده فارسی‌زبانان به‌هنگام بیان تقاضا را بررسی کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد استفاده از عناصر پشتیبان درونی و برونی هر دو وابسته به موقعیت بوده و جدیت موقعیت مهم‌ترین انگیزه در به‌کارگیری آن‌هاست. شهیدی‌تبار (Shahidi Tabar 2012)، برای 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 بهره می‌گیرند. هاشمیان (Hashemian 2014) 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 تأثیر متغیرهای قدرت، فاصله اجتماعی، و رسمیت بافت بر نمودهای یادشده نیز پرداخته است. نظامی و شیرخانی (2020) (Nezami and Shirkhani) طی تحقیقی به مطالعه بیان تقاضا در میان زوج‌های فارسی‌زبان پرداخته‌اند. بدین منظور، دو موقعیت، یعنی بدون حضور دیگران و در حضور افراد دیگر، در نظر گرفته شده و راه‌بردهای کاربردی زوج‌ها در این دو موقعیت بررسی شده است. 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 تأثیر جنسیت در نوع مستقیم‌بودن و غیرمستقیم‌بودن بیان تقاضا پرداخته و نشان می‌دهد که زنان در مقایسه با مردان بیش‌تر به نحوه بیان تقاضا اهمیت می‌دهند 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 بین تحصیلات و شیوه‌های بیان درخواست و پاسخ به آن، به‌جز در شیوه آگاه‌کننده‌ها، رابطه معناداری وجود ندارد. از دیگر یافته‌های این پژوهش می‌توان به رابطه سن و شیوه‌های یادشده اشاره کرد که طبق آن با افزایش سن استفاده از درخواست مستقیم کاهش می‌یابد. متغیر دیگر موردبررسی 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 را در بیان تقاضا و تعدیل‌های حاشیه‌ای توسط فارسی‌زبانان و فارسی‌آموزان تحلیل کرده و وجود یا فقدان رابطه بین سطح زبان‌آموزان و استفاده از این ابزار را، با توجه 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 و تأثیر عوامل اجتماعی جنسیت و قدرت مخاطب را در کاربرد این راه‌بردها بررسی کرده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که تفاوت زن و مرد در به‌کارگیری راه‌بردها معنادار بوده و سطح قدرت مخاطب نیز بر استفاده از این راه‌بردها تأثیر به‌سزایی دارد. مسیب‌زاده و دیگران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به شناسایی نشان‌گرهای ادب و مهیاکننده‌ها در بیان تقاضا در گویشی

گیلکی توجه کرده و، پس از واکاوی فرمول‌واره‌های بیان مؤدبانه تقاضا در تعاملات اجتماعی، مهم‌ترین ارزش‌های اجتماعی مرتبط با آن‌ها را شناسایی و دسته‌بندی کرده‌اند.

### ۳. مبانی نظری

دو مبحث اصلی که در این پژوهش نقش مهمی ایفا می‌کنند و به‌نوعی چهارچوب نظری آن نیز محسوب می‌شوند نظریه کنش‌گفتار (speech act) و ادب‌زبانی است که در این بخش شرح داده می‌شوند.

#### ۱.۳ کنش‌گفتار درخواست

نظریه کنش‌گفتار را نخستین بار آستین (Austin) در ۱۹۵۵ مطرح کرد که مخالفت او را با سه اصلی که بنای نگرش زبان‌شناسان منطقی به معنی بود هم‌راه داشت. این سه اصل به شرح زیر است: ۱. گونه اصلی جملات زبان جملات خبری است؛ ۲. کاربرد اصلی زبان اطلاع‌دادن از طریق جملات است؛ ۳. صدق یا کذب معنی پاره‌گفتارها را می‌توان تعیین کرد. آستین بر این 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 در ۱۹۶۲ سه کنش برای هر پاره‌گفتار معرفی می‌کند: ۱. کنش بیانی (locutionary act): منظور تولید پاره‌گفتار است؛ ۲. کنش غیربیانی (illocutionary act): تأثیری که پاره‌گفتار در مخاطب دارد؛ ۳. کنش پس‌بیانی (perlocutionary act): واکنش مخاطب به کنش غیربیانی است. سرل (Searle 1975)، به پیروی از آستین و در ادامه نظریات وی، تقسیم‌بندی پنج‌گانه‌ای از کنش‌گفتارها ارائه می‌دهد با نام «رده‌شناسی کنش‌گفتارها» (typology of speech act): اظهاری (representatives): گوینده را به صدق پاره‌گفتار متعهد می‌کند؛ ترغیبی (directives): مخاطب را به انجام‌دادن کنشی ترغیب می‌کند؛ تعهدی (commissives): گوینده را به انجام‌دادن کنشی در آینده متعهد می‌کند؛ عاطفی (expressives): بیان‌کننده حالات روحی است؛ اعلامی (declarations): تغییر وضعیتی را در امور جاری اعلام می‌کند. با توجه به کنش‌گفتارها، می‌توان دو نوع کنش‌گفتار مستقیم و غیرمستقیم را از یک‌دیگر تمیز داد. اغلب زبان‌ها دارای سه نوع جمله خبری، امری، و پرسشی‌اند که هر یک به صورت ساخت‌وازی یا نحوی آن‌ها را کُدگذاری 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، زیرا گوینده سعی دارد تا مخاطب خود را به کاری وادار کند. با توجه به کارکرد کنش‌گفتار درخواست، براون و لوینسون (Brown and Levinson 1987) از آن با نام «کنش‌های تهدیدکننده و جهت منفی شنونده» یاد می‌کنند و بر آن‌اند که، به استثنای مواردی که نیازهای و جهت شنونده در اولویت قرار ندارند، برای 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. انجام‌دادن عمل و درک کنش‌گفتار توسط مخاطب به‌نوعی استنتاج (inference) و الگوی هم‌کاری گرایس را شامل می‌شود (Huang 2014: 138-139).

گرینجر و میلز (Grainger and Mills 2016) دسته‌بندی‌ای از تعاریف موجود از غیرمستقیم بودن ارائه می‌کنند: ۱. گروهی که همان کاربردشناسی سستی است بر آن‌اند که 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 and Wilson 1986) غیرمستقیم بودن را براساس میزان فعالیت و تلاش شناختی شنونده تعریف می‌کنند؛
۳. برخی نیز غیرمستقیم بودن را ادب متعارف تعریف می‌کنند؛ بدان معنا که این نوع کنش‌گفتارها امکان هرچه مؤدبانه‌تر بیان کردن خواسته را برای گوینده فراهم می‌کنند؛
۴. گروهی نیز بر آن‌اند که غیرمستقیم بودن به‌معنای بیان مبهم است.

لیچ (Leech 1983) بر آن است که غیرمستقیم بودن مطلق نیست و باید پدیده‌ای پیوستاری در نظر گرفته شود. باور وی بر این راستاست که انگیزه به‌کار بستن کنش‌گفتار غیرمستقیم ادب است و ارتباط بین این دو ارتباطی مستقیم است، زیرا اولاً غیرمستقیم بودن

میزان حق انتخاب را بالا می‌برد 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 رو بدهی؟
۲. جمله‌هایی که خواست گوینده را درباره انجام دادن کنش توسط شنونده در نظر می‌گیرند: تمایل دارم که این کار را برای من انجام دهی.
۳. جملاتی که انجام دادن عمل توسط شنونده در آینده را مدنظر قرار می‌دهند: قصد نداری غذای رو بخوری؟
۴. جمله‌هایی که تمایل شنونده را مورد توجه قرار می‌دهند: اگر اشکال نداره، سروصدا نکن؟
۵. جمله‌هایی که دلیل انجام دادن کنش را در مرکز توجه دارند: بهتره الان بری.
۶. جمله‌هایی که یکی از این عناصر را درون دیگری قرار می‌دهند و نیز جملاتی که حاوی یک فعل درخواستی صریح است: می‌تونم ازت بخوام کلاهت رو دربیاری (Searle 1979: 36-39).

