

دوفصلنامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی
دوره جدید، شماره چهارم، بهار و تابستان ۱۳۸۴، صص ۴۰-۱۷

تأثیر جنسیت بر نحوه بیان تقاضا (پژوهشی در حوزه جامعه‌شناسی زبان)

ندا هدایت

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد ورامین

E-mail: nhedayatins@yahoo.com

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر جنسیت به عنوان عاملی اجتماعی بر نوع مستقیم یا غیر مستقیم بودن نحوه بیان تقاضای مردان و زنان است. برای بحث درباره نقش جنسیت بر روی نوع کاربرد گفتارهای امری مثل تقاضا، دستور و امر، اطلاعات لازم از ۸۰ دانشجوی دانشگاه شیراز جمع‌آوری گردید. بدین منظور پرسشنامه‌ای شامل ۶ سؤال تهیه شد که هر یک از سؤال‌ها موقعیت متفاوتی را تبیین می‌کردند. نیمی از اشخاصی که به پرسشنامه پاسخ دادند دانشجویان دختر و نیمی دیگر پسر بودند. اطلاعات به دست آمده در طول تحقیق، با انجام چند فرایند آماری (آزمون t و آزمون کای ۲) تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد زنان به نحوه بیان درخواست‌های‌شان، به ویژه در موقعیت‌های رسمی و اجتماعی، بیش از مردان توجه نشان می‌دهند. با توجه به نتایج این بررسی‌ها می‌توان گفت زنان در این نوع رفتار کلامی، رسمی‌تر و محافظه کارانه‌تر از مردان عمل می‌کنند و این مسأله را می‌توان تا حدی با رعایت ادب اجتماعی آنان در گفتار مرتبط دانست.

واژگان کلیدی: جامعه‌شناسی زبان، جنسیت، گفتارهای امری، نحوه بیان تقاضا

طرح مسأله

مقدمه

زبان پدیده‌ای اجتماعی و الگویی برای ساختار جامعه است. مردم زبان را تنها برای انتقال افکار و احساسات‌شان به مخاطب به کار نمی‌برند، بلکه به گونه‌ای از آن استفاده می‌کنند تا بتوانند ارتباط‌شان را با یکدیگر به خوبی توصیف کرده و به خود هویت ببخشند. (فیزالد، ۱۹۹۰: ۱) زبان همواره تحت تأثیر اجتماع و شاخص‌های اجتماعی بوده است. بنابراین، همیشه شاهد تفاوت‌ها و اختلافات درونی یک جامعه زبانی هستیم. شاخص‌هایی چون جنسیت، سن، تحصیل، طبقه و پایگاه اجتماعی تعیین‌کننده نوع کاربرد زبان در جامعه است. (همان: ۸۹)

از اواسط دهه هفتاد، زبان‌شناسان متوجه متغیرهای موجود در زبان‌هایی شدند که در موقعیت‌های مختلف اجتماعی مطالعه شده بودند. در میان این متغیرها، عامل جنسیت به عنوان متغیر اصلی در تحلیل زبان گفتار که نسبت به زبان نوشتار تنوع بیشتری دارد، در نظر گرفته شد. اختلافات مربوط به جنسیت مسأله اساسی زندگی انسان است و جای شگفتی نیست اگر تأثیر خود را در زبان نیز به خوبی نشان داده باشد. در بعضی از زبان‌ها تعدادی از واژگان و صورت‌های آوایی کلام را تنها زنان و برخی دیگر را مردان به کار می‌برند. گاهی این تفاوت‌ها نه تنها به جنسیت فرد سخنگو، بلکه به جنسیت فرد شنونده هم بستگی دارد. (همان: ۱۱۵). به طور کلی می‌توان گفت نحوه گفتگوها تحت تأثیر روابط اجتماعی میان زن و مرد نیز نوع جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، قرار دارد.

همان‌طور که گفته شد تفاوت‌های گفتاری میان زن و مرد در هر جامعه‌ای به نسبت فرهنگ، اعتقادات و نوع زندگی فرق می‌کند. جامعه ما، ایران نیز از این امر مستثنا نیست. تحقیقات نشان داده است نوع گفتار زنان و مردان در کشور ما نیز تا حدی متفاوت است. این تفاوت‌ها را می‌توان از جنبه‌های مختلفی بررسی کرد. به عبارت دیگر، نه تنها زنان در نوع گفتارشان شاخص‌های مربوط به خود را دارند، بلکه این شاخص‌ها بسته به موقعیت و طبقه

اجتماعی، سن، میزان تحصیلات و نوع شغل آنها متفاوت است. بررسی تأثیر هر یک از این عوامل اجتماعی بر گوناگونی‌های زبان، نیاز به تحقیقی گسترده دارد.

سال‌های اخیر در ایران تحقیقات مختلفی در این زمینه انجام گرفته است که هر یک به نوعی به نقش تفاوت میان جنس مؤنث و مذکر و رابطه این تفاوت‌ها با جنبه‌ای از زبان پرداخته‌اند. مرجان مهدی‌پور (۱۳۷۸) طی تحقیقی به مطالعه پیامد آن دسته از عواملی پرداخته است که نشان‌دهنده عدم قاطعیت و قدرتمندی گوینده می‌باشد. به بیانی دیگر، او مسأله قدرت را در گفتار زنان در مقایسه با مردان با توجه به دو متغیر فردی سن و تحصیلات بررسی نموده و به این نتیجه رسیده است که زنان در کلام خود از عوامل عدم قدرتمندی و قاطعیت بیش از مردان بهره می‌گیرند. لیدا نصرتی (۱۳۷۸) تفاوت‌های تکیه کلامی در گفتار زنان و مردان فارسی زبان شهر تهران را بررسی نموده است. نتایج تحقیقات وی نشان می‌دهد عوامل اجتماعی متعددی از جمله جنسیت، سن، تحصیلات، قومیت و غیره در ایجاد گوناگونی‌های زبان مؤثرند. ژیلایا جهرمی جعفریان (۷۳-۱۳۷۲) با مطالعه تأثیر جنسیت بر یادگیری زبان انگلیسی، بار دیگر بر تفاوت‌های میان زن و مرد در این زمینه تأکید نموده است. علی یگانه (۱۳۷۵) نیز در پژوهشی به مطالعه تأثیر جنسیت و سن گوینده و نیز شنونده بر میزان ادب در ایران پرداخته و نتیجه آن را با جوامع دیگر مقایسه کرده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد دختران دانش آموز و دانشجوی فارسی زبان از پسران همان مقاطع مؤدب‌تر هستند و سن متکلم نقش چندانی در میزان ادب ندارد.

