

زبان‌شناخت، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
سال پنجم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۳، ۱-۱۸

## بررسی جامعه‌شناختی عبارات خطاب در فارسی گفتاری محاوره‌ای

محمدرضا احمدخانی\*

### چکیده

شناخت این‌که افراد چگونه باب گفت‌وگو را باز می‌کنند یا چگونه همدیگر را خطاب می‌کنند موضوعی مهم در مطالعات جوامع به‌منظور ایجاد روابط اجتماعی بین افراد است. در این پژوهش رفتار خطاب در گونه گفتاری فارسی بررسی می‌شود. در این مطالعه، تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده از ۴۳ گویشور فارسی نشان داد که ده نوع اصطلاح خطاب در مکالمات روزمره استفاده می‌شود: اسامی شخصی، عناوین (لقاب)، اسامی مذهبی، اصطلاحات شغلی، اصطلاحات روابط خویشاوندی، اصطلاحات احترام‌آمیز و رسمی، اصطلاحات صمیمانه و خودمانی، ضمائر شخصی، عبارات توصیفی و اصطلاحات صفر. هم‌چنین استعاره‌ها و تابوها نیز در داده‌ها بررسی و تحلیل می‌شوند. تحلیل آماری اصطلاحات خطاب نشان می‌دهند که اصطلاحات صمیمانه و خودمانی را افراد مذکر بیشتر به کار می‌برند و اصطلاحات روابط خویشاوندی با افزایش سن گویشوران کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

**کلیدواژه‌ها:** اصطلاح خطاب، اجتماعی، صمیمت، خویشاوندی، نام.

### ۱. مقدمه

اصطلاحات خطاب عبارت یا عباراتی در رویداد کلامی هستند که برای ارجاع به مخاطب در آن رویداد کلامی به کار می‌روند و می‌توان آن‌ها را حاصل اطلاعات اجتماعی علمی دانست (Parkinson, 1985: 1).

\* استادیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور ahmadkhani@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۲/۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۱۷

## ۲ بررسی جامعه‌شناختی عبارات خطاب در فارسی گفتاری محاوره‌ای

عبارات خطاب مکانیسم زبانی مهمی هستند که گویشوران از طریق آن نگرش و برداشت خود را در مورد رابطه خود با مخاطب منعکس می‌کنند. انتخاب نامناسب عبارت خطاب ارتباط خوب بین گوینده و شنونده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. صورت‌های خطاب شاخص رابطه اجتماعی بین گوینده و شنونده با توجه به فاصله موقعیتی و اجتماعی‌اند. این عبارات به نوعی سرمایه عاطفی هستند که می‌توانند دیگران را در ارتباط در جایگاهی مطمئن قرار دهند و وسیله حفظ وجهه شوند (Brown and Levinson, 1987: 126).

در این مقاله، سعی بر آن است که مشخص گردد در زبان فارسی چه عواملی در تعیین عبارت‌های خطاب مؤثر هستند. سؤال اصلی این تحقیق آن است که آیا عبارات خطاب در میان زنان و مردان گویشور فارسی و نیز اعضای خانواده یکی است یا با هم تفاوت دارند و، در صورت تفاوت، چه عواملی در این تفاوت دخیل هستند. فرضیه پژوهش حاضر آن است که عبارات خطاب در میان گویشوران زبان فارسی متفاوت و وابسته به عواملی چون جنسیت، روابط خانوادگی، سن و نوع ارتباط و صمیمیت است.

روش تحقیق به صورت میدانی و گردآوری داده و تحلیل کمی است، بر اساس پاسخ‌های ۴۳ گویشور زن و مرد فارسی به پرسش‌های مطرح‌شده در پرسش‌نامه‌ای که محقق آن را تهیه کرده است.

صورت‌های خطاب ریشه در بافت فرهنگی اجتماعی جامعه دارند. اویتاد (Oyetade, 1995) عبارات خطاب را واژگان و اصطلاحاتی می‌داند که در موقعیت‌های رودرروی تعاملی و گفت‌وگویی متناسب با فرد به کار می‌روند. به اعتقاد لیچ (Leech, 1999)، اصطلاحات خطاب رفتارهای کلامی طبقه‌بندی‌شده‌ای هستند که در ادبیات زبان‌شناسی اجتماعی به‌عنوان علائم اشاری بین فردی و انتقالی در روابط بشری شناخته شده‌اند.

براون و گیلمن (Brown and Gilman, 1960) نماد T را برای ضمائر ساده یا خودمانی خطاب و V را برای ضمائر مؤدبانه و رسمی در زبان‌ها به کار می‌برند. علائم اختصاصی T و V از واژه‌های لاتینی tu و vos حاصل شده‌اند و به‌ویژه برای زبان‌هایی مناسب‌اند که دو گونه ضمیر برای خطاب دوم شخص مفرد دارند: همچون فرانسه tu/ vos، آلمانی du/ sie، اسپانیایی tu/ usted، هلندی jij/ u و فارسی to/ shoma (Wales, 1983) بر این باور است که ضمائر you و thou (صورت V و T) با توجه به موارد زیر در گفتمان به کار می‌روند:

الف) روابط نسبی قدرت (بالادستی یا پایین‌دستی)؛

ب) رابطه رسمیت (رسمی / خنثی یا آشنا/ خودمانی)؛

محمد رضا احمدخانی ۳

ج) طبقه اجتماعی (طبقه بالا یا پایین)؛

د) شرایط موقعیتی فرد (عمومی / خصوصی)؛

ه) حالت عاطفی افراد (احترام / تحسین یا تحقیر / خشم).

به نظر می‌رسد که سه رابطه نخست تاحدی جزو مشخصات پایدار و ثابت جامعه‌شناختی زبان باشند، در حالی که بقیه موارد مشخصات کاربردشناختی پویا و انتقالی هستند.

به اعتقاد افول (Afful, 2006) اصطلاحات خطاب بخش مهم رفتار کلامی را تشکیل می‌دهند که می‌تواند رفتار، هنجارها و عملکرد جامعه را مشخص نماید. مثلاً، نگاهی به اسامی و صورت‌های خطاب در زبان شونا (Shona)، ریشه و بافت کاربردی آن‌ها، نگرش، هویت و تاریخ جامعه‌شناسی این جامعه را آشکار می‌سازد.