فرضیه بلوم کولکا و دیگران (Blum-Kulka et al. 1989)، که چهارچوب این پژوهش را تشکیل می‌دهد، مبتنی بر آن است که در همه زبان‌ها مستقیم‌بودن دارای سه سطح اصلی است: مستقیم؛ غیرمستقیم متعارف؛ غیرمستقیم غیرمتعارف. مستقیم‌ترین و صریح‌ترین سطح سطحی است که درخواست در قالب جمله‌های امری نمود می‌یابد. طبق نظر آن‌ها، منظور از مستقیم‌بودن محرزبودن نیت غیربیانی گوینده در کنش بیانی اوست. وی، با در نظر گرفتن پیوستار میزان شفافیت کنش غیربیانی، دسته‌بندی‌ای از انواع درخواست ارائه می‌کند؛ به این صورت که هرچه میزان غیرمستقیم‌بودن بیشتر باشد، شنونده مسئولیت بیشتر در تعبیر و درک پاره‌گفتار برعهده دارد. به بیانی روشن‌تر، الگوهای شفاف‌تر و مستقیم‌تر الگوهای هستند که نیروی درخواستی یا صریحاً در آن‌ها بیان شده باشد یا نمود نحوی آن‌ها بارز و مشخص باشد. درمقابل، نیروی درخواستی در الگوهای غیرمستقیم صریح و آشکار نیست و محتوای پیام را باید از پاره‌گفتار استنباط کرد:

۱. وجه فعل (mood derivable): آشپزخانه رو تمیز کن.
۲. بیانی صریح (performative): ازت می‌خوام که ماشینت رو جابه‌جا کنی.

۳. بیانی در لفافه (hedged performative): می‌خوام ازت خواهش کنم ماشینت رو جابه‌جا کنی.
۴. گزاره‌های اجباری (obligation statement): باید ماشینت رو جابه‌جا کنی.
۵. گزاره‌های خواستن (want statement): ازت می‌خوام ماشینت رو جابه‌جا کنی.
۶. پیش‌نهاد (suggestory formulae): چه‌طوره آشپزخانه رو تمیز کنی؟
۷. سؤال مقدماتی (query preparatory): اشکالی نداره اگر آشپزخانه رو تمیز کنی؟
۸. اشارات قوی (strong hint): آشپزخانه رو تمیز نشده رها کردی.
۹. اشارات ملایم (mild hint): نمی‌خواهیم این جا پُر از ماشین باشه (Blum-Kulka 1987: 133).

مثلاً، در نوع گزاره‌های خواستن گوینده صریحاً از شنونده درخواست انجام‌دادن کاری را نمی‌کند، ولی از طرفی تعبیر کاربردشناختی آن نیز مبهم نیست. از این رو، این نوع از درخواست در مقوله درخواست مستقیم قرار نمی‌گیرد، بلکه در دسته‌بندی درخواست غیرمستقیم متعارف است. درخواست‌های غیرمستقیم متعارف دارای ابهام در سطح پاره‌گفتارند که این میزان ابهام فقط به دو برداشت مشخص محدود می‌شود (همان: ۴۵). بلوم کولکا (Blum-Kulka 1989) غیرمستقیم متعارف را دوگانگی کاربردشناختی (pragmatic duality) نیز می‌نامد، زیرا در دو سطح تعبیرشدنی است: یکی، براساس قواعد زبانی که شامل محتوای گزاره‌ای یا معنای تحت‌اللفظی است؛ 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 می‌شوند و آن‌هایی که در قالب پرسش بیان می‌شوند. موارد هشت و نُه در دسته‌بندی بالا در سطح درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف جای می‌گیرند. در این سطح نیت غیربیانی گوینده از کنش بیانی وی درک‌ناشدنی است.

### ۲.۳ ادب زبانی

همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان 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. باتوجه‌به این کارکرد زبان، می‌توان ادب کلامی را در

زیرمجموعه نقش تعاملی زبان قرار داد. تعاریف متعددی از پدیده ادب ارائه شده است. به اعتقاد لیچ (Leech 2014)، مؤدب بودن یعنی صحبت کردن و رفتار کردن به نحوی که به دیگران سود می‌رساند و برای آن‌ها ارزش قائل می‌شود. لیکاف (Lakoff 1990) ادب را نظامی از روابط بینافردی تعریف می‌کند که، با به حداقل 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 طرز فکر افراد هستند». از نظر میلز (Mills 2003: 6)، ادب عبارت است از: «مهارت‌های اجتماعی که هدف آن اطمینان‌دادن 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 بر پایه مفهوم وجهه گافمن (Goffman) نخست در ۱۹۷۸ و بعد پس از اصلاحاتی در ۱۹۸۷ مطرح شد. از نظر براون و لوینسون «ادب کلامی عبارت است از توجه به وجهه دیگری و کاهش میزان تهدید وجهه شنونده. براون و لوینسون وجهه را تصویر اجتماعی فرد از خود تعریف می‌کنند» (Brown and Levinson 1987: 61). از نظر آن‌ها، وجهه و جنبه‌های آن خواست و نیاز ابتدایی فرد است و دو جنبه دارد: وجهه منفی (negative face): عبارت است از خواست فرد بالغ مبتنی بر عدم ممانعت از اعمال وی. وجهه مثبت (positive face): عبارت است از خواست فرد بالغ مبنی بر مطلوب قلمداد شدن خواست‌های او از جانب دیگران. آن‌ها سه متغیر اجتماعی مؤثر در کنش‌های تهدیدکننده وجهه را، که تعیین‌کننده وزن این کنش‌ها نیز هستند، معرفی می‌کنند: فاصله اجتماعی D، قدرت P، و میزان تحمیل عمل R و برای محاسبه وزن کنش تهدید وجهه فرمول زیر را ارائه کرده‌اند:

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

براون و لوینسون فراراه‌بردهایی را برای تعدیل کنش‌های تهدیدکننده وجهه ارائه می‌کنند که تحقق آن‌ها به واسطه راه‌بردهای سطح پایین‌تر و در نهایت ابزارهای زبانی‌اند: 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) است. با استفاده از این راه‌برد، فرد از جمله‌ها و عباراتی دارای

معنای بافتی غیرمبهم استفاده می‌کند که این معنا با معنای تحت‌اللفظی آن متفاوت است. در واقع، پاره‌گفتار رک و صریح (on record) است، ولی گوینده خواست خود را به‌گونه‌ای غیرمستقیم (off record) ابراز می‌کند. کنش‌گفتار غیرمستقیم نمونه‌ای بارز از این راه‌برد است. جمله‌ها در ساختار خود نشانه‌هایی از کاربرد صیغگان (paradigmatic) یا نیروی غیربیانی (Illocutionary force) هم‌راه دارند. کاربرد جمله‌های امری برای دستور دادن، جمله‌های سؤالی برای درخواست اطلاعات، و جمله‌های خبری نیز برای دادن اطلاعات است. واقعیت این است که این کاربردها کاربردهای ثابت جمله‌های یادشده نیستند و مقاصد گوینده از گفتن این جمله‌ها می‌تواند کاملاً متفاوت باشد: جمله‌ امری برای دادن پیش‌نهاد، جمله‌ خبری برای دادن دستور، و جمله‌ سؤالی برای دادن اطلاعات. براون و لوینسون (Brown and Levinson 1987: 134) بر آن‌اند که «غیرمستقیم بودن عبارت است از هرگونه رفتار ارتباطی کلامی یا غیرکلامی که انتقال‌دهنده معنایی غیر از و یا فراتر از معنای تحت‌اللفظی آن است».

#### ۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش میدانی انجام گرفته است؛ برای گردآوری داده‌ها از دو روش پیمایشی (پرسش‌نامه) و مشاهده مشارکتی بهره گرفته شده است. تهیه و تدوین پرسش‌نامه نهایی، که با مقیاس لیکرت تنظیم شده است، پس از گذراندن سه مرحله محقق شد. در مرحله نخست یک پرسش‌نامه برای تعیین موقعیت‌های پُرسامد درخواست به آزمودنی‌ها داده شد. سپس، براساس نتایج حاصل، سه موقعیت پُرسامد با درجاتی متفاوت از نوع درخواست انتخاب و یک پرسش‌نامه تکمیل‌گفتمان تنظیم شد. پرسش‌نامه آماده‌شده به بیست آزمودنی ارائه شد. پس از گردآوری داده‌ها، باتوجه‌به پاسخ‌ها، الگوهای پُرسامد درخواست با در نظر گرفتن مدل بلوم کولکا (Blum-Kulka 1987) تعیین شد. 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 سؤالات مربوط به سن و جنسیت آزمودنی‌هاست و بخش دوم حاوی شش سؤال است که در هر جفت از سؤالات سن مخاطب نیز در نظر گرفته شده است. سه موقعیت مجزایی که برای بیان درخواست در پرسش‌نامه به‌کار رفته عبارت‌اند از: درخواست برای یک لیوان آب؛ درخواست برای آب‌دادن به گیاهان به‌هنگام سفر؛ درخواست برای قرض‌گرفتن مقداری پول.

پس از گردآوری داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، بسامد الگوها، باتوجه‌به دو متغیر جنسیت و سن گوینده، تعیین و سطح معناداری آن‌ها از طریق آزمون کروسکال‌والیس و یومن‌ویتنی مشخص شد. قابل‌ذکر است که، با اتکا بر نتایج حاصل از پرسش‌نامه اولیه، به دلیل فقدان تفاوت در پاسخ‌ها، باتوجه‌به جنسیت مخاطب، پژوهش‌گران این متغیر را در مراحل بعدی حذف کرده‌اند. 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 ۱۸-۳۰، ۳۱-۴۰، و ۴۱+ قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. توزیع آزمودنی‌ها به تفکیک جنسیت و سن

سن \ جنسیت	زن	مرد	جمع کل
۱۸-۳۰	۵۷	۲۴	۸۱
۳۱-۴۰	۳۷	۲۴	۶۱
۴۱	۵۶	۴۶	۱۰۲
جمع کل	۱۵۰	۹۴	۲۴۴

از روش مشاهده مشارکتی نیز، به‌عنوان ابزاری تکمیلی، برای رد یا تأیید نتایج حاصل از روش پیمایشی، که روش اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش است، استفاده شده است. قرارگرفتن در محیط و تعامل و ارتباط با دوزبانه‌های ترکی - فارسی ساکن شهر اردبیل موجبات مشاهدات را برای پژوهش‌گر فراهم کرد. همه موارد مشاهده جامعه زبانی موردنظر با جزئیات کامل، از قبیل سناریوی موردمشاهده، سن مشارکان، و جنسیت مشارکان، ثبت و سپس تحلیل و بررسی شد. گفتنی است، باتوجه‌به این‌که در این پژوهش بافت غیررسمی مدنظر است، مشاهدات فیش‌برداری شده برگرفته از گفت‌وگوها و تعاملات خانوادگی و اقوام نزدیک است.

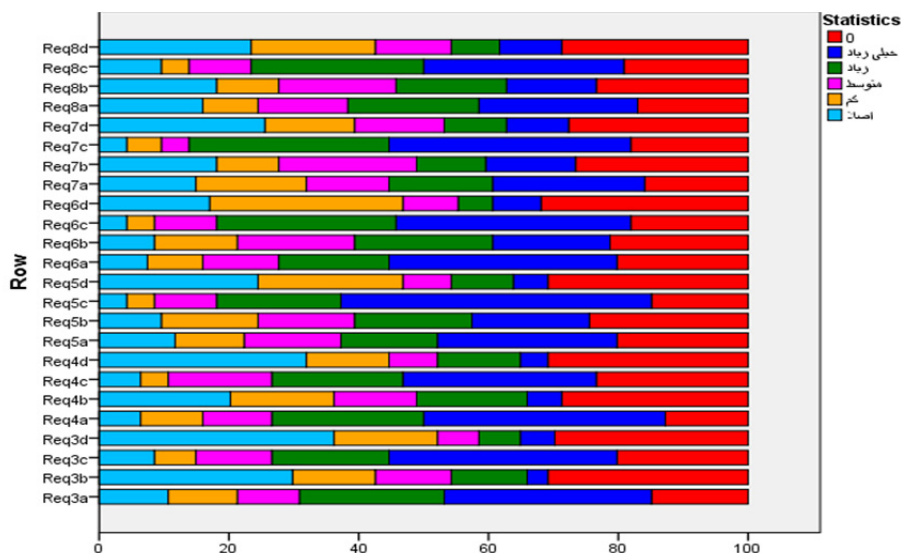
## ۵. توصیف و تحلیل داده‌ها

### ۱.۵ توصیف و تحلیل داده‌های پرسش‌نامه

در توصیف و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر، که در چهارچوب نظریه ادب براون و لوینسون (Brown and Levinson 1987) و الگوهای پیش‌نهادی بلوم کولکا (Blum-Kulka 1989) است، دو متغیر جنسیت و سن گوینده و نیز تأثیر سن مخاطب و نوع درخواست در انتخاب الگوهای کاربردی بررسی شده است. الگوهای مورد استناد در گزینه‌های پرسش‌نامه عبارت‌اند 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 آب‌دادن 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 کوچک‌ترند. باتوجه به جدول‌ها، مواردی که آزمودنی‌ها پاسخ نداده‌اند نیز با عدد صفر کدگذاری شده است. نمونه‌ای از جدول‌ها و نمودار لیکرت در زیر مشهود است:

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

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



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

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 یادشده به شرح

زیر است:

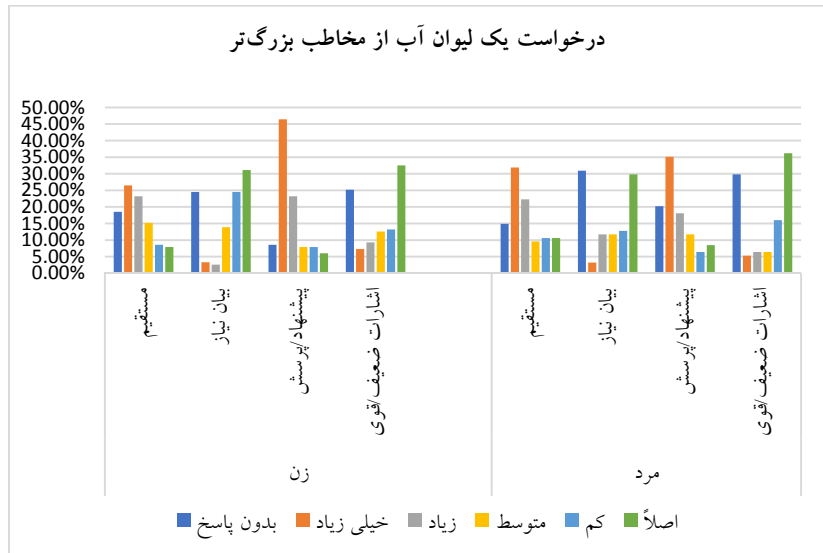
### ۱.۱.۵ بررسی الگوهای درخواست با توجه به جنسیت گوینده

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 همه گویه‌ها بالاترین درصد را به خود اختصاص داده است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که این الگوی الگوی غالب بوده و در مقابل الگویی که پایین‌ترین بسامد کاربردی را دارد الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف (اشارات ضعیف/ قوی)، یعنی req d، است. 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 در مقایسه با دیگر الگوها به کار برده‌اند. سناریوی درخواست یک لیوان آب تنها موقعیتی است که سن مخاطب در گروه مردان نقش ایفا کرده است؛ بدین ترتیب که مردان در مقابل مخاطب بزرگ‌تر از خود از الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (پیش‌نهاد/ پرسش) با ۳۵/۱ درصد و در مقابل مخاطب کوچک‌تر از