هر یک از این تحقیقات تنها گوشه‌ای از رابطه عوامل اجتماعی و به ویژه عامل جنسیت را با تفاوت‌های گفتاری نشان می‌دهد. در نظر گرفتن تمام تفاوت‌ها و بررسی نقش انواع شاخص‌های اجتماعی در این زمینه، نیاز به تحقیقی بسیار گسترده دارد و فراتر از بحث یک مقاله است. بنابراین، ما نیز در این پژوهش تنها به یک جنبه از تفاوت گفتاری میان مردان و زنان پردازیم و با انجام فرایندهای آماری میزان تأثیر جنسیت را به عنوان یک عامل برجسته اجتماعی بر روی نحوه بیان تقاضا، یعنی امر، دستور و خواهش معین سازیم. در راستای این مطالعه با ثابت نگاه داشتن عامل تحصیلات، عوامل دیگر را از این بحث مستثنا نمودیم.

هدف تحقیق

هدف از این مقاله یافتن تفاوت‌های موجود میان نحوه استفاده از زبان گفتاری، به‌ویژه گفتار امری (تقاضا، دستور و امر) زنان و مردان است. چون این تفاوت‌ها، همان تنوع زبان بر اساس عوامل اجتماعی است، پس باید در بافت جامعه بررسی شوند. بدین منظور، سعی شد برای جمع‌آوری اطلاعات لازم، از پرسشنامه‌ای استفاده شود که چنین بافت اجتماعی را در بر گیرد. البته باید گفت تجزیه و تحلیل تمام جنبه‌های اجتماعی زبان خارج از محدوده این تحقیق است. بنابراین، خود را به سطح نحوی - واژگانی زبان محدود نموده و سعی کردیم تنها به این مسأله پردازیم که اختلاف میان مردان و زنان در بیان مستقیم یا غیرمستقیم امر یا تقاضا در چه حد است؟

اهمیت تحقیق

تحقیق حاضر سعی دارد به سؤالات زیر پاسخ دهد:

آیا در نحوه کاربرد زبان گفتاری، اختلافی بین زن و مرد وجود دارد؟

اگر چنین اختلافی وجود دارد، آیا از نظر آماری تأیید می‌شود تا مجبور نباشیم آن را به

تصادف نسبت دهیم؟

پاسخ به این سؤالات به ما اجازه می‌دهد تا در مورد یکی از جنبه‌های حضور زن در اجتماع بحث نموده و بار دیگر به این مطلب پردازیم که آیا زنان در جامعه از موقعیت‌های متفاوتی برخوردار هستند؟ گرچه باید گفت که این وضعیت از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. همچنین با دستیابی به نتایج حاصل از تحقیق و معین نمودن میزان تفاوت در جامعه ایران، به این مسأله خواهیم پرداخت که آیا دستاوردهای محققان خارجی در جامعه ما نیز صادق است و اگر چنین نیست علت وجود این تفاوت‌ها چیست؟

مبانی نظری

وقتی جنبه‌های اجتماعی زبان مورد توجه زبان‌شناسان قرار گرفت، تحقیق آنها از تجزیه و تحلیل ساختاری و سیستم‌های گرامری فراتر رفت و نظر آنها بر کاربرد متفاوت زبان توسط گروه‌های مختلف اجتماعی و مذهبی، جلب گردید. جامعه‌شناسان زبان، پس از آن به بررسی متغیرهای موجود در رفتارهای زبانی پرداخته و به قواعد متغیر مورد نیاز برای توصیف قالب‌های زبانی توجه بیشتری نمودند.

در اواسط دهه هفتاد «اعتبار توانش زبانی»^۱ چامسکی (۴:۱۹۶۵) زیر سؤال رفت و مطالعه کمبودهای آن منجر به مطرح شدن نظریه جدید «توانش ارتباطی»^۲ هایمز (۱۹۷۴) شد. توانش ارتباطی به این مسأله می‌پردازد که یک گوینده زبان نه تنها توانایی کاربرد قواعد گرامری زبان را برای ساختن جملات صحیح دارد، بلکه می‌داند کجا و چگونه از آن استفاده کند. این نظریه در سه بخش «توانش گرامری»^۳، «توانش راهکاری»^۴ و «توانش جامعه‌شناختی زبان»^۵ قابل توضیح است. توانش جامعه‌شناختی به توانایی گوینده برای توصیف و تولید مناسب زبان اطلاق می‌شود. این وضعیت شخص فراگیرنده را قادر می‌سازد تا جملات را متناسب با موقعیت اجتماعی بیان نماید. (یول، ۱۹۹۶:۱۹۷). همچنین، فرد مورد نظر می‌تواند برای انتقال مفهومی خاص، از چند کد زبانی استفاده کند. نظریه توانش ارتباطی راهگشای تحقیقات بعدی در مورد جامعه‌شناسی زبان شد. یکی از جنبه‌های مهم این تحقیقات، نقش جنسیت بر نحوه کاربرد زبان بود.

تحقیقاتی که پس از آن درباره رابطه جنسیت و زبان انجام گرفت، بیشتر در جهت بررسی وضعیت ضعیف و آسیب‌پذیر زن در اجتماع بوده است. پیش از آن، جامعه‌شناسان زبان اغلب به جنبه‌های آوایی و واژگانی پرداخته بودند که یک جنس استفاده می‌کند و جنس دیگر آن را به کار نمی‌برد. در بررسی‌های دیگری که درباره متغیرهای جامعه‌شناختی زبان انجام گرفت، جنسیت به عنوان متغیری مستقل در کنار متغیرهای دیگری در نظر گرفته شد.

(فیزالد، ۱۹۹۰:۸۹)

روبین لیکاف (۱۹۷۳) اولین مطالعه گسترده در باره مشخصات کاربرد زبان را در مقاله‌ای تحت عنوان «زبان و جایگاه زن» نوشت. او از تحقیقاتش چنین نتیجه گرفت گونه گفتاری که زنان در جامعه به کار می‌برند، باعث کم‌رنگ شدن هویت آنان می‌گردد. چرا که جامعه آنها را به استفاده از عباراتی پیش پا افتاده و بیاناتی که عدم اطمینان را به همراه دارد، تشویق می‌کند. او به توصیف شش جنبه از کاربرد زبان پرداخت که تحت تأثیر جنسیت گوینده قرار می‌گیرند. این شش دسته عبارت‌اند از: «تفاوت‌های واژگانی»^۶، «ناسزاهای شدید و ضعیف»^۷، «صفات مربوط به زنان در مقابل صفات خنثی»^۸، «پرسش‌های تاییدی»^۹، «آهنگ سؤالی به جمله خبری دادن»^{۱۰} و «توانایی کنش‌های گفتاری امری»^{۱۱}.