براون و گیلمن (Brown and Gilman, 1960)، با استفاده از شیوه‌های متفاوت، کاربرد ضمیر خطاب دوم شخص را در فرانسه، آلمانی، ایتالیایی و اسپانیایی بررسی کرده‌اند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که استفاده از ضمیر توسط مشخصه‌های معنایی قدرت و اقتدار تعیین می‌شود. مشخصه قدرت دوسویه نیست، یعنی دو فرد نمی‌توانند هم‌زمان بر یکدیگر در یک حوزه قدرت داشته باشند.

در جامعه شونا، استفاده دوسویه از اسامی کوچک وابسته به سن، موقعیت اجتماعی و شغلی، روابط خویشاوندی و نگرش افراد است. والدین بچه‌های کوچک را با استفاده از اسامی کوچک مورد خطاب قرار می‌دهند. اعضای جامعه اسامی مستعار به افراد می‌دهند. اسامی معمولاً توصیفی هستند و خلاصه‌ای از ویژگی افراد، شکل فیزیکی و ویژگی‌های فردی را بیان می‌کنند (Kahari, 1990).

مدرسی (۱۳۶۸: ۱۶۶-۱۸۵) به رابطه متغیر زبانی آوایی، سبک زبانی و گروه سنی در زبان فارسی می‌پردازد.

جهانگیری (۱۳۸۷: ۱۲۵) به نقش قراردادهای اجتماعی، فاصله اجتماعی، خویشاوندی، مشترکات دینی، جنسی، سنی و ... در کاربرد زبان فارسی پرداخته است. وی رابطه تنوع ضمائر و گروه‌های اسمی و فعلی و کاربرد آن‌ها را در ارتباط با دو مقوله سلطه و همبستگی بررسی نموده است.

کشاوری (Keshavarz, 1988: 566) اصطلاحات خطاب جدید را پس از انقلاب اسلامی در زبان فارسی با توجه به نگرش‌های اجتماعی و ایدئولوژیک تحلیل کرده است.

در راستای مبانی نظری ذکرشده، این مقاله درصدد است منابع زبانی برای خطاب در

زبان فارسی را ارائه و تبیین نماید. بدین منظور، عبارات و اصطلاحات خطاب گویشوران زن و مرد فارسی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل گردید.

## ۲. عبارات خطاب در فارسی گفتاری

در این تحقیق، عبارات خطاب با توجه به مشخصه‌های فردی و جنسیت و روابط خویشاوندی مختلف بررسی می‌شود.

### ۱.۲ اسامی اشخاص

اسامی اشخاص، در تمامی زبان‌ها، در مقوله اسامی خطاب قرار دارند. اسامی، بر اساس نظام نامیدن، می‌توانند نقش‌های مختلفی در خطاب ایفا کنند.

در زبان فارسی مورد خطاب قرار دادن فرد با استفاده از اسامی اشخاص به صورت‌های

زیر است:

- اسم کوچک: حسن؛

- نام خانوادگی: احمدی؛

- اسم رسمی کامل شامل نام و نام خانوادگی: حسن احمدی؛

- اسم کوچک به اضافه واژه‌بست: محمدم.

ایرانی‌ها نام و نام خانوادگی دارند اما نام میانی ندارند. به خلاف فرهنگ غربی، در ایران، خطاب قرار دادن افراد با اسم کوچک یا نام اعطایی چندان رایج نیست. نامیدن افراد با نام کوچک احترام‌آمیز نیست، مگر در موقعیت‌هایی که افراد مسن، جوان‌ترها را و نیز افراد نوجوان همدیگر را با نام کوچک خطاب می‌کنند. در موقعیت‌های بسیار رسمی با تفاوت‌های موقعیتی آشکار، همانند مدارس یا ارتش، معلم شاگردان و فرمانده سربازان را با نام کامل خطاب می‌کنند. در موقعیت‌هایی، حتی دوستان صمیمی برای احترام بیشتر به یکدیگر از کلماتی همچون آقا و جان قبل و بعد از اسامی استفاده می‌کنند: احمدآقا، آقا احمد، رضا جان. چنین کلماتی اغلب رسمیت و احترام و ادب به گفتار افراد می‌بخشد.

### ۲.۲ عبارات عناوین

منظور از عنوان در این جا واژگانی هستند که برای نشان‌دادن طبقه اجتماعی یا جنسیت در شرایط متفاوت به ابتدای نام افراد اضافه می‌شود.

در ذیل عناوین مرتبط با جنسیت که گویشوران مرد و زن زبان فارسی در مکالمات خود استفاده می‌کنند آمده است.

- عنوان کلی: آقا و آقاپسر؛

- عنوان کلی به اضافه اسم کوچک: احمدآقا؛

- عنوان کلی به اضافه نام خانوادگی: آقای محمدی؛

- ترکیبی از شیوه‌های فوق: آقای احمد محمدی؛

- صفت به اضافه عنوان: تنبل آقا؛

- عنوان به اضافه صفت: آقای محترم؛

- عنوان به اضافه واژه‌بست: آقای؛

- عنوان به اضافه نام مذهبی: آقا سید؛

- عنوان به اضافه نام مذهبی به اضافه اسم کوچک: آقا سیدحسن.

در زبان فارسی خانم‌ها نیز به شیوه‌ای مشابه اما با عناوین متفاوتی مورد خطاب قرار می‌گیرند.

- عنوان کلی: خانم، دخترخانم؛

- عنوان کلی به اضافه اسم کوچک: مریم خانم؛

- عنوان کلی به اضافه نام خانوادگی: خانم احمدی؛

- ترکیبی از شیوه‌های فوق‌الذکر: خانم مریم احمدی؛

- صفت به اضافه عنوان: تنبل خانم

- عنوان به اضافه صفت: خانم محترم؛

- عنوان به اضافه واژه‌بست: خانمی؛

- عنوان به اضافه نام مذهبی: حاج خانم، حاجیه خانم شکوه‌السادات.

## ۳.۲ عبارات خطاب مذهبی

باورهای مذهبی موجب به وجود آمدن عبارات خطاب خاصی شده‌اند. یکی از این‌گونه شیوه‌های خطاب مربوط به زائران سه زیارتگاه مقدس است: مکه، کربلا، و مشهد.