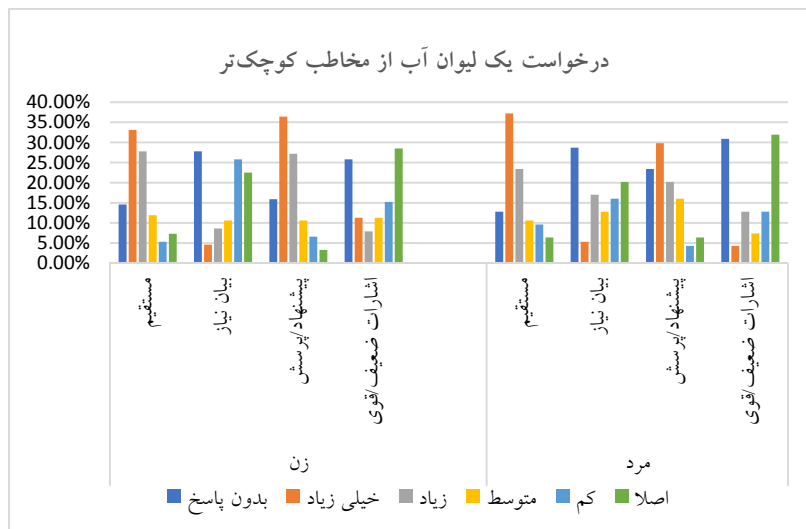


کاربرد راه‌بردهای کنش‌گفتار ... (سارا زاهدی اصل و دیگران) ۱۷۳

الگوی درخواست مستقیم با ۳۷٫۲ درصد خیلی زیاد استفاده کرده‌اند. متغیر یادشده در گروه زنان تأثیری نداشته و الگوی پُرکاربرد (غیرمستقیم متعارف) و کم‌کاربرد (اشارات قوی/ضعیف) درمقابل مخاطب کوچک‌تر و بزرگ‌تر یک‌سان‌اند.

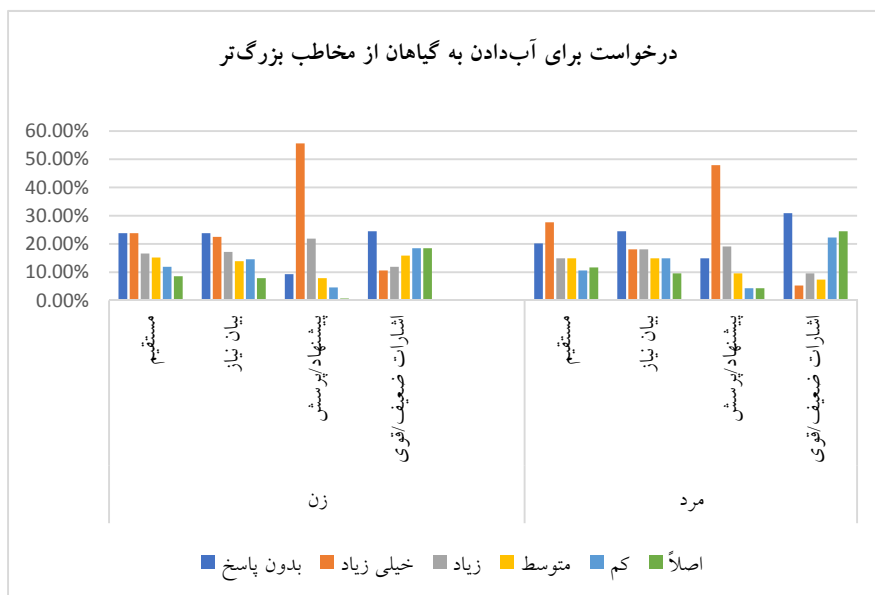


نمودار ۲. درصد کاربرد الگوهای درخواست یک لیوان آب از مخاطب بزرگ‌تر براساس متغیر جنسیت



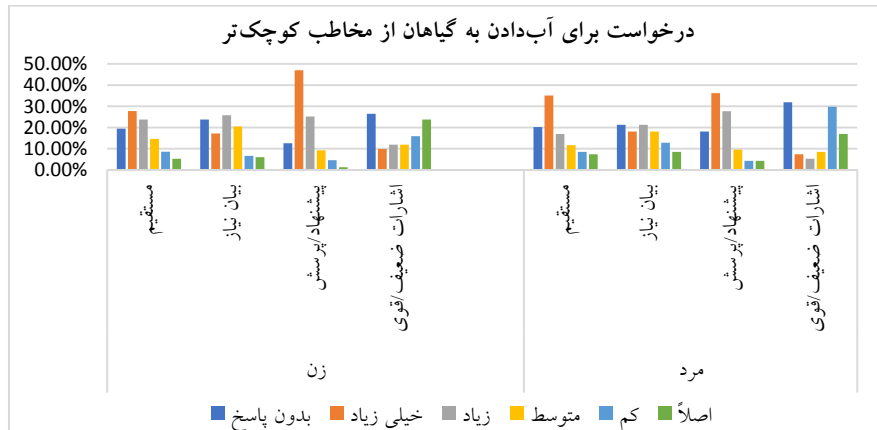
نمودار ۳. درصد کاربرد الگوهای درخواست یک لیوان آب از مخاطب کوچک‌تر براساس متغیر جنسیت

همان‌گونه‌که 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 به‌کار برده‌اند. الگویی که در هر دو جنسیت درمقابل مخاطب بزرگ‌تر بالاترین درصد از اصلاً را به خود اختصاص داده الگوی اشارات ضعیف/ قوی است.



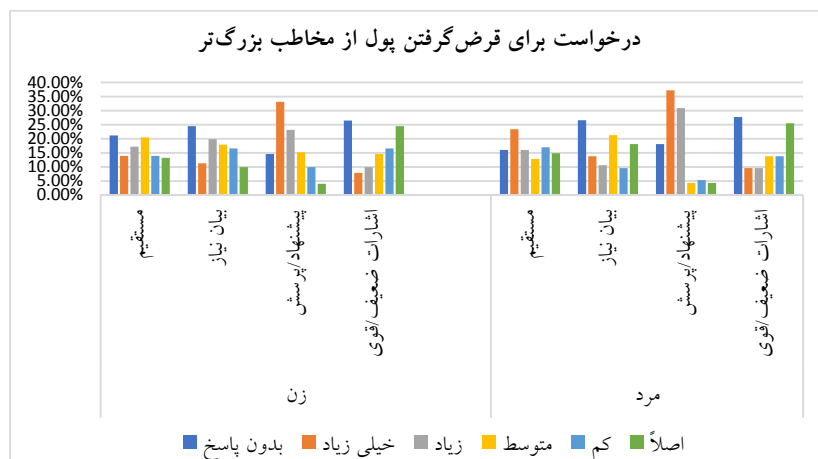
نمودار ۴. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای آبدادن به گیاهان از مخاطب بزرگ‌تر براساس متغیر جنسیت

باتوجه‌به نمودار ۵، دیده می‌شود که در سناریوی دوم پژوهش آزمودنی‌های زن و مرد درمقابل مخاطب کوچک‌تر نیز مشابه عمل کرده و الگوهای درخواست غیرمستقیم متعارف (پیش‌نهاد/ پرسش) و اشارات ضعیف/ قوی را به‌ترتیب به‌عنوان پُرکاربردترین و کم‌کاربردترین الگوها مورد استفاده قرار داده‌اند.



