

## انتخاب راهبردهای کنش‌گفتاری تقاضا در زبان کردی بر اساس دو عامل اجتماعی جنسیت و قدرت

چیا شیخ محمدی

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه زبان‌شناسی دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

ناهید یاراحمدزهی<sup>۱</sup>

استادیار گروه زبان‌شناسی دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

امیر محمدیان

استادیار گروه زبان‌شناسی دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۱۱/۵؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۲/۱۲

### چکیده

پژوهش حاضر که در حوزه کاربردشناسی و جامعه‌شناسی زبان انجام شده، به بررسی و تحلیل نوع و تعداد راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی-گوش مَکری- با در نظر گرفتن تأثیر یا عدم تأثیر عوامل اجتماعی نظیر جنسیت کاربر زبانی و سطح قدرت مخاطب می‌پردازد. بدین منظور، جهت گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌آزمون تکمیل‌گفتمان حاوی ۱۲ موقعیت میان ۱۳۰ نفر از گویشوران کردزبان (زن و مرد به تعداد مساوی با محدوده سنی بین ۲۵ تا ۳۵ سال و حداقل سطح سواد کارشناسی) بومی شهرستان مهاباد واقع در جنوب استان آذربایجان غربی توزیع گردید. علاوه بر پرسش‌نامه از روش مشاهده مستقیم (حدوداً ۷ ساعت ضبط مکالمه روزمره در موقعیت‌های مختلف اما کاملاً طبیعی و غیر تصادفی) استفاده شد تا بتوان داده‌هایی معتبر به لحاظ آماری جمع‌آوری نمود. الگوی درک کنش‌های گفتاری بین فرهنگی بلوم-کولکا، هاوس و کاسپر (۱۹۸۹) به عنوان چارچوب نظری اصلی پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. در کنار این الگو، از راهبردهای ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) نیز به عنوان ابزاری کمکی بهره گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد که تفاوت بین زن و مرد در انتخاب نوع راهبردهای بیان تقاضا معنادار است و سطح قدرت مخاطب بر روی انتخاب راهبردها تأثیر معنادار می‌گذاشته و نیز انتخاب