بر این اساس، به عنوان نشانه احترام در موقعیت‌های مذهبی، یا انتقال چنین باوری رایج است که فردی را که احتمال می‌دهیم به این مکان‌ها مشرف شده با واژگانی همچون

حاجی، کربلایی یا مشهدی مورد خطاب قرار می‌دهیم. در چنین مواردی، زمانی که فردی به مکه مشرف شده و آیین مذهبی خاص حج را انجام داده است، واژه حاجی یا حاج‌آقا برای مرد و حاجیه‌خانم برای زن به کار می‌رود. به همین گونه افرادی که به شهر کربلا در کشور عراق مشرف شده‌اند با عنوان کربلایی یا کربلایی به اضافه اسم کوچک همچون کربلایی احمد مورد خطاب قرار می‌گیرند. همچنین افرادی که به شهر مشهد مشرف می‌شوند با عنوان مشهدی یا مشهدی به اضافه اسم کوچک همچون مشهدی احمد مورد خطاب قرار می‌گیرند.

مورد دیگر استفاده از عبارات مذهبی خطاب، به‌کارگیری عنوان سید (فرزندان مذكر امامان) و سیده (فرزندان مؤنث امامان) برای مردان و زنان با نسب‌های مذکور است. این عبارات به‌تنهایی یا همراه نام کوچک، نام خانوادگی یا نام رسمی کامل یا بدون آن‌ها به کار می‌روند.

استفاده از عبارات خطاب به جنسیت نیز وابسته است؛ مثل برادر و خواهر. به‌رغم این‌که اصطلاحات برادر و خواهر در برخی زبان‌ها در نتیجه تأثیر غیرمستقیم ایدئولوژی مارکسیسم - لنیسیسم شوروی سابق مورد استفاده قرار می‌گیرند، این تحقیق دیدگاه کشاورز (1988) را درباره استفاده از این عبارات در فارسی امروز تأیید می‌کند. به این مفهوم که استفاده مجازی این عبارات حاکی از نگرش و ایدئولوژی پس از انقلاب اسلامی در ایران توسط گویشوران فارسی است.

## ۴.۲ عبارات شغل محور

منظور از اصطلاحات شغلی، حرفه یا وظیفه‌ای است که برای مورد خطاب قرار دادن افراد به کار می‌رود، همچون خدمتکار. اسامی شغل محور در خطاب‌های زبان فارسی بسیار رایج‌اند. تعداد عبارات خطاب، که به مشاغل یا حرفه‌های خاص برمی‌گردند، شاید برابر با خود مشاغل و حرفه‌ها باشند. در زبان فارسی، به شیوه‌های زیر می‌توان طرف مقابل را مورد خطاب قرار داد.

- عنوان شغل تنها: دکتر، مهندس، سردار، سرهنگ، استاد، پروفیسور، رئیس، سرباز؛

- عنوان کلی به اضافه عنوان شغل به اضافه نام شاخه‌ای از علم: خانم معلم ریاضی؛

- نام کوچک به اضافه عنوان به اضافه نام شغل: علی آقا خیاط؛

- ترکیب عنوان کلی و عنوان شغلی: خانم دکتر، آقای مهندس، خانم معلم، آقای رئیس جمهور؛

- ترکیب عنوان شغلی به اضافه نام خانوادگی: دکتر احمدی، سرهنگ محمدی؛

- ترکیب عنوان کلی به اضافه عنوان شغلی به اضافه نام خانوادگی: آقای دکتر محمدی؛

- ترکیب عنوان کلی به اضافه عنوان شغلی به اضافه نام خانوادگی: آقای مهندس احمد محمدی.

در مقایسه با جوامع خودمانی، مفهوم رسمی بودن در عبارات خطاب فارسی کاملاً رعایت می شود. همچنین از دیگر ویژگی های زبان فارسی این است که فرد می تواند از عبارات متفاوت خطاب برای عناوین شغلی استفاده نماید. به این معنا که مورد خطاب قرار دادن یک شغل برای آشکار نمودن میزان احترام یا برتر یا برابر یا پایین تر نمودن خود با فرد مورد خطاب کاربرد دارد؛ مثلاً، راننده اتومبیل را با راننده (دید خشتی) یا شوفر (دید تحقیر آمیز) و نوازنده آلات موسیقی را با نوازنده (دید خشتی) یا مطرب (دید تحقیر آمیز) می توان مورد خطاب قرار داد.

## ۵.۲ عبارات خویشاوندی یا خانوادگی

عبارات خویشاوندی عباراتی برای اقوام نسبی و وابستگان هستند. بسیاری از واژه های خطاب در زبان فارسی روابط خانوادگی در میان افراد را نشان می دهد. مثلاً پدر را با این عبارات می توان مورد خطاب قرار داد: بابا، پدر، آقا جون، بابایی، باباجان و وامواژه هایی همچون ددی و پاپی. برای خطاب مادر هم از این عبارات استفاده می شود: مامان، مادر، مامانی، مامان جون و وامواژه هایی همچون مامی. برادر یا عباراتی همچون داداش، برادر و نیز نام خانوادگی مورد خطاب قرار می گیرد. برای خطاب خواهر هم از کلماتی چون خواهر، آبیجی یا همشیره و نیز نام خانوادگی استفاده می شود. قابل توجه است که در زبان فارسی برای aunt و uncle در زبان انگلیسی دو واژه استفاده می شود که رابطه با پدر یا مادر را نشان می دهد. برای آنچه در انگلیسی cousin نامیده می شود گویشوران زبان فارسی عبارات وابسته به جنسیت خویشاوندی را به کار می برند. بنابراین برای خطاب خواهر پدر از عمه، عمه جان و عمه خانم استفاده می شود و برای خواهر مادر از خاله، خاله جان و خاله خانم. برادر پدر را عمو، عمو جان و خان عمو و برادر مادر را دایی، دایی جان و خان دایی خطاب می کنند.