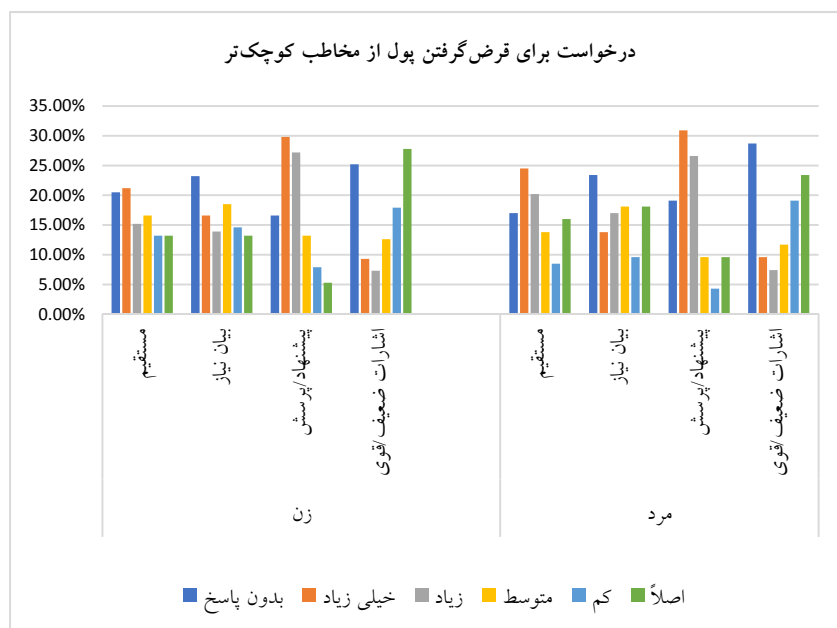
نمودار ۵. درصد کاربرد الگوهای درخواست برای آب‌دادن به گیاهان از مخاطب کوچک‌تر براساس متغیر جنسیت

همین وضعیت در سناریوی سوم پژوهش، یعنی درخواست برای قرض‌گرفتن پول، تکرار شده است. باتوجه‌به نمودار، می‌بینیم که الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف (پیش‌نهاد/ پرسش) برای درخواست از مخاطب بزرگ‌تر در زنان (۳۳/۱ درصد) و در مردان (۳۷/۲ درصد) خیلی زیاد به‌کار رفته است که این امر حاکی از پُرکاربرد بودن الگوی یادشده است. الگویی که در هر دو جنسیت کم‌ترین میزان کاربردی را داراست الگوی اشارات ضعیف/ قوی است.



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

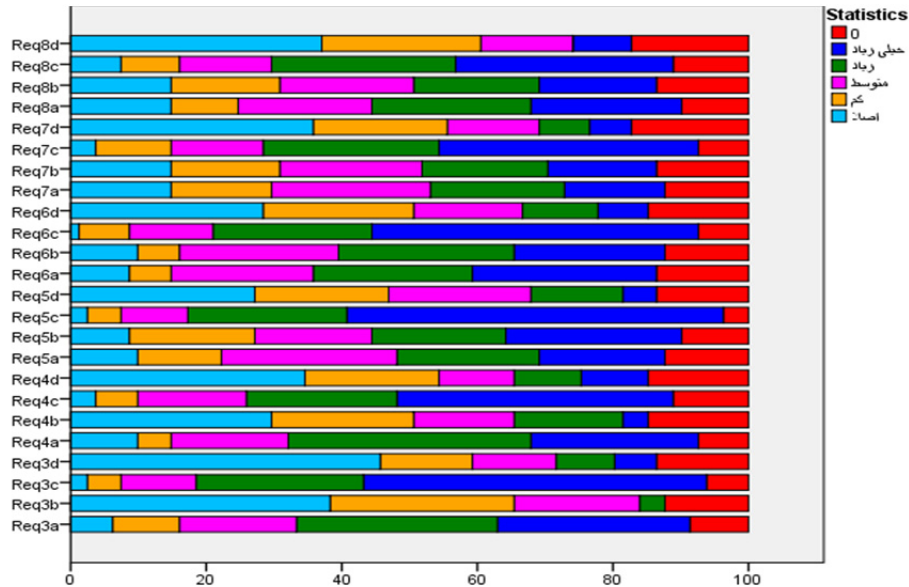
در نمودار ۷ مشاهده می‌شود که زنان و مردان، هردو، برای درخواست از مخاطب کوچک‌تر از الگوهای دیگر بهره گرفته‌اند. این درحالی است که الگویی که کم‌ترین میزان کاربردی را در این موقعیت از آن خود کرده الگوی اشارات ضعیف/ قوی است. این امر را می‌توان در نمودار نیز مشاهده کرد: الگوی یادشده در گروه زنان ۲۷/۸ درصد و در گروه مردان ۲۳/۴ درصد از گزینه اصلاً را داراست.



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

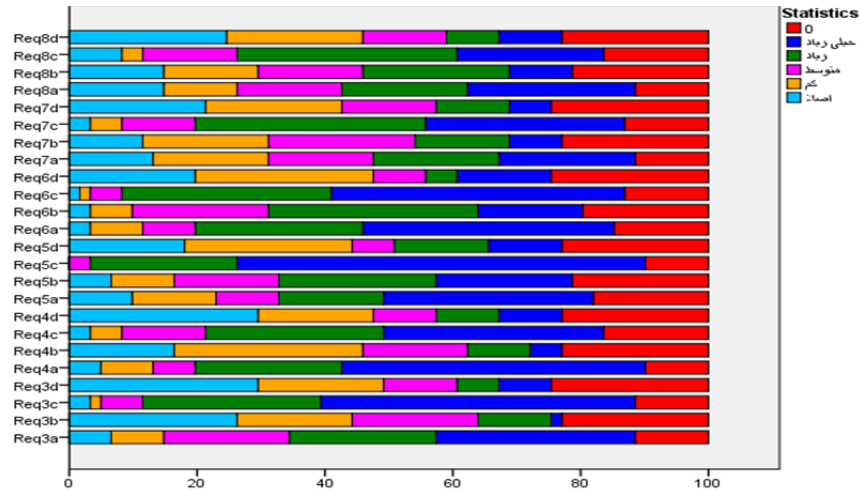
### ۲.۱.۵ بررسی الگوهای درخواست با توجه به سن گوینده

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که در گروه سنی ۱۸-۳۰ سال در هر سه نوع درخواست، بدون این که متغیر سن مخاطب تأثیری در 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) به عنوان الگوی کاربردی با کم‌ترین بسامد ظاهر شده است.



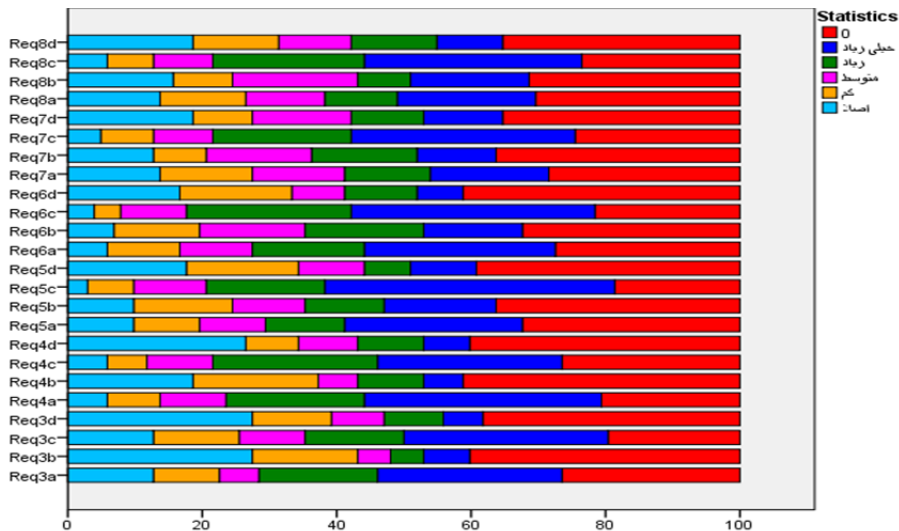
نمودار ۸ توصیف آماری الگوهای درخواست در گروه سنی ۱۸-۳۰

در گروه سنی ۳۱-۴۰ الگوی اشارات ضعیف/ قوی به‌عنوان کم‌بسامدترین الگو رقم خورده است، اما در الگوی پُربسامد وضعیت اندکی متفاوت است. بدان معنا که در نوع اول و سوم درخواست تحت‌تأثیر سن مخاطب به‌هنگام درخواست از مخاطب بزرگ‌تر الگوی پیش‌نهاد/ پرسش (غیرمستقیم متعارف) و به‌هنگام درخواست از مخاطب کوچک‌تر الگوی درخواست مستقیم الگوهای پُربسامد می‌باشند: در نوع اول درخواست درمقابل مخاطب بزرگ‌تر الگوی Req c، ۴۹/۲ درصد خیلی زیاد و درمقابل مخاطب کوچک‌تر الگوی 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 بوده است. در نوع دوم درخواست سن مخاطب تأثیری در انتخاب الگوی پُربسامد در این رده سنی ندارد.