فیزالد (۱۹۹۰:۱۶) به «گونه کاربردی خاص زنان» که «لیکاف» (۱۹۷۵) پایه‌گذار آن بود، اشاره می‌کند و می‌گوید گفتار خاص زنان به آن دسته از جنبه‌های زبانی اطلاق می‌شود که زنان در واکنش به شخصیت غالب مردان به کار می‌برند. مطالعات مربوط به این زمینه نشان داده است مردان از ابزاری تأثیرگذار در گفتگوی خود با جنس مخالف استفاده می‌کنند تا بتوانند همواره در این نوع گفتگوها غالب باشند. اما زنان ترجیح می‌دهند از دو راهکار دیگر در تأثیر متقابل استفاده کنند. آنها تدابیری به کار می‌برند تا حمایت فرد مخاطب را از مشارکت‌شان در گفتگو با جنس مخالف افزایش دهد و نیز خود آنها به طور همزمان به تأیید منظور اصلی فرد مخاطب پردازند.

فیزالد (۱۹۹۰:۹۲) با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیقات جامعه‌شناسی زبان، پدیده «الگوی جنسیت»^{۱۲} را مطرح نموده است. الگوی جنسیت؛ یعنی کاربرد متفاوت قالب‌های زبانی براساس پایگاه اجتماعی توسط زن یا مرد. طبق این الگو، قالب‌های زبانی براساس طبقات اجتماعی و شیوه کاربرد آنها تقسیم‌بندی می‌شوند. مردان بیشتر الگوهایی را به کار می‌برند که از نظر اجتماعی خیلی مطلوب و پسندیده نیستند. آنان بیشتر از سخنان صریح استفاده می‌کنند و اهمیت چندانی به وضعیت مطلوب کلام در اجتماع نمی‌دهند. اما زنان ترجیح می‌دهند از زبان معیار استفاده کنند و بیشتر آن جنبه از کلام را به کار ببرند که مورد تأیید افرادی است

که گفتارشان از نظر اجتماعی مطلوب و صحیح است و پایگاه اجتماعی خوبی دارند. به ویژه، اگر گفتگوها جنبه رسمی داشته باشند، این رفتار زبانی شکل پررنگ تری به خود می‌گیرد. یک دلیل برای این تفاوت‌ها می‌تواند این باشد که زنان از اهمیت اجتماعی مشخصات زبانی متفاوت آگاه‌ترند و از قالب‌های کلامی دارای اعتبار استفاده می‌کنند. دلیل دیگر این است که سخن صریح و مستقیم، دارای مفاهیم ضمنی «خشونت»^{۱۳} و «سختی»^{۱۴} است که بیشتر مربوط به جنس مذکر می‌باشد. بنابراین، به نظر می‌رسد مردان بیشتر ترجیح می‌دهند از سخنان غیرمعیار و صریح استفاده کنند. (ترادگیل، ۱۹۷۴). تحقیقات نشان داده است زنان به استفاده از قالب‌های معیار زبان بیش از مردان تمایل نشان می‌دهند. این مسأله را می‌توان در سطوح نحوی، ساخت واژی و آوایی زبان به وضوح دید. (لباف، ۱۹۶۶؛ ترادگیل، ۱۹۷۴). بارها دیده شده است زنان برای حفظ موقعیت اجتماعی خویش ترجیح می‌دهند لهجه فردی و محلی خود را به لهجه معیار نزدیک کنند. اما مردان کمتر به این وضعیت توجه داشته‌اند.

لوییز ملانی نیز سیر تحولات تحقیقات انجام شده درباره زبان و جنسیت از اواخر دهه هفتاد تاکنون را (۳:۲۰۰۰) بررسی کرده است. او می‌گوید پس از تحقیقات «لیکاف»، در اوایل دهه هشتاد، نوعی روش تحقیقی با عنوان «قدرت/غلبه»^{۱۵} رواج پیدا کرد و در اواسط دهه هشتاد، روش دیگری با عنوان «فرهنگ/تفاوت»^{۱۶} بنیان گذاشته شد. در هر دو روش، تفاوت میان الگوهای زبانی مردان و زنان امری بدیهی در نظر گرفته شده است، گرچه نوع نگاه‌ها به این موضوع متفاوت است. محققانی مثل «فیشمن» (۱۹۸۰) و «اسپندر» (۱۹۸۰) که دنباله روش «قدرت/غلبه» در مطالعات خود هستند، معتقدند توان بالای اقتصادی مردان نسبت به زنان در جامعه به زبان نفوذ کرده و منجر به غلبه مردان در گفتگوی متقابل می‌شود. غلبه مردان به ساختارهای قدرتی جامعه، زبان آنان را از اعتبار ویژه‌ای برخوردار می‌سازد. (ملانی، ۴:۲۰۰۰)

«تانن» (۱۹۹۴) از جمله پیروان روش «فرهنگ/تفاوت» است که معتقدند مردان و زنان به دلیل تفاوت‌هایی که طی جریان اجتماعی شدن به وجود آمده است، متفاوت از یکدیگر صحبت می‌کنند. این محققان به جای اینکه به زبان زنان به عنوان آنچه ساختارهای

مردسالارانه جامعه به آنها تحمیل کرده است، نگاه کنند، از آن استقبال کرده‌اند. (همان، ۲۰۰۰: ۴) به نظر ملانی در این دو روش، مسأله جنسیت به نوعی قطبی شده است و این می‌تواند برای تحقیقات در زمینه رابطه زبان و جنسیت مشکل ساز باشد. در نتیجه انتقاداتی که به این روش‌ها وارد شد، «بالتر» (۱۹۹۰) به عامل جنسیت به عنوان ساختار اجتماعی کرداری نگاه کرده است که مانع از قطبیت در گفتار زن و مرد می‌شود. به طور کلی جمع‌بندی نتایج تمام این تحقیقات و رسیدن به یک هدف نهایی آسان نیست. اما به نظر می‌رسد فرضیه الگوی جنسیت «فیزالد» پاسخگوی اکثر سؤال‌ها در مورد نقش جنسیت بر زبان باشد. با در نظر گرفتن مطالعات این محققین به عنوان الگوی نظری، ما نیز در این تحقیق سعی کردیم چارچوبی را برای کار انتخاب کنیم تا صحت نظرات این افراد را بررسی نماییم.

روش کار

جامعه آماری، مکان و زمان تحقیق

این تحقیق سال ۱۳۷۳ در دانشگاه شیراز انجام گرفت. برای جمع‌آوری اطلاعات، هشتاد نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد انتخاب شدند و سپس به دو گروه مساوی دانشجویان پسر و دختر تقسیم گردیدند. چون این کار تحقیقی، تنها برای بررسی یک عامل و آن هم جنسیت انجام می‌شد، افراد آزمودنی را از دانشجویانی برگزیدیم که در یک مقطع مشغول به تحصیل بودند. سپس به هر یک از آنها پرسشنامه‌ای داده شد که اعتبار و ارزش آن از قبل تایید شده بود. پرسشنامه شامل ۶ سؤال بود که هر یک از این سؤال‌ها موقعیت خاصی را ترسیم می‌کرد. از افراد آزمودنی خواسته شد تا به این سؤال‌ها که در مورد نحوه بیان تقاضا در موقعیت‌های خاص بود، پاسخ دهند. به عنوان مثال، یکی از سؤال‌ها چنین بود: «شما نیاز به کامل کردن فرم ثبت نام دارید، تمام جیب‌هایتان را می‌گردید و خودکار پیدا نمی‌کنید، می‌خواهید از دانشجوی دیگری که در سالن بخش، کنار شما نشسته است، خودکار بگیرید. چه

می‌گویید؟». این پرسش موقعیتی نیمه رسمی را به تصویر می‌کشد که برای ارزیابی تفاوت‌ها در این زمینه مورد استفاده قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است چون تعداد آزمودنی‌های جامعه آماری محدود بود، نمونه‌گیری انجام نگرفت.