فرزند دختر خواهر مادر را دخترخاله، فرزند پسر را پسرخاله، فرزند دختر خواهر پدر را دخترعمه، فرزند پسر خواهر پدر را پسرعمه، فرزند دختر برادر مادر را دختردایی، فرزند پسر برادر مادر را پسردایی، فرزند دختر برادر پدر را دخترعمو، و فرزند پسر برادر پدر را پسرعمو می‌نامند. گویشوران زبان فارسی پدر پدر و پدر مادر خود را پدربزرگ، بابابزرگ، پدرجان و آقاچان و آقابزرگ خطاب می‌کنند. مادر پدر و مادر مادر خود را مادربزرگ، مامان بزرگ، مادرجان، خانم‌جان، بی‌بی و ننه و خانم بزرگ می‌نامند. همسر پسر عروس و شوهر دختر داماد نامیده می‌شود.

نکته جالب دیگر که شیوه خاص در خطاب در زبان فارسی است، استفاده از عبارات خطاب خانوادگی و خویشاوندی برای افرادی است که روابط خویشاوندی با آن‌ها ندارند. مثلاً، پدر، مادر، پسر، دختر، ننه که نشان‌دهنده رابطه صمیمیت با فرد مورد خطاب است. از واژه‌های عمو، دایی و داداش برای مخاطب قرار دادن افراد مذکر و از واژه‌های همشیره، خواهر، آبیجی برای خطاب قرار دادن افراد مؤنث استفاده می‌شود.

## ۶.۲ عناوین احترام‌آمیز و عبارات رسمی

به اعتقاد مهرتورا (Mehrotra, 1981)، استفاده از عناوین احترام‌آمیز در زبان‌های شرقی گرایشی رایج است. از این واژگان زمانی استفاده می‌شود که برای فرد مورد خطاب احترام خاصی قائل می‌شوند. در زبان فارسی نیز، همچون دیگر زبان‌های شرقی مثل عربی، ترکی و اردو، انواع متفاوت بدل وجود دارد که برای احترام گذاشتن به فرد مخاطب استفاده می‌شود. این عناوین احترام‌آمیز ممکن است واژگان مذهبی، فرهنگی، شغلی، ایدئولوژی و نیز لقب باشند. این عناوین به صورت‌های گوناگون استفاده می‌شوند: قبل یا بعد از نام فرد مورد خطاب یا حتی بدون نام او به کار می‌روند. گویشوران زبان فارسی به‌منظور هر چه رسمی‌کردن کلام از واژه‌های متعدد استفاده می‌کنند؛ از جمله: قربان، جناب، سرکار.

واژه قربان به‌تنهایی به کار می‌رود. در حالی که واژه‌های جناب و سرکار هم به‌تنهایی به کار می‌روند و هم، بسته به شرایط و مکان گفتمان، با عنوان و عبارات شغلی کاربرد دارند. این واژه‌ها را همچنین می‌توان با عناوین شغلی ترکیب کرد: جناب سروان؛ و نیز با اسم کوچک و نام خانوادگی: جناب احمد محمدی؛ یا با عنوان کلی، نام کوچک و نام خانوادگی: سرکار خانم مریم محمدی؛ همچنین ترکیبی از عنوان کلی، عنوان شغلی، نام کوچک و نیز نام خانوادگی: جناب آقای استاد احمد محمدی.



نقش سیاسی - اجتماعی آشکار عبارات خطاب در رابطه با استفاده از عناوین احترام‌آمیز در فارسی امروز قابل توجه است. در ایران پس از انقلاب اسلامی و پس از سقوط دوران شاهنشاهی، از برخی عبارات خطاب ویژه از نوع احترام‌آمیز کمتر و یا به‌ندرت استفاده می‌شود؛ عباراتی همچون شاهزاده، اعلی حضرت، علیاحضرت و عالی جناب نمونه‌هایی از این موارد هستند.

## ۷.۲ عبارات خودمانی (صمیمانه)

به‌رغم توجه خاص فارسی‌زبانان به رسمی‌بودن کلام، موقعیت‌هایی وجود دارد که در آن همکاران صمیمی همدیگر را با لحن دوستانه و خودمانی خطاب می‌کنند. منظور از صمیمیت (تحیب) وضعیتی است که، در آن، گوینده شنونده را به عنوان عضوی درون‌گروهی، دوست یا شخصیتی که خواسته‌ها و شخصیت وی شناخته شده و دوست‌داشتنی است در نظر می‌گیرد. در ابتدای این مقاله، شرایط استفاده از نام کوچک و نام خانوادگی و نام کامل در حالت صمیمانه بیان شد؛ علاوه بر آن موارد، انتخاب‌های دیگری نیز برای خطاب افراد صمیمی وجود دارد. دوست صمیمی و همکار را می‌توان به صورت‌های زیر نیز مورد خطاب قرار داد:

- اسم مستعار: حسنی به جای حسن؛

- نام کوچک مخفف: ممد به جای محمد؛

- اسامی محبت‌آمیز: عزیزم، گلم، خانم خانوما و غیره.

در استفاده از اسامی مستعار در زبان فارسی، عواملی همچون سن، مرتبه و درجه صمیمیت بسیار رعایت می‌شود همانند نیما یوشیج برای علی اسفندیاری. پدران کودکان خود را و هم‌کلاسی‌ها و دوستان نزدیک یکدیگر را با اسامی مستعار خطاب می‌کنند. مادر بزرگ‌ها و پدر بزرگ‌ها نیز برای نشان‌دادن محبت خود نوه‌های خود را با اسامی مستعار خطاب می‌کنند.

فارسی‌زبانان از واژه جان نیز برای نشان‌دادن محبت و دوستی و رابطه نزدیک با مخاطبان خود استفاده می‌کنند: احمدجان. برخی عبارات خطاب خاص نیز در وضعیت‌هایی به کار می‌روند که رابطه بسیار صمیمانه‌ای بین دو نفر وجود دارد: کوچولو، جیگر، رفیق، عزیز، پهلوان، ارباب و غیره.