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

در گروه سنی ۴۱+ تأثیر سن مخاطب را فقط در نوع اول درخواست می‌توان دید. در این گروه سنی نیز الگوی پیش‌نهاد/ پرسش (غیرمستقیم متعارف) بسامد کاربردی بالایی را از خود نشان داده است. هم‌چنین، باتوجه‌به نمودار، دیده می‌شود که الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف درصد بالایی از گزینه اصلاً را در انواع درخواست درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر از آن خود کرده است.



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

**متغیر سن در گروه زنان:** در گروه زنان ۱۸-۳۰ سال‌الگویی درخواست غیرمستقیم متعارف پُربسامدترین و الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف کم‌بسامدترین الگو بوده و چون این الگو به‌طور یک‌دست وجود دارد، می‌توان نتیجه گرفت که در انتخاب الگوی درخواست توسط این گروه سنی سن مخاطب و درجه درخواست تأثیری از خود نشان نداده است. اما در گروه دوم، یعنی ۳۱-۴۰ سال، اندکی تفاوت در پُربسامدترین الگو وجود دارد. در درخواست نوع اول و سوم، یعنی درخواست برای نوشیدن آب و قرض گرفتن پول، سن مخاطب در انتخاب الگو مؤثر است. بدان معنا که در هر دو نوع وقتی سن مخاطب از گوینده بالاتر باشد الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف به‌کار می‌رود، ولی فرد درمقابل مخاطب کوچک‌تر از خود از الگوی درخواست مستقیم بیش‌تر استفاده می‌کند. گرچه این تفاوت را در درخواست نوع دوم نمی‌توان دید. در گروه سنی ۴۱+ زنان، فقط در درخواست نوع اول تفاوت در پُربسامدترین الگو به‌چشم می‌خورد؛ یعنی درمقابل مخاطب بزرگ‌تر از گوینده الگوی غیرمستقیم متعارف با ۳۳٫۹ درصد خیلی زیاد و درمقابل مخاطب کوچک‌تر الگوی درخواست مستقیم با ۳۹٫۳ درصد خیلی زیاد به‌عنوان پُربسامدترین الگوها مشخص شده‌اند. پس سن مخاطب در نوع الگوی کاربردی پُربسامد تأثیر دارد. گفتنی است الگویی که کم‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده، مانند دو گروه دیگر، همان الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف است که گزینه اصلاً آن بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است.

**متغیر سن در گروه مردان:** در گروه ۱۸-۳۰ مردان، نوع درخواست و سن مخاطب هیچ تأثیری در انتخاب الگوی پُربسامد و کم‌بسامد توسط این گروه نگذاشته است و در هر سه نوع درخواست الگویی که بالاترین درصد را در مقیاس خیلی زیاد دارد الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف بوده و الگویی که بالاترین درصد را در مقیاس اصلاً دارد الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف بوده است. در رده سنی دوم مردان (۳۱-۴۰) وضعیت قدری متفاوت است. در نوع اول و سوم درخواست، سن مخاطب متغیر مؤثری در انتخاب الگو توسط آزمودنی‌ها نیست، ولی در نوع دوم تأثیر این متغیر در الگوی پُربسامد مشهود است. نکته دیگری که این گروه را با گروه اول متمایز می‌کند نوع الگوی پُربسامد است؛ بدان معنا که در نوع اول و سوم الگوی درخواست مستقیم به‌عنوان پُربسامدترین الگو ظاهر شده است. در گروه ۴۱+ نیز سن مخاطب تأثیری در انتخاب الگو توسط افراد نداشته و به‌طور کلی در نوع اول درخواست الگوی درخواست مستقیم و در نوع دوم و سوم نیز

الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف الگوهای پُرکاربرد بوده‌اند، که این امر نشان‌دهنده تأثیر درجه درخواست در الگوی پُرکاربرد است. بدان معنا که آزمودنی‌ها برای درخواست با درجه خفیف‌تر از الگوی درخواست مستقیم بهره بیشتر 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 وجهه منفی شنونده محسوب می‌شود و افراد به‌منظور تعدیل این تهدید از نوع غیرمستقیم آن استفاده می‌کنند. به‌بیانی دیگر، هرچه الگوهای درخواست مستقیم‌تر و صریح‌تر باشند میزان تهدید نیز بالاتر می‌رود. پس انگیزه اصلی برای استفاده از الگوهای غیرمستقیم به‌نوعی کاهش هرچه بیشتر تهدید وجهه شنونده و در نتیجه بالابردن میزان ادب است. پس از بررسی نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها، دیده شد که در بافت غیررسمی دوزبان‌های ترکی - فارسی الگوهای صریح‌تر و مستقیم‌تر در انواع درخواست‌ها کاربرد چندانی نداشته است و در اغلب موارد الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف بالاترین درصد از گزینه خیلی زیاد را به خود اختصاص داده است. درحقیقت، دوزبان‌های این پژوهش، به‌دلیل پایین‌تر بودن درجه و میزان ادب، در الگوهای مستقیم‌تر کم‌تر از آن‌ها بهره گرفته‌اند، ولی، ازسویی دیگر، الگوهای غیرمستقیمی که از کم‌ترین میزان شفافیت و بالاترین میزان ادب برخوردارند کم‌ترین بهره را گرفته‌اند. تأثیر سه متغیر غیرزبانی و اجتماعی موردنظر در این پژوهش، که عبارت‌اند از سن مخاطب، سن، و جنسیت گوینده، در نوع الگوی کاربردی پُرسامد و کم‌بسامد تحلیل و بررسی شدند و نتایج نشان داد که سن مخاطب، به‌جز در برخی موارد اندک، تأثیری در تغییر الگوی پُرسامد یا کم‌بسامد نداشته است. تأثیر یادشده در میان مردان و گروه سنی ۳۱-۴۰ و ۴۱+ مشاهده‌شدنی است؛ بدین صورت که، اغلب، افراد درمقابل مخاطب بزرگ‌تر از خود الگویی را بیش‌تر به‌کار برده‌اند که صراحت کم‌تر داشته و دارای درجه ادب بیش‌تری است؛ یعنی الگوی درخواست غیرمستقیم متعارف و درمقابل مخاطب کوچک‌تر از خود صریح‌ترین الگوی درخواست را، که درجه ادب در آن پایین‌تر بوده، یعنی درخواست مستقیم، بیش از دیگر الگوها به‌کار برده‌اند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها بر فقدان تفاوت بین الگوهای درخواست پُرکاربرد 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 مؤثر نقش ایفا می‌کند. وضعیت درمورد تأثیر سن گوینده اندکی متفاوت



است؛ بدان معنا که دو رده سنی B و C حساسیت بیش‌تری به سن مخاطب داشته و الگوی متفاوتی درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر از خود به‌کار برده‌اند. این درحالی است که جوان‌ترین رده سنی این پژوهش چنین حساسیتی نداشته و بدون توجه به سن مخاطب الگوی پُرسامد خود را انتخاب کرده است.