تمام سؤال‌های پرسشنامه به طور کامل در بخش ضمیمه آورده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

بعد از جمع‌آوری اطلاعات، چارچوب خاصی برای نمره دادن به پاسخ‌های افراد مورد نظر فراهم آمد. بر اساس راهکارهای پیشنهادی «اسلامی راسخ» (۱۹۹۳) پاسخنامه‌ها نمره‌گذاری شدند. این راهکارها عبارتند از: تقاضاهای مستقیم^{۱۷}، تقاضاهای غیرمستقیم متعارف^{۱۸}، اشارات^{۱۹}، آگاه‌کننده‌ها^{۲۰}، تقاضاهای پشتیبان^{۲۱} و «متغیرهای درونی»^{۲۲}. نمره ۶ به تقاضاهای مستقیم و نمره ۱ به متغیرهای درونی داده شد و بقیه موقعیت‌ها نیز به همین ترتیب امتیازبندی شدند. چون هر پرسشنامه شامل ۶ موقعیت متفاوت بود. بنابراین، هر فرد پاسخگو ۶ نوع نمره داشت. نمرات هر آزمودنی جداگانه جمع و یک نمره کلی به دست آمد.

ابتدای کار، آزمون^{۲۳} (دیوید هاول، ۱۹۸۹: ۱۸۶-۱۷۹) انجام شد تا مشخص شود آیا تفاوت میان زن و مرد در کلام درخواستی آنها معنی‌دار است یا نه؟ سپس آزمون کای^{۲۴} (همان: ۲۹۵-۲۸۰) انجام گرفت تا تفاوت معنی‌دار بین هر گروه از انواع راهکارهایی که بسامد آنها حساب شده بود، مشخص شود. پس از آن درصد راهکارها در هر گروه مشخص شد. در نهایت، آزمون کای^۲ دیگری انجام شد تا تفاوت‌های استفاده از تمام راهکارها در هر گروه تعیین گردد.

دستاوردها

انواع راهکارها

موقعیت‌هایی که در پرسشنامه مطرح شد از ۶ نوع راهکار براساس میزان مستقیم و

غیرمستقیم بودن بیان تقاضا اقتباس گردید. توزیع انواع راهکارها در این مقیاس بستگی به درجه نسبی مستقیم بودن تقاضا در این موقعیت‌ها دارد. جدول ۱ توزیع انواع راهکارهای اصلی را برای دو جنس مرد و زن نشان می‌دهد. یک آزمون t با درجه میانگین مستقیم بودن، بر اساس نمرات آزمودنی‌ها انجام گرفت. در این آزمون ۶ راهکار به عنوان متغیر وابسته و جنسیت به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد. با انجام این آزمون معلوم شد تأثیر جنسیت بر میزان مستقیم بودن تقاضا در سطح ۱،۰٪ معنی دار است. این نتیجه نشان می‌دهد جنسیت را می‌توان عامل اجتماعی تمیز دهنده نوع گفتار جهت بخش، در نظر گرفت.

جدول ۱: آزمون t برای مقایسه مردان و زنان

متغیر	اندازه نمونه‌ها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	آماره F	احتمال معنی‌دار بودن آزمون دوطرفه	آماره T	درجه آزادی	احتمال معنی‌دار بودن آزمون دوطرفه
مرد	۴۰	۲۲،۴۲۵۰	۳،۸۴۲	۰،۶۰۸	۱،۱۴	۰،۶۸۸	۳،۴۳	۷۸	۰،۰۰۱
زن	۴۰	۱۹،۳۷۵۰	۴،۰۹۹	۰،۶۴۸					

۱. تقاضاهای مستقیم

تقاضاهای مستقیم به تقاضاهایی گفته می‌شود که آنها را بدون افزودن واسطه و بدون مکث و تردید بیان می‌کنیم. این گفته‌ها معمولاً به شکل سؤال عنوان نمی‌شوند و مستقیم‌ترین نوع بیان تقاضا هستند. به عنوان مثال: «پنجره رو ببند». با انجام آزمون کای ۲ معلوم شد در استفاده از این نوع تقاضا تفاوت میان زن و مرد در سطح ۵،۲٪ معنی دار است. مردان بیشتر از زنان از این نوع تقاضا استفاده می‌کنند (۵۸،۶٪ در برابر ۴۱،۴٪). درصد تفاوت میان این دو جنس در استفاده از تقاضای مستقیم به نسبت بالاست و نشان می‌دهد مردان ترجیح می‌دهند مطلب مورد نظر خود را بدون حاشیه بیان کنند.

۲. تقاضاهای غیرمستقیم متعارف

تقاضاهای غیرمستقیم آن دسته از جملاتی هستند که معمولاً به شکل سؤال مورد استفاده قرار می‌گیرند. آزمودنی‌ها اغلب این نوع تقاضا را با کلماتی مثل «می‌شه...؟»، «ببخشید...؟»، «ممکنه...؟» و غیره شروع کرده بودند تا متعارف بودن گفتار خود را نشان دهند. این نوع بیان، شیوه گفتاری را نسبت به تقاضاهای مستقیم کمی تلطیف می‌کند. در بعضی از موقعیت‌ها مانند موقعیت شماره ۱ می‌توان این نوع تقاضا را یافت. مثلاً: «ممکنه چند دقیقه خود کارتون رو به من بدین؟».

آزمون کای ۲ نشان داد نتایج در سطح ۹۰٪ معنی‌دار است. مردان تقاضاهای غیرمستقیم متعارف را بیش از زنان به کار برده بودند. (۲، ۵۲٪). لازم به ذکر است در تقسیم‌بندی راهکارها، این نوع به عنوان مستقیم‌ترین تقاضا در نظر گرفته نشده و در تحقیق حاضر، مردان در کاربرد بیشتر چنین تقاضایی، اختلاف اندکی با زنان داشته‌اند.