## ۸.۲ ضمائر شخصی

فارسی‌زبانان می‌توانند با استفاده از ضمائر مفهوم اقتدار و قدرت را در خطاب لحاظ نمایند. ضمیر خطاب «تو» برای مخاطب مفرد و ضمیر خطاب «شما» برای مخاطب جمع به کار می‌رود. اغلب از ضمیر دوم شخص جمع در خطاب به مفرد برای نشان‌دادن احترام استفاده می‌شود. برای افزودن جنبه احترام‌آمیز، علاوه بر ضمیر جمع، از فعل جمع نیز برای مخاطب مفرد استفاده می‌شود. در موقعیت‌های رسمی، اصطلاحاتی همچون جناب‌عالی به جای شما برای مخاطب به کار می‌رود. هنگام صحبت دربارهٔ سوم شخص یا نامیدن او، فارسی‌زبانان ضمیر «او» یا «ایشان» را هم برای مخاطب مذکر و هم برای مخاطب مؤنث به کار می‌برند. برای نشان‌دادن اقتدار و احترام بیشتر نیز، در این جا، از فعل جمع استفاده می‌شود.

## ۹.۲ عبارات توصیفی

علاوه بر مقولاتی که تاکنون صحبت شد، فارسی‌زبانان در خطاب از عبارات توصیفی نیز برای نشان‌دادن ادب و احترام استفاده می‌کنند؛ اصطلاحاتی چون آقای عزیز، خانم محترم، عزیز دلم، دختر نازم، خوش‌تیپ و گل‌پسر نمونه‌هایی از این موارد هستند. این عبارات دارای ساختار صفت + اسم، اسم + اسم، اسم + صفت، اسم + ضمیر ملکی هستند.

## ۱۰.۲ عبارات خطاب صفر

براساس ارزیابی وردهاک (Wardhaugh, 2006) در مورد زبان انگلیسی، گویشور زبان فارسی نیز گاهی مردد است که چگونه برای دوری از مشکلات احتمالی عبارات خطاب را به کار ببرد. در این هنگام، به جای آن، از عبارات جلب‌توجه‌کننده و حال و احوال‌پرسی استفاده می‌شود. استراتژی رایج افراد برای آغاز گفت‌وگوی مؤدبانه استفاده از عباراتی برای جلب توجه مخاطب همچون ببخشید یا معذرت می‌خواهم است. همچنین از عباراتی مثل سلام و صبح‌بخیر نیز بسته به موقعیت استفاده می‌شود.

## ۳. عبارات خطاب استعاری

استعاره کاربرد عبارتی است برای ارجاع به چیزی به جای آن که در اصل برای تعریف آن چیز به کار برده می‌شده یا آنچه به زبان ساده به معنی آن می‌باشد، به این منظور که شباهت

یا ارتباطی بین دو چیز برقرار شود (Knowles and Rosamuond, 2006). در عبارات خطاب در فارسی، برخی استعاره‌ها به کار می‌روند که رایج‌ترین آن‌ها بر اساس وجه شبه همچون حیوانات، غذا، اشیا، گیاهان، و اشخاص در ذیل طبقه‌بندی شده‌اند.

**حیوانات:** قورباغه (فردی با چشمانی بیرون‌زده)، خر (انسانی احمق)، ماهی و اردک (فردی که زیاد به حمام می‌رود)، شپش (آدم کثیف)، انگل (انسان مزاحم)، گوسفند (انسان نادان)، میمون (انسان زشت)، خرگوش (فردی با دندان‌های بلند)، مار (فرد فریب‌کار)، گاو (انسان احمق)، خرس (فرد بزرگ و تنبل)، مارمولک (انسان موذی)، کنه (فرد سمج)، گوساله (فرد کودن)، بز (انسان کندذهن)، گودزیلا (فرد زشت)، زرافه (فرد قدبلند)، لاک‌پشت (فرد کند)، اُسکل (فرد احمق)، بلبل (فرد خوش‌صدا).

**غذا:** تریچه (فرد تپل)، چای شیرین (فرد چاپلوس)، عسل (دلبر)، ماست (فرد منفعل)، ماکارونی (فرد بلندقد)، سیب‌زمینی (فرد بی‌خاصیت)، آب‌نبات (فرد ملیح و جذاب).

**اشیا:** آشغال (فرد منفور)، نردبان (فرد بلندقد)، آچار فرانسه (فرد همه‌کاره)، بلدوزر (فرد تنومند)، جاروبرقی (فرد شکمو)، ستاره (فرد محبوب)، قلیان (فرد لاغر)، نمکدان (فرد ملیح)، عصا (فرد عبوس)، جنازه (فرد منفعل)، عروسک (زن زیبا)، بشکه (فرد چاق)، میکروپ (فرد کثیف و بیمار)، زگیل (فرد سمج)، چراغ خانه (همسر)، آتش‌پاره (بچه شلوغ).

**گیاه:** باقالی (فرد احمق)، سرو (فرد خوش‌قامت)، شاخ شمشاد (داماد)، هلو (فرد جذاب)، گلابی (فرد ساده‌لوح)، چاغاله بادام (فرد چاق)، گل (فرد محبوب).

**اشخاص:** فردین (فرد فداکار)، عبدالله (فرد احمق)، جواد (فرد بدلباس)، آغاسی (فرد شل)، کوزت (خانم زحمتکش)، سیندرلا (زن زیبا).

#### ۴. تابو و استراتژی طفره

سخن‌گویان زبان برای بیان برخی امور از زبان استفاده می‌کنند اما الفاظ دلالت‌کننده بر برخی چیزها را به کار نمی‌برند. مردم برخی چیزها را نمی‌گویند نه به این دلیل که وجود ندارند بلکه به این دلیل که مردم نمی‌خواهند در مورد آن‌ها گفت‌وگو کنند، یا اگر در مورد آن‌ها صحبت می‌شود در حول و حوش آن‌هاست. تابو الفاظ مربوط به رفتاری هستند که به دلیل مسائل معنوی و غیراخلاقی نامناسب قلمداد می‌شوند (Trudgill, 2000: 18).

در استراتژی طفره، ما از عبارات خوش‌لحن استفاده می‌کنیم تا از ذکر برخی موضوعات به‌طور مستقیم دوری کنیم؛ مثلاً، همسر در زبان فارسی تاحدی ویژگی طفره را به دلیل

باورهای سنتی و مذهبی دارد. به این معنی که مردان میانسال و پیر نام همسران خود را، به‌ویژه در حضور افراد غریبه، در خیابان، بازار و حتی در خانواده صدا نمی‌کنند، در عوض، از عبارات زیر به‌عنوان عبارات خوش‌لحن استفاده می‌کنند:

۱. نام بزرگ‌ترین بچه؛

۲. عبارت: مادر + (نام بزرگ‌ترین بچه)؛

۳. بچه‌ها؛

۴. منزل؛

۴. اهل بیت؛

۵. اسامی عام همچون زن، خانم، بانو؛

۶. مامان؛

۷. مادر بچه‌ها؛

۸. نام خود شوهر.