### ۳.۱.۵ بررسی معناداری تفاوت‌های مشاهده‌شده

با مقایسه راهبردهای کاربردی دو جنسیت زن و مرد، تفاوت چشم‌گیری در پُرسامدترین و کم‌پسامدترین راهبرد دیده نشد. ازسویی دیگر، پس از اجرای آزمون آماری یومن‌ویتنی نیز دیده شد که تفاوت میان راهبردهای به‌کاررفته توسط زنان و مردان در هنگام درخواست معنادار نبوده است. 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 می‌دهد گرچه رده سنی ۳۱-۴۰ و ۴۱+ تحت‌تأثیر سن گوینده پُربکارترین راهبرد را انتخاب کرده‌اند، تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای در الگوهای کاربردی پُرسامد و کم‌پسامد بین سه گروه سنی این پژوهش وجود ندارد. این درحالی است که آزمون آماری کروسکال‌والیس بر 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 شده است (علائم اختصاری به‌کارگرفته‌شده در جدول به این شرح‌اند: سناریوی ۱: درخواست آب از مخاطب بزرگ‌تر؛ سناریوی ۲: درخواست آب‌دادن به گل‌دان؛ سناریوی 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
۱ ک	بیان درخواست/ نیاز	۰.۰۰۷	۳ ب	بیان درخواست/ نیاز	۰.۰۱۳
۱ ک	اشارات ضعیف/ قوی	۰.۰۰۷	۳ ب	اشارات ضعیف/ قوی	۰.۰۰۱
۲ ب	بیان مستقیم	۰.۰۰۵	۳ ک	اشارات ضعیف/ قوی	۰.۰۰۰

یکی دیگر از مواردی که در این پژوهش بدان پرداخته شده بررسی وجود یا فقدان ارتباط بین نوع و درجه درخواست گوینده از مخاطب و نوع الگوی کاربردی است. سناریوهای طراحی شده در پرسش‌نامه براساس سه درجه متفاوت از درخواست‌اند: نوع اول درخواست برای یک لیوان آب؛ نوع دوم درخواست برای آب‌دادن به گیاهان به‌هنگام سفر؛ نوع سوم درخواست برای قرض گرفتن مقداری پول. باتوجه‌به نوع درخواست، انتظار پژوهش‌گران آن بود که الگوهای پُرکاربرد یا کم‌کاربرد متغیر باشند. بدان معنا که هرچه درجه درخواست بیش‌تر باشد الگوهای غیرمستقیم‌تر بیش‌تر به‌کار روند و هرچه درخواست ساده‌تر الگوهای مستقیم‌تر بیش‌تر کاربرد داشته باشند. ولی نتایج حاکی از فقدان چنین ارتباطی بین نوع درخواست و الگوهای درخواست است.

## ۲.۵ توصیف و تحلیل داده‌های مشاهدات مشارکتی

باتوجه‌به داده‌های گردآوری شده از روش مشاهده مشارکتی، دیده شد که در اغلب موارد سن مخاطب تأثیر 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 و نیز درجه ادب و احترام آن نیز بیش‌تر شده است. این الگو در زنان و مردان با درصد بالایی به‌کار رفته است و این امر بیان‌گر عدم تأثیر جنسیت گوینده در تنوع الگوی کاربردی است. ازسویی دیگر، این کاربرد در سه گروه سنی نیز مشابه بوده و تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای باتوجه‌به متغیر سن گوینده دیده نشد. الگوی درخواست غیرمستقیم غیرمتعارف نیز الگویی است که در گفت‌وگوی موارد موردمشاهده دیده شد، ولی جالب است که این الگو اغلب در شرایطی به‌کار رفته است که فرد درخواست خود را با شکایت و عصبانیت مطرح کرده تا نارضایتی خود را از شرایط موجود نشان دهد. در ادامه برخی از مهم‌ترین موارد ذکر شده است:

فرد (زن) به‌هنگام بیان درخواست خود از مخاطب کوچک‌تر از الگوی درخواست مستقیم استفاده کرده و یک جلب‌توجه‌کننده (attention-getter) را به‌عنوان عنصر حاشیه‌ای هم‌راه درخواست خود به‌کار برده است:

عمه خطاب به برادرزاده:

- بالا، منه بیر لیوان سو ور.

- عزیزم، یک لیوان آب به من بده.

کاربرد راه‌بردهای کنش‌گفتار ... (سارا زاهدی اصل و دیگران) ۱۸۳

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

خواهر کوچک‌تر خطاب به خواهر بزرگ‌تر:

- اگر زحمت‌الماسا، اُنی بیغ.

- اگر زحمتی نیست، اون رو جمع کن.

فرد (زن) درخواست خود را به مخاطب بزرگ‌تر از خود در قالب الگوی مستقیم همراه گشاینده (opener) بیان کرده است:

زن داداش خطاب به خواهرشوهر:

- آرون آغریماسین ... زحمتی سنّه توشوب ... قورآنی اُخوتوراسان.

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

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

پدربزرگ خطاب به نوه:

- بالا، تلفن زنگ ووری یا ... هیچچس یوختی اُنی جواب ور؟

- عزیزم، تلفن داره زنگ می‌زنه ها ... کسی نیست اون رو جواب بده؟

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

- گر بیری سایبی گاپینی آچا ...

- ببین کسی محل می‌ده در رو باز کنه ...

فرد (مرد) الگوی درخواست غیرمستقیم را برای بیان درخواست خود از فرد کوچک‌تر از خود به‌کار برده است که البته از زمینه‌چین‌ها (grounder) به‌عنوان عنصر حاشیه‌ای برای تعدیل درخواست بهره گرفته است:

شوهر خطاب به همسر:

- بالا، من آجیمنان اُلی‌یم ... غذا یمیسوز؟

- بچه‌ها، من دارم از گرسنگی می‌میرم ... غذا نمی‌خورید؟  
فرد (زن) درخواست خود را از فرد کوچک‌تر از خود با به‌کار بستن الگوی درخواست مستقیم بیان کرده است:  
مادر خطاب به دختر:  
- اُ پالتارلاری ایپین اوستوندن گُتور.  
- اون لباسا رو از روی طناب جمع کن.
- فرد (مرد) از الگوی درخواست مستقیم هم‌راه عناصر حاشیه‌ای برای بیان درخواست خود استفاده کرده است:  
- مایا گیارسان اُ بسته‌لری ترمینال‌دان آلا‌رسان.  
- 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 پرداخته می‌شود. برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش، میزان کاربرد هریک از الگوهای درخواست درمیان زنان و مردان و نیز در سه گروه سنی ۱۸-۳۰، ۳۱-۴۰، و ۴۱+ تعیین شد. سپس، الگوهایی که دارای بیش‌ترین و کم‌ترین درصد فراوانی بودند مشخص شدند. هم‌چنین، به‌منظور مشخص کردن 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 استفاده شد. با بررسی راه‌بردهای درخواست در سه موقعیت درخواست برای یک لیوان آب، درخواست برای آب‌دادن به گیاهان، و درخواست برای قرض گرفتن پول، مشاهده شد، به‌جز سناریوی نخست، هر دو گروه زنان و مردان الگوهای پُرسامد و کم‌پسامد مشابهی را به‌کار برده‌اند. آزمون آماری یومن‌ویتنی نیز بر فقدان رابطه معناداری بین نوع راه‌برد درخواست و جنسیت صحت گذاشت. این نتیجه با نتایج پژوهش الستی (۱۳۹۱) هم‌سوست. باتوجه به سطوح مختلف درخواست و راه‌بردهای پیشنهادشده توسط بلوم کولکا و دیگران (Blum-Kulka et al. 1989)، مشاهده شد که در زبان ترکی نیز این راه‌بردها توسط