۳. اشارات

اشارات به آن دسته از تقاضاها اطلاق می‌شود که بدون اشاره مستقیم به آنچه گوینده می‌خواهد به دست آورد، به شکل سؤال مطرح می‌شوند. این راهکار بیشتر در موقعیت اول مورد استفاده قرار گرفت. برای مثال: «خود کار خدمتون هست؟». در این نوع بیان کلام، گوینده ترجیح می‌دهد از جملات امری استفاده نکند و خواسته‌اش را با اشاره بیان نماید. اکونومیدو - کوگدسیدیز اشاره را این گونه تعریف می‌کند: «این نوع از تقاضاها به صورت قراردادی در زبان به کار نمی‌روند و مستلزم استفاده از اشاراتی هستند که این توانایی را به شنونده می‌دهد تا نظر گوینده را از آن استخراج کند». (اکونومیدو - کوگدسیدیز، ۲۱: ۲۰۲) آزمون کای ۲ نشان داد که مردان نسبت به زنان بیشتر از این نوع تقاضا استفاده می‌کنند. (۷، ۵۴٪).

۴. آگاه کننده‌ها

تقاضاهای آگاه کننده را زمانی به کار می‌بریم که بخواهیم نظر مخاطب خود را به نوعی جلب کنیم و به این ترتیب تأثیر اجتماعی گفته خود را نشان دهیم. این راهکار با توجه به نقش اجتماعی کاربردی خود، ممکن است عمل را تلطیف نموده و یا درجه اجبار را شدت بخشد. (اسلامی راسخ، ۱۹۹۳: ۱۰۳-۸۵). به عنوان مثال، «اگه می‌شه جزوه تون رو به من بدین تا از روی اون بنویسم». کاربرد عباراتی مثل «اگه می‌شه» و «اگه ممکنه» در این نوع تقاضا به تلطیف مطلب کمک می‌کند، اما بقیه گفتار به نسبت مستقیم ادا می‌شود. تفاوت این نوع درخواست‌ها با تقاضاهای غیرمستقیم متعارف در این است که جملات و گفته‌ها به صورت سؤال بیان نمی‌شوند. آزمون کای ۲ نشان داد مردان بیشتر از زنان از این راهکار استفاده می‌کنند. (۵۵٪).

۵. تقاضاهای پشتیبان

گوینده می‌تواند با استفاده از تقاضاهای پشتیبان، بر عمل گفتار تأثیر مثبت یا منفی بگذارد. تقاضاهای پشتیبان بر موقعیتی که در آن مورد استفاده قرار می‌گیرند، تأثیر می‌گذارند و به‌طور غیرمستقیم رفتار زبانی را تغییر می‌دهند. (اسلامی راسخ، ۱۹۹۳: ۱۰۳-۸۵) در بعضی از موقعیت‌ها در پرسشنامه، این نوع راهکار به کار رفته است. مانند «بخشید، من بلد نیستم با این دستگاه کار کنم، اگر زحمتی نیست کار اونو به من یاد بدین». در هر یک از این نوع تقاضاها، جملاتی مثل «من بلد نیستم با این دستگاه کار کنم» یا «حقیقتاً تا حالا نتونستم تحقیق رو کامل کنم» برای پشتیبانی از کلام مورد نظر مورد استفاده قرار گرفته است. آزمون کای ۲ که در سطح ۹۰٪ معنی دار بود، نشان داد مردان نسبت به زنان کمتر از این راهکار استفاده کرده‌اند (۴۹٪). به نظر می‌رسد زنان برای حصول اطمینان از گرفتن پاسخ مثبت، مواردی را به گفتارشان اضافه می‌کنند تا آن را تأثیرگذار کنند. به بیانی دیگر، آنان با توضیح دادن مطلب سعی در جلب نظر مخاطب دارند.

۶. متغیرهای درونی

متغیرهای درونی آن دسته از عناصری هستند که به گفتار اصلی مربوط می‌شوند و ممکن است بر وضعیت اجتماعی آن تأثیر بگذارند (اسلامی راسخ، ۱۹۹۳: ۱۰۳-۸۵). این نوع راهکار، غیرمستقیم‌ترین نوع گفتار است. زیرا در این نوع تقاضا معمولاً کلمات یا عبارات محترمانه‌ای مثل «ببخشید»، «ممکنه» و «لطف کنید» در یک جمله به صورت همزمان استفاده می‌شوند و درجه غیرمستقیم بودن را افزایش می‌دهند. آزمون کای ۲ که در سطح ۵٪ معنی‌دار بود، نشان داد مردان کمتر از زنان از متغیرهای درونی استفاده می‌کنند (۳، ۳۳٪). این مورد گواه خوبی بر این مطلب است که زنان در نحوه بیان تقاضا بسیار غیرمستقیم‌تر از مردان عمل می‌کنند. آنان سعی می‌کنند تأثیر اجتماعی سخن خود را با استفاده از عباراتی مثل «لطف کنید»، «لطفاً» و غیره بالا برده و با افزودن ادب اجتماعی، مخاطب را ترغیب کنند تا عکس‌العمل مناسبی به خواسته آنان نشان دهند. جدول ۲ نتایج تجزیه و تحلیل‌های مربوط به آزمون کای ۲ برای به دست آوردن سطح معنی‌دار در تفاوت میان دو گروه مردان و زنان در هر نوع راهکار و نیز توزیع آنها را نشان می‌دهد.

جدول ۲: درصد توزیع هر نوع راهکار با در نظر گرفتن تفاوت‌های گروهی

زن	مرد	انواع راهکارها
۴۱،۴	۶،۵۸	تقاضاهای مستقیم $\chi^2=2.585$; $P<0.0250$
۴۷،۸	۵۲،۲	تقاضاهای غیر مستقیم متعارف $\chi^2=0.059$; $P<0.900$
۴۵،۳	۵۴،۷	اشارات $\chi^2=0.39$; $P<0.750$
۴۵	۵۵	آگاه کننده‌ها $\chi^2=0.416$; $P<0.750$
۵۱	۴۹	متغیرهای پشتیبان $\chi^2=0.09$; $P<0.900$
۶۶،۷	۳۳،۳	متغیرهای درونی $\chi^2=0.344$; $P<0.005$

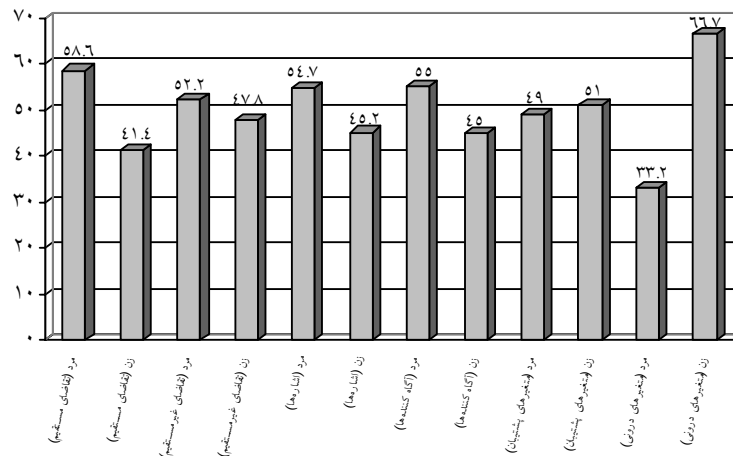
χ^2 =آزمون کای ۲، P =احتمال

جدول ۳ توزیع تمام راهکارها را در هر گروه با تجزیه و تحلیل آزمون کای ۲ که در تمام انواع راهکارها در مورد مردان و زنان به طور جداگانه انجام گرفت، نشان می‌دهد. تفاوت میان راهکارها در گروه ۱ (مردان) در سطح ۱٪ و در مورد گروه ۲ (زنان) در سطح ۱،۰٪ معنی‌دار بود.