زنان نیز برای طفره‌رفتن از استفاده نام کوچک همسر خود از عبارات زیر استفاده می‌کنند:

۱. نام خانوادگی؛

۲. آقا، حاج‌آقا؛

۳. نام برادر خود؛

۴. عبارت: بابا + ی + (نام فرزند)؛

۵. اسامی عام همچون شوهر و همسر.

همچنین والدین نیز برای طفره‌رفتن از کاربرد نام دختر خود، به‌ویژه در مکان‌های عمومی، از نام پسر خود استفاده می‌کنند.

## ۵. خطاب معکوس

برجسته‌ترین نمونه شیوه همگونی پدیده خطاب معکوس است. خطاب معکوس در برخی از زبان‌ها یافت می‌شود. در این پدیده، عبارتی که یکی از طرفین می‌تواند به کار برد به صورت دوسویه است که نشان‌دهنده برتری و ارشدبودن سنی یا اجتماعی است. مثلاً، در عربی واژه «دایی» هم برای خود و هم برای فرزند خواهر (مذکر و مؤنث) به کار می‌رود (Reischild, 1998: 620). در ایتالیایی، واژه maistru به معنای معلم، برای شاگرد نیز به کار

می‌رود (Brown, 1998: 33). به‌طور کلی معنای ضمنی خطاب معکوس «صمیمیت و اقتدار» است. در زبان فارسی نیز خویشاوندان بزرگسال برای مخاطب قرار دادن کودکان از این شیوه استفاده می‌کنند، مثلاً پدران برای خطاب فرزندان می‌گویند: بابایی.

## ۶. تحلیل کمی

جدول ۱ درصد مقولات عبارات خطاب را نشان می‌دهد که با تحلیل داده‌های گردآمده از ۴۳ فرد بزرگسال بین ۲۰ تا ۲۳ سال با تحصیلات دیپلم و لیسانس به‌دست آمده است. بر اساس این داده‌ها، نام کوچک را تمامی افراد با نقش‌های متفاوت به میزان متفاوت به کار می‌برند به‌جز در رابطه با افراد غریبه. مقوله نام خانوادگی نیز اغلب توسط افراد غریبه (۱۲/۲۴٪) به کار می‌رود که نشان‌دهنده خنثی بودن رابطه است. این مقوله را زن و شوهر در محیط‌های رسمی و نیمه‌رسمی نیز به کار می‌برند؛ زیرا طرفین، به‌لحاظ مسائل عرفی و سنتی، به استفاده از دیگر عناوین خطاب تمایل ندارند. استفاده نکردن از این مقوله توسط دیگر گروه‌ها، که ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند، قابل پیش‌بینی است.

عبارات خویشاوندی نیز گرایش را نشان می‌دهد. کودکان اغلب از عبارات خویشاوندی برای خطاب به والدین خود استفاده می‌کنند (۸۲٪). این شکل خطاب نیز توسط برادران و خواهران به‌ترتیب (۴۱/۱۷٪ و ۳۹/۵۸٪) برای خطاب یکدیگر و توسط زنان برای خطاب به همسرشان (۷/۳۵٪) به کار می‌رود. استفاده نکردن از این مقوله توسط گروه دوستان قابل پیش‌بینی است، اگرچه در کاربرد استعاری در ارتباطات دوستی عناوین خویشاوندی قابل استفاده است. همچنین عدم کاربرد این مقوله توسط شوهران شاید بیان‌گر نگرش آنان به همسر خود است که فراتر از رابطه خویشاوندی قلمداد می‌شود. استفاده بیشتر شوهران از عبارات محبت‌آمیز شاید تأییدی بر این ادعا باشد. اسامی تحیب را، در وهله اول، همسران - شوهران (۷۱٪) و زنان (۵۸/۸٪) - برای خطاب یکدیگر به کار می‌برند؛ و نیز، در مورد خواهران و برادران، برادران (۲۳/۳۸٪) بیشتر از خواهران (۳۵/۴٪) از واژه‌های تحیب استفاده می‌کنند. عبارات کوتاه‌شده بیشتر توسط دوستان (۱۵/۳۸٪) و، در وهله بعد، توسط برادران و خواهران، به‌ترتیب (۲/۹۴٪) و (۴/۱۶٪)، به کار می‌رود که نشان‌دهنده سبک عامیانه و رابطه خودمانی است. استفاده از عناوینی که کاربرد رسمی‌تری دارند در میان افراد غریبه به نسبت بالایی دیده می‌شود (۹۷/۴۸٪) و در میان دوستان و برادر و خواهر و خطاب والدین به کودک، که رابطه صمیمانه و نزدیک است، کاربردی ندارد.