دوزبانه‌های ترکی- فارسی در زبان ترکی به‌کار می‌روند و حتی در برخی موارد متغیرهایی مانند سن گوینده، سن مخاطب، یا درجه و نوع درخواست نیز در تنوع راهبردهای کاربردی مؤثرند. درحقیقت، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها حاکی از وجود راهبردهای غیرمستقیم به‌عنوان نشان‌گرهای زبانی ادب در گفتار ترکی آزمودنی‌های دوزبانه است. البته، باتوجه‌به نتایج، مشاهده شد راهبردهای غیرمستقیم متعارف در زمره راهبردهایی قرار گرفته‌اند که کم‌ترین میزان کاربردی را دارا می‌باشند و این درحالی است که بالاترین درصد کاربردی از آن راهبردهای غیرمستقیم متعارف است. باتوجه‌به سن مخاطب، نتایج حاصل از پرسش‌نامه و داده‌های مشاهدات مشارکتی نشان می‌دهد که غالباً این متغیر نقشی در انتخاب راهبرد درخواست ایفا نکرده و در مواردی هم که به‌عنوان عاملی مؤثر ظاهر شده است راهبردی که برای درخواست از مخاطب کوچک‌تر درصد کاربردی بالاتری دارد راهبرد درخواست مستقیم بوده است و راهبرد غیرمستقیم متعارف نیز پُربسامدترین راهبرد درمقابل مخاطب بزرگ‌تر است. این‌گونه به‌نظر می‌رسد که در فرهنگ ترکی شهر اردبیل روش‌های مستقیم، به‌دلیل بالابودن درجه تحمل، در مواقع درخواست از مخاطب کوچک‌تر کاربرد بیشتری دارد و برای درخواست از مخاطب بزرگ‌تر راهبردی بیش‌تر استفاده می‌شود که قدری میزان تحمل و تهدید وجهه در آن‌ها تعدیل یافته‌اند. گرچه، باتوجه‌به نتایج حاصل از مشاهدات مشارکتی، راهبردهای مستقیم نیز پس از تعدیل با استفاده از ابزارهای کلامی به‌کار رفته‌اند. برخلاف نتایج پژوهش سلمانی ندوشن (Salmani Nodoushan 2011)، مبنی بر وجود ارتباط بین موقعیت، نوع، و تعداد عناصر پشتیبان درونی و برونی، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در این پژوهش حاکی از آن است که درجه و نوع درخواست در اغلب موارد به‌جز درمیان مردان و نیز دو رده سنی ۳۱-۴۰ و ۴۱+ تأثیری در انتخاب یا تغییر راهبرد درخواست نداشته است. در مواردی که عامل یادشده تأثیرگذار بوده نتایج حاکی از آن است که در هنگام درخواست خدمات اندک و ناچیز الگوهایی متفاوت درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و کوچک‌تر به‌کار 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 درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و بیان مستقیم، بیان درخواست/ نیاز، و اشارات ضعیف/ قوی درمقابل 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 درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و اشارات ضعیف/ قوی درمقابل مخاطب کوچک‌تر در بین سه گروه سنی معنادار است. و در سناریوی سوم نیز تفاوت معنادار بین سه گروه سنی در به‌کارگیری الگوهای بیان درخواست/ نیاز و اشارات ضعیف/ قوی درمقابل مخاطب بزرگ‌تر و اشارات ضعیف/ قوی درمقابل مخاطب کوچک‌تر مشاهده‌شدنی است. جوان‌ترین گروه سنی این پژوهش، بدون تأثیرگرفتن از متغیر سن مخاطب، در هر سه موقعیت درخواست راه‌بردی مشابه را به‌عنوان پُربسامدترین راه‌برد مورد استفاده قرار داده‌اند. درحالی‌که دو گروه سنی دیگر به‌گونه‌ای متفاوت عمل کرده و در انتخاب راه‌برد پُرکاربرد متغیر سن مخاطب را دخیل کرده‌اند. می‌توان گفت، با کاهش سن گوینده، سن مخاطب به متغیری خنثی تبدیل شده و در تغییر راه‌برد درخواست نقشی ایفا نکرده است. بدان معنا که رده سنی نخست، که جوان‌ترین رده سنی است، در هر سه سناریو راه‌برد غیرمستقیم متعارف را به‌عنوان پُرکاربردترین راه‌برد و راه‌برد اشارات ضعیف/ قوی را نیز به‌عنوان کم‌کاربردترین راه‌برد مورد استفاده قرار داده است. دو رده سنی دیگر نیز راه‌برد مشابه را به‌کار 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) درمقابل مخاطب کوچک‌تر به‌کار برده‌اند.

براساس یافته‌ها، می‌توان چنین نتیجه گرفت که دوزبان‌های ترکی- فارسی 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، دوزبان‌های این پژوهش صورت‌های زبانی‌ای را که به‌نوعی تهدیدکننده وجهه منفی مخاطب است با استفاده از روش‌هایی خاص تعدیل می‌کنند. این امر حاکی از اهمیت شرایط بافتی در تعاملات و نیز استفاده از زبان برای ارتقا و حفظ روابط اجتماعی در جامعه زبانی شهر اردبیل است. پس شاید بتوان گفت چنین به‌نظر می‌رسد که جامعه شهر اردبیل دارای فرهنگی جمع‌گراست و از زبان نیز به‌عنوان ابزار برای 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*، ترجمه رضا مقدم‌کیا، تهران: نی.

## کاربرد راهبردهای کنش‌گفتار ... (سارا زاهدی اصل و دیگران) ۱۸۷

شیخ‌محمدی، چ. ن. یاراحمدزهی، و الف. محمدیان (۱۳۹۸)، «انتخاب راهبردهای کنش‌گفتاری تقاضا در زبان کردی براساس دو عامل اجتماعی جنسیت و قدرت»، *پژوهش‌های زبانی*، س ۱۰، ش ۱.

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 فولکلور*.

مدرسی، یحیی (۱۳۹۱)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

مدرسی تهرانی، ی. و م. تاج‌علی (۱۳۹۱)، «کنش‌گفتاری درخواست: مقایسه فارسی‌زبانان و فارسی‌آموزان»، *پژوهش‌نامه آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان*، س ۱، ش ۲.

مسیب‌زاده مقدم، ک. ط. خوشبخت، و ح. گوهری (۱۳۹۸)، «بررسی فرمول‌واره بیان مؤدبانه تقاضا در گویش گیلکی رشت با تأکید بر نقش نشان‌گرهای ادب و مهیاکننده‌ها»، *فصل‌نامه زبان‌شناسی اجتماعی*، دوره ۳، ش ۱، پیاپی ۹.

هدایت، ندا (۱۳۸۴)، «تأثیر جنسیت بر نحوه بیان تقاضا»، *دوفصل‌نامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی*، ش ۴.

Blum-Kulka, Sh. and E. Olshtain (1984), "Requests and Apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP)", *Applied Linguistics*, vol. 5, no. 3.

Blum-Kulka, Sh. (1987), "Indirectness and Politeness in Requests: Same or Different?", *Journal of Pragmatics*, no. 11.

Brown, P. and S. C. Levinson (1987), *Politeness*, London: Cambridge University Press.

Grainger, K. and S. 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*, vol. 6, no. 2.

Lakoff, R. and S. Ide (2005), *Broadening the Horizon of Linguistic Politeness*, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Leech, G. (2014), *The Pragmatics of Politeness*, Oxford: Oxford University Press.

Nezami, M. and S. Shirkhani (2020), "Request Strategies Used by Persian Couples in Two Different Setting", *Journal of New Advances in English Language Teaching and Applied Linguistics*, vol. 2, no. 2.

Ogiermann, E. (2009), "Politeness and Indirectness Across Cultures: A Comparison of English, German, Polish, and Russian", *Journal of Politeness Research*, no. 5.

Salmani Nodoushan, M. A. (2011), "Supportive Discourse Moves in Persian Requests", *International Journal of Language Studies*, vol. 5, no. 2.

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.

Watts, R. (2003), *Politeness*, London: Cambridge University Press.

Yule, G. (1996), *Pragmatics*, Oxford: Oxford University Press.