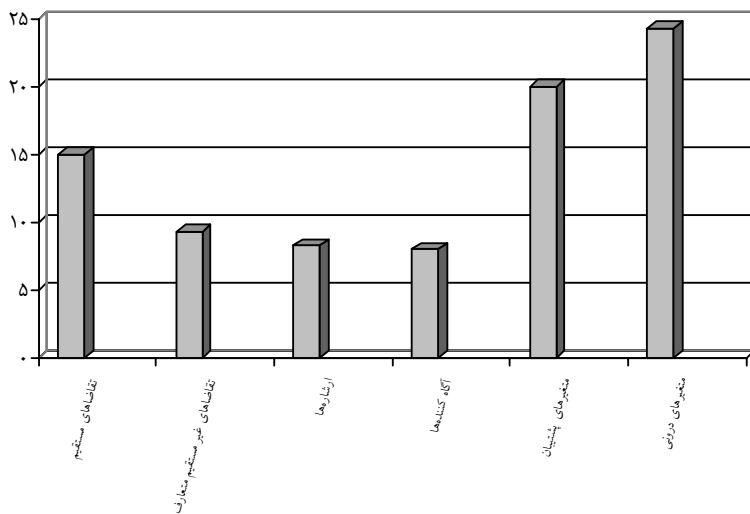
جدول ۳: درصد توزیع همه راهکارها با در نظر گرفتن تفاوت‌های آنها در هر گروه

انواع راهکارها						گروه
متغیرهای درونی	متحرک‌های حمایت‌کننده	آگاه‌کننده‌ها	اشارات	تقاضای غیرمستقیم متعارف	تقاضای مستقیم	
۱۲،۵	۲۰،۴۷	۱۳،۷۵	۱۴،۵۸	۱۴،۵۸	۲۴،۱۶	مرد $\chi^2=15.1$ $P<0.01$
۲۵	۲۱،۲۵	۱۱،۲۵	۱۲،۰۸	۱۳،۳۴	۱۷،۰۸	زن $\chi^2=21.90$ $P<0.001$

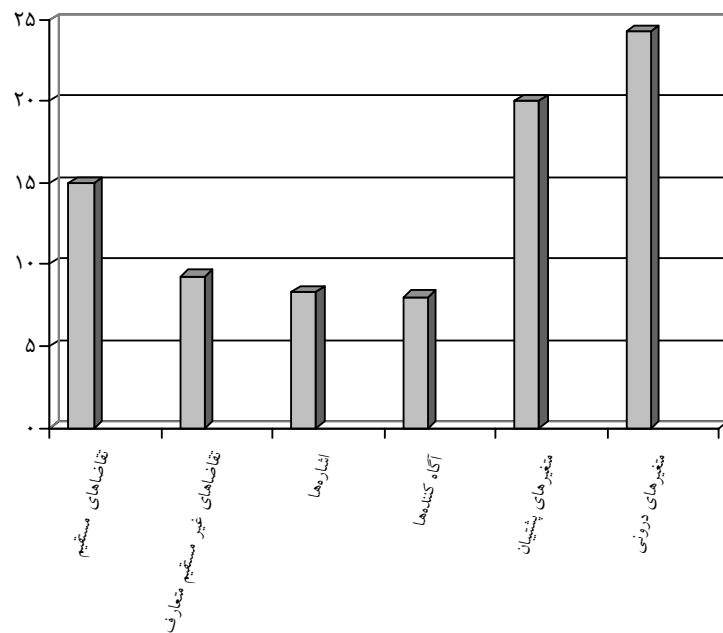
براساس آنچه در این جدول آمده است، تقاضاهایی که بیشتر از همه مردان استفاده کردند، تقاضاهای مستقیم (۲۴،۱۶٪) و کمترین آنها متغیرهای درونی بودند (۱۲،۵٪). بیشترین نوع راهکار مورد استفاده زنان، متغیرهای درونی (۲۵٪) و کمترین آنها آگاه‌کننده‌ها بودند (۱۱،۲۵٪). نمودارهای ۱ تا ۳ توزیع راهکارهای مختلف را بر حسب درصد نشان می‌دهد.



نمودار ۱: مقایسه کاربرد انواع راهکارهای مردان و زنان



نمودار ۲: درصد کاربرد راهکارهای مردان



نمودار ۳: درصد کاربرد راهکارهای زنان

تحلیل یافته‌ها

چنان‌که گفته شد تفاوت‌های معنی‌داری بین زنان و مردان در نحوه استفاده از زبان برای بیان تقاضا وجود دارد که در این قسمت تفاوت‌های مذکور با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر تبیین می‌شوند. نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد تفاوت میان زنان و مردان از نظر آماری در سطح ۰٫۰۱٪ معنی‌دار است. به طور کلی مردان در نوع کلام خود برای رسیدن به خواسته‌هایشان مستقیم‌تر از زنان عمل کرده‌اند. هر چند در بعضی از موارد و به ویژه در موقعیت‌های رسمی‌تر، آنها نیز از مواردی برای تغییر نوع بیان‌شان استفاده کرده بودند. بیشترین گفتار مستقیم را مردان و غیرمستقیم‌ترین آن را زنان به کار برده بودند. به نظر می‌رسد مردان وقت زیادی صرف توضیح دادن بیشتر آنچه می‌خواهند، نمی‌کنند و در درخواست‌هایشان خیلی به دنبال کلمات و عبارات مؤدبانه‌ای که به نوعی به جذب مخاطب کمک کند، نمی‌گردند. آنها با قدرت بیشتری به بیان الفاظ می‌پردازند و به گونه‌ای سخن می‌گویند که گویی به گرفتن نتیجه مورد نظر اطمینان دارند. این اطمینان از حصول عکس‌العمل مثبت در زنان کمتر دیده می‌شود. این مسأله را می‌توان به وضوح در نوع استفاده آنها از الفاظی چون «بخشید که مصدع اوقات شدم» یا «از اینکه وقت جنابعالی را می‌گیرم عذر می‌خواهم» دید. زنان با کاربرد چنین گفتاری سعی می‌کنند تا با رعایت ادب اجتماعی به هدف مورد نظرشان دست یابند.