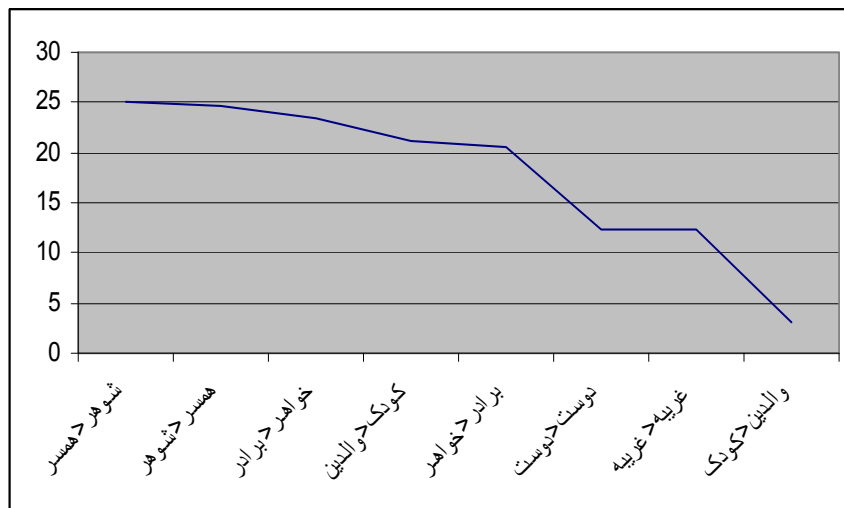
میزان استفاده از عناوین توسط کودکان و شوهر و زن، در محیط رسمی، محدود است. همچنین زنان دوبرابر شوهران از عناوین استفاده می‌کنند که تحت تأثیر عامل قدرت است. همین عامل و نیز احترام دلیل استفاده از این مقولات توسط کودکان است. اسامی مذهبی نیز در میان افراد غریبه بیشترین کاربرد را دارد. اسامی حرفه‌ای نیز تنها در میان افراد غریبه دیده می‌شود. عناوین احترام‌آمیز در میان هیچ‌یک از گروه‌ها دید نمی‌شود که به نظر می‌رسد دلیل آن گفتاری و محاوره‌ای بودن داده‌هاست که حاکی از عدم استفاده از این‌ها در گونه گفتاری دست کم در داده‌های پژوهش حاضر است. بر طبق داده‌ها، خطاب معکوس تنها در خطاب والدین به کودکان دیده می‌شود که بر اساس آنچه پیش‌تر (← ۵) اشاره شد - یعنی این مقوله در روابط نابرابر قدرت (بالادست و پایین‌دست) و در عین حال صمیمانه به کار می‌رود - قابل پیش‌بینی است. موارد دیگر خطاب‌هایی را در بر می‌گیرد که ساختاری جمله‌ای دارند و تنها در میان افراد غریبه به کار می‌روند.

جدول ۱. مقولات خطاب و درصد آن‌ها

	*زن > شوهر	زن > شوهر	والدین > کودک	کودک > والدین	خواهر > برادر	برادر > خواهر	دوست > دوست	غریبه > غریبه
اسم کوچک + واژگان وابسته	%25	%24.63	%3.15	%21.21	%23.52	%20.13	%20.51	%12.24
نام خانوادگی	%1.47	%1.44						%12.24
عبارت خویشاوندی	%7.35		%82	%12.12	%41.17	%39.58		%10.20
اسامی تحبیب	%58.8	%71		%57.57	%38.23	%35.4	%64.09	
کوتاه‌شدگی		%1.42			%2.94	%4.16	%15.38	
عناوین	%5.18	%2.85	%10.57					%48.97

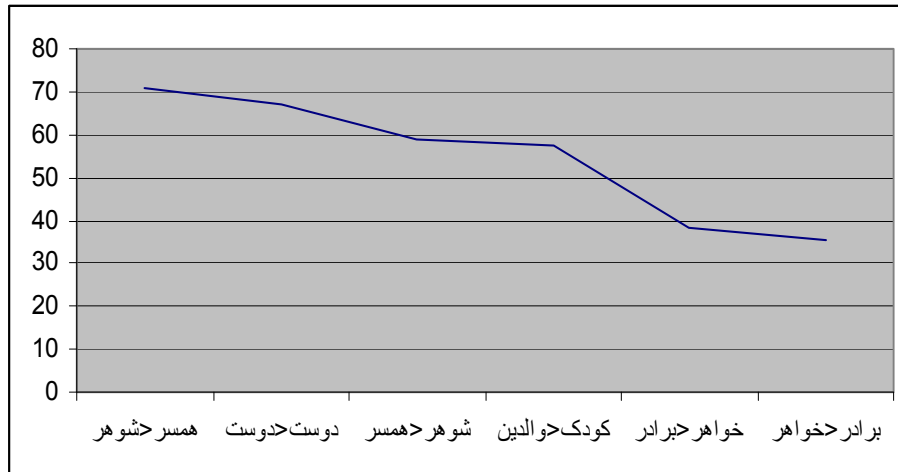
اسامی مذهبی	%1.47		%4.2					%8.16
اسامی حرفه‌ای								%6.12
عناوین احترام‌آمیز								
معکوس				%9.09				
موارد دیگر								%2.04

- در جدول بالا، «زن > شوهر» به معنای مورد خطاب قرار دادن شوهر توسط همسر است. همان‌طور که نمودار ۱ نشان می‌دهد، در فارسی گفتاری، پربسامدترین صورت خطاب اسم کوچک است که در همه نوع روابط دیده می‌شود. بر طبق این نمودار، با افزایش فاصله اجتماعی و کاهش صمیمیت، میزان استفاده از اسم کوچک کاهش می‌یابد، البته به‌جز در خطاب کودک به والدین که، به‌رغم صمیمیت، به‌دلیل احترام کمترین میزان را نشان می‌دهد.



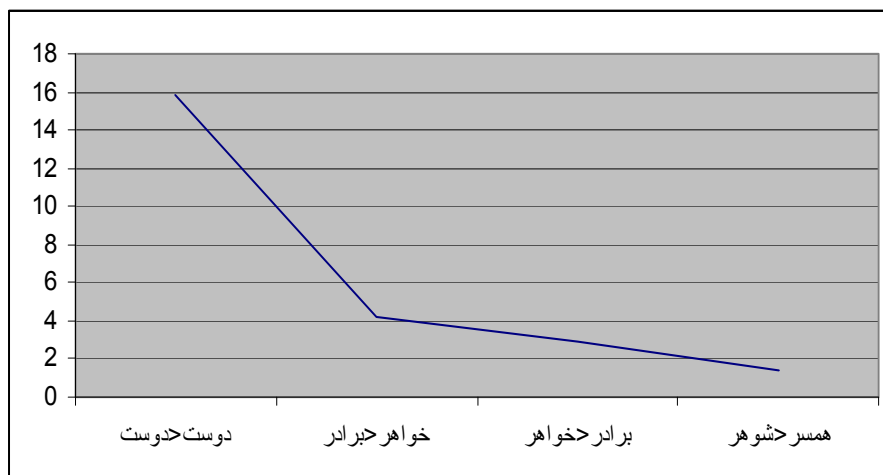
نمودار ۱. خطاب با اسم کوچک و واژگان وابسته

در نمودار ۲ مشاهده می‌شود که شوهران بیش از زنان و برادران بیش از خواهران از اسامی تحیب استفاده می‌کنند که خلاف باور عام، در مورد حساس و عاطفی بودن جنس مؤنث، است.