دلیل این تفاوت‌ها را می‌توان از دو جنبه مورد بررسی قرار داد. از یک سو، تفاوت‌های ذاتی میان دو جنس مخالف از جمله مسائل اخلاقی - رفتاری و دیدگاه متفاوت آنان نسبت به جامعه، گفتار آنان را تحت الشعاع قرار می‌دهد. این مورد را می‌توان به روان‌شناسی جنسیت مربوط دانست. از سوی دیگر، در جوامع مردسالار، مردان بر اساس شغل و کسب قدرت و شاید با توجه به توانایی‌هایشان ارزیابی می‌شوند و در مقابل زنان بر اساس آنچه ظاهر می‌سازند، مورد ارزیابی اجتماعی قرار می‌گیرند. بنابراین، چون به نوع شغل، توانایی و قدرت زنان کمتر توجه می‌شود، شاخص‌های اجتماعی دیگری مثل نحوه صحبت کردن به نوعی در

رفتار اجتماعی آنان نمود پیدا می‌کند.

در پاسخ خانم‌ها به سؤالات موجود، افعال امری مانند «بده»، «ببند» و غیره کمتر دیده شد. در مقابل، افعالی مثل «لطف کنید» به جای «بدهید» و الفاظی مانند «لطفاً»، «شرمند» و «ممکنه محبت کنید»، به ویژه در موقعیت‌های رسمی، بیشتر دیده می‌شود. یا اینکه مواردی از قبیل توضیحات اضافی که به نوعی به حمایت تقاضا می‌پردازد، بارها به کار برده شده بود. مانند «حقیقتاً نتوانستم تحقیقم را کامل کنم» یا «می‌خواهم با این دستگاه کار کنم ولی متأسفانه بلد نیستم».

موقعیت‌های مختلف نیز بر نوع بیان تقاضا تأثیر بسزایی داشتند. گفتارهای غیرمستقیم بیشتر در موقعیت‌های رسمی مثل روبرو شدن با استاد مورد نظر و یا تقاضای گرفتن خودکار از شخصی نا آشنا به کار گرفته شده بودند. این موضوع در مورد هر دو جنس صادق بود. آمار نشان می‌دهد اهمیت این مسأله نسبی بوده و تا حدی متفاوت است.

نتیجه‌گیری

گفتارهای امری^{۲۵} یعنی گفتاری که به شخصی گفته می‌شود تا کاری برای گوینده انجام دهد، دارای طیف وسیعی از شکل‌های زبانی است. با طبقه‌بندی این گفتارها از مستقیم‌ترین آن به غیرمستقیم‌ترین می‌توان درجه ادب اجتماعی را نیز تعیین کرد. مخاطب در مقابل مستقیم‌ترین نوع تقاضا کمتر می‌تواند از انجام کار طفره برود. (لیکاف، ۱۹۷۵) در واقع، چون کلام مستقیم جنبه امر و دستور پیدا می‌کند، معمولاً پاسخ شنونده مثبت است. البته این در صورتی صادق است که گوینده نسبت به شنونده در جایگاه قدرت باشد.

نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان داد زنان تقاضاهای غیر مستقیم همراه با الفاظ و توضیحات را به نسبت بیشتر به کار می‌برند و در صحبت کردن مؤدبانه‌تر از مردان رفتار و نیز در ارتباطات‌شان محافظه کارانه‌تر عمل می‌کنند. به بیانی دیگر، به نظر می‌رسد زنان یاد گرفته‌اند از شکل‌های زبانی مؤدبانه‌تر، ضعیف‌تر، متواضعانه‌تر و نیز محجوب‌تر استفاده کنند.

کاربرد جملاتی مثل «ببخشید که مصدع اوقات تان شدم»، نشان از ادب، نزاکت و ملاحظت آنان دارد. جملاتی چون «من می‌خواهم با این دستگاه کار کنم ولی متأسفانه بلد نیستم» نشان می‌دهد زنان گاهی از مقام پایین‌تر و ضعیف‌تر سخن می‌گویند تا بتوانند راحت‌تر به آنچه می‌خواهند دست یابند. آنان بارها کلمه «ببخشید، ...» را به کار می‌برند تا تواضع خود را نیز به این صورت آشکار سازند. زنان به دلیل خصوصیت محجوب بودن و نیز حفظ موقعیت بالای اجتماعی، این نوع رفتارهای زبانی را از خود نشان می‌دهند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت آنان با پرده پوشی سخن می‌گویند تا به شخصیت اجتماعی شان لطمه ای وارد نشود. مثال «می‌بخشید استاد، شما طرز کار با این دستگاه رو بلدید!» گواه این مطلب است.

براساس تحقیقات «براون و لوینستون» (۱۹۷۸) غیرمستقیم بودن در نوع گفتار، قطعاً تنها بعد بیان امر یا تقاضا نیست که بر ادب اجتماعی تاثیر می‌گذارد. حضور یا عدم حضور عوامل درونی و بیرونی در این رابطه نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. استفاده بیشتر از متغیرهای پشتیبان و متغیرهای درونی که عناصر زبانی را ملایم‌تر می‌کنند، باعث شده‌اند زنان تفاوت عمده‌ای با مردان داشته باشند. این تقاضاها غیرمستقیم‌ترین و نیز مؤدبانه‌ترین نوع تقاضا هستند و چون بیشتر زنان به کار برده‌اند، می‌توان این نوع کاربرد زبان را تا حدی به رعایت ادب اجتماعی زنان در گفتار ربط داد.

پی‌نوشت

1. Linguistic competence.
2. Communicative competence.
3. Grammatical competence.
4. Strategic competence .
5. Sociolinguistic competence .
6. Lexical distinctions.

7. Strong versus weak expletives .
8. Women's versus neutral adjectives .
9. Tag questions .
10. Question intonation with statement syntax .
11. Strength of directive speech acts .
12. Gender pattern .
13. Roughness .
14. Toughness.
15. power/dominance.
16. culture/difference.
17. Direct Request .
18. Conventional Indirect request .
19. Hints .
20. Alerters .
21. Supportive Moves .
22. Internal Modifiers.
23. T-test .
24. Chi-square .
25. Directive speech act .

پیوست ۱
پرسشنامه

سن:	جنس:	رشته تحصیلی:
<p>خواهشمند است با توجه به موقعیت‌های مربوط به سؤالات پاسخ بدهید.</p> <p>۱. برای ثبت نام احتیاج به پرکردن چند فرم دارید. تمام جیب‌های تان را می‌گردید و خودکاری پیدا نمی‌کنید. می‌خواهید از دانشجوی دیگری که در سالن بخش، کنار شما نشسته است خودکار بگیرید، چه می‌گویید؟</p> <p>۲. روز گذشته مریض بوده‌اید و نتوانسته‌اید در کلاس شرکت کنید. حالا مجبورید یادداشت‌های دوست تان را قرض بگیرید، چه می‌گویید؟</p> <p>۳. مشغول مطالعه در منزل تان هستید. برادر کوچک‌تر شما پنجره را باز می‌کند و باد سرد مستقیم به صورت تان می‌خورد و شما را اذیت می‌کند. از او می‌خواهید پنجره را ببندد، چه می‌گویید؟</p> <p>۴. مهلت تحویل فرم تحقیق شما پایان یافته است، اما هنوز آن را تکمیل نکرده‌اید، می‌خواهید از استادتان تقاضای وقت اضافه کنید، چه می‌گویید؟</p> <p>۵. به همراه دوست تان به یک رستوران می‌روید. می‌خواهید دستور غذا بدهید و از گارسون می‌خواهید که لیست غذا را بیاورد، چه می‌گویید؟</p> <p>۶. می‌خواهید تعدادی زیراکس توسط دستگاه تکثیر بخش تهیه کنید، اما طرز استفاده از دستگاه را بلد نیستید، همان موقع یکی از اساتید بخش که شما تا کنون با او صحبتی نداشته‌اید از آنجا می‌گذرد. می‌خواهید از وی تقاضای کمک کنید، چه می‌گویید؟</p>		

پیوست ۲

مثال‌هایی از انواع راهکارهای مطرح شده توسط آزمودنی‌ها
تقاضاهای مستقیم:

۱. لیست غذا، لطفاً
۲. جزوه تو بده به من تا چیزایی رو که یادداشت کردی بنویسم.
۳. برو پنجره رو ببند.
۴. دیروز کلاس بودی؟ جزوه‌هایی که نوشتی بده من بنویسم.

تقاضاهای غیرمستقیم متعارف:

۱. ممکنه خودکار تونو به لحظه بدین؟
۲. داداش، می‌شه پنجره رو ببندی؟
۳. استاد می‌بخشید، می‌شه به مقدار وقت بیشتر بدین تا تحقیقم رو تکمیل کنم؟
۴. معذرت می‌خوام استاد، می‌شه من رو در استفاده از این دستگاه تکثیر راهنمایی کنین؟

اشارات:

۱. می‌بخشید، خودکار خدمتون هست؟
۲. ببخشید، خودکار اضافه دارید؟ من با خودم خودکار نیاوردم.
۳. گارسون، غذا چی دارین؟
۴. استاد، ببخشید، چطور می‌شه از این دستگاه استفاده کرد؟
۵. می‌بخشید استاد، شما طرز کار با این دستگاه رو بلدید!

آگاه‌کننده‌ها:

- آگه ممکنه، یادداشت‌های دیروزت رو بده به من تا به زیراکس از روشن بزنم.
پنجره رو می‌بندی یا پیام؟

استاد، اگر ممکنه می‌خواستم ببینم امکان داره دو روز دیگه به من فرصت بدید تا فرم رو تحویل شما بدم.

متغیرهای پشتیبان:

۱. می‌بخشید، من دیروز کلاس نبودم، اگر ممکنه یادداشت‌هاتون رو بدید من بنویسم، بعد بهتون برمی‌گردونم.
۲. هوا سرده، پنجره رو ببند. سرما می‌خوریا!
۳. استاد معذرت می‌خوام، حقیقتاً تا حالا نتونستم تحقیقم رو کامل کنم. اگر ممکنه چند روز دیگه بهم وقت بدید تا کاملش کنم.
۴. معذرت می‌خوام، می‌شه یک لحظه وقتتون رو به من بدید؟ من می‌خوام با این دستگاه کار کنم ولی متأسفانه بلد نیستم. می‌شه شما من رو راهنمایی کنید!.

متغیرهای درونی:

۱. ببخشید، می‌تونم چند لحظه از خودکارتون استفاده کنم؟
۲. عذر می‌خوام، می‌شه لطفاً چند لحظه خودکارتون رو به من بدید؟
۳. برادر، لطفاً پنجره رو ببند.
۴. شرمنده استاد، ببخشید مصدع اوقات تون می‌شم، ممکنه محبت کنید و طرز کار استفاده از این دستگاه رو به من یاد بدین؟
۵. ببخشید آقا، ممکنه لطف کنید لیست غذا رو بیارید؟

منابع

جهرمی جعفریان، ژیلا (۱۳۷۲-۷۳) تأثیر جنسیت بر یادگیری زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی،

پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز

یگانه، علی (۱۳۷۵) رابطه جنس و سن با ادب؛ مطالعه بین فرهنگی، پایان نامه کارشناسی ارشد،

دانشگاه اصفهان

مهدی پور، مرجان (۱۳۷۸) بررسی قدرت گفتار زنان و مردان فارسی زبان، پایان نامه کارشناسی

ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی

نصرتی، لیدا (۱۳۷۸) بررسی تفاوت های تکیه کلامی در گفتار زنان و مردان شهر تهران، پایان نامه

کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی

Brown, Penelope and Levinson, Stephen (1978) Universals in language usage:

Politeness phenomena, in Goody, Esther (ed.), Questions and Politeness, pp. 56-289. Cambridge, U.K: Cambridge University Press

Bulter, Judith (1990) Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Gender

Identity. Mew York: Rutledge

Chomsky, Noam (1965) Aspects of the Theory of Syntax. Cambridge, MA:

The MIT Press

Economidou_Kogetsidis, Maria (2002) Requestive Strategies in English and

Greek: Observations from an Airline's Call Centre. Nottingham Linguistic Circular 17.

Eslamirasekh, Zohre (1993) A Cross- cultural Comparison of Requestive

Speech Act Realization in Persian and American English. Pragmatics and language learning 4.

- Fasold, Ralph (1990) *The Sociolinguistics of Language*. Oxford: Basil Blackwell
- Fishman, Pamela (1980) Conversational insecurity. In Howard Giles, Peter Robinson and Philip Smith (eds) *Language: Social Psychological Perspectives*, Oxford: Pergamon Press
- Hawell, David C. (1989) *Fundamental Statistics for the Behavioral Sciences*. Boston: PWS-KENT Publishing Company
- Hymes, Dell (1974) *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Labov, William (1966) *The Social Stratification of English in New York City*. Washington, DC: Center for Applied Linguistics
- Lakoff, Robin (1973) language and women's place. *Language and Society*. 2. _____ (1975) *Language and women's place*. New York: Harper and Row.
- Mullany, Louise (2000) The application of Current Language and Gender Theory to Managerial Meeting Discourse. *Nottingham Linguistic Circular* 15.
- Spender, (1980) *Man Made Language*. London: Rutledge
- Tannen, Debora (1994) *Talking from 9 to 5: Women and Men in the Workplace: Language, Sex and Power*. New York: Avon
- Trudgill, Peter (1974) Linguistic change and diffusion: description and explanation in sociolinguistic dialect geography. *Language in Society*, 2(2).
- Yule, George (1996) *The Study of Language*. Great Britain: Cambridge University Press