نمودار ۲. خطاب با اسامی تحیب

در نمودار ۳ دربارهٔ کوتاه‌شدگی، بیشترین آمار مربوط به رابطهٔ دوستی است که ویژگی عمدهٔ آن عامیانه و صمیمانه بودن است که آن را از دیگر روابط متمایز می‌سازد.



نمودار ۳. کوتاه‌شدگی



## ۷. نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق شناخت حوزه کلامی عبارات خطاب در جامعه فارسی‌زبانان با توجه به متغیرهایی است که آن‌ها را از یکدیگر متمایز نموده است. طی مطالعات مشخص گردید که چگونه عبارات خطاب در گونه گفتاری فارسی تحت تأثیر روابط بین افراد، بافت مکالمه، و متغیرهای اجتماعی جنسیت، سن، طبقه تحصیلی یا شغلی، گونه رفتاری و دیگر ویژگی‌های کنش گفتاری افراد می‌باشد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ۱۰ مقوله اصلی برای خطاب افراد در گونه گفتاری زبان فارسی به کار می‌رود: اسامی فردی، عناوین، اسامی، عبارات مذهبی، عبارات شغل محور، عبارات خویشاوندی، عبارات احترام‌آمیز و رسمی، عبارات صمیمانه و خودمانی، ضمائر شخصی، عبارات توصیفی و عبارات خطاب صفر. استفاده از این عبارات در سطوح مختلف با بسامد و اهمیت متفاوت تحت تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی، همچون جنسیت، جایگاه، سن، رابطه تعاملی و عوامل کاربردشناختی، است.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که، به جز برای افراد غریبه، اسم کوچک بی‌نشان‌ترین صورت خطاب است. بر این اساس، در زبان فارسی محاوره‌ای نیز همچون زبان انگلیسی امریکایی اسم کوچک محور است و خلاف زبان کره‌ای است که نام خانوادگی محور است. به خلاف کشورهای غربی، برای افراد غریبه، عناوین صورت‌های بی‌نشان خطاب هستند که در بیشتر کشورهای شرقی، همچون کره، به کار می‌رود (Hwang, 1991). در مقولات خانوادگی، می‌توان گرایشی را از کودکی تا بزرگسالی تعمیم داد. ۸۲٪ کودکان برای خطاب والدین خود از عبارات خویشاوندی استفاده می‌کنند. همچنین ۴۱٪ برادران و ۳۹/۵۸٪ از خواهران در خانواده عبارات خویشاوندی را برای خطاب یکدیگر به کار می‌برند. کمترین استفاده از این عبارات در بین زنان (۷/۳۵٪) است که برای خطاب به شوهرانشان به کار می‌برند. بدین ترتیب، با افزایش سن، از عبارات خویشاوندی کمتر استفاده می‌شود.

در مورد عبارات محبت‌آمیز، شوهران بیش از زنان خود و برادران بیش از خواهران از این عبارات استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد که این موضوع به لحاظ روان‌شناختی امری جهانی است: چنان‌که کرامر (Kramer, 1975) نیز به این نتیجه رسیده که سخن‌گویان مذکر انگلیسی‌زبان در امریکا بیش از افراد مؤنث از عبارات محبت‌آمیز استفاده می‌کنند. صورت‌های خطاب شغلی و مذهبی در گفت‌وگوهای افراد غریبه بیشتر از دیگران است. خطاب معکوس تنها در گفت‌وگوهای والدین به کار می‌رود (۹/۹٪).

داده‌های این تحقیق مربوط به گونه گفتاری زبان فارسی‌اند اما به نظر می‌رسد که انواع خطاب‌ها، به جز عبارات خودمانی (صمیمانه) و توصیفی، در گونه نوشتاری فارسی نیز به کار می‌روند.

## منابع

- جهانگیری، نادر (۱۳۸۷). *زبان، بازتاب زمان، فرهنگ و اندیشه*، تهران: آگاه.
- مدرسی، یحیی (۱۳۶۸). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- Afful, Joseph B. A. (2006). "Address Terms among University Students in Ghana: A Case Study", *Journal of Language and Intercultural Communication* 6 (1).
- Braun, F. (1988). *Terms of Address: Problems of Patterns and Usage in Various Languages and Cultures*, Amsterdam: Mouton de Gruyter.
- Brown, Roger and Albert Gilman (1960). "The Pronouns of Power and Solidarity", In: Sebeoki, Thomas A. (ed.): *Style in Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, P. and S. Levinson (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hwang, S. J. (1991). "Terms of Address in Korean and American Cultures", In: *International Communication Studies*, 2.
- Kahari, G. P. (1990). *The Rise of the Shona Novel*, Gweru: Mambo Press.
- Keshavarz, H.M. (1988). "Forms of Address in Post-Revolutionary Iranian Persian: A Sociolinguistic Analysis", *Language in Society*, 17.
- Knowles, M. and M. Rosamuond (2006). *Introducing Metaphor*, New York: Routledge.
- Kramer, Cheris. (1975). "Sex Differences in Address System", *Anthropological Linguistics*, 17.
- Leech, Geoffrey (1999): "The Distribution and Function of Vocatives in American and British English conversation", In: Hasselgard, H. and S. Oksefjell, (eds.): *Out of Corpora: Studies in Honor of Stig Johansson*, Amsterdam: Rodopi.
- Mehrotra, R. R. (1981). "Non-kin forms of address in Hindi", *International Journal of the Sociology*, 32.
- Oyetade, Solomon Oluwole (1995). "A Sociolinguistic Analysis of Address Forms in Yoruba", *Language in Society*, 24.
- Reischild, V. R. (1998). "Lebanese Arabic Reverse Role Vocatives", *Anthropological Linguistics*, Vol. 40.
- Trudgill, Peter. (2000). *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*, London: Penguin.
- Wales, K. (1983). "Thou and You in Early modern English, Brown and Gilman Re-Appraised", *Studia Linguistic*, 37 (2).
- Wardhaugh, Ronald (2006). *An Introduction to Sociolinguistics*, Oxford: Oxford University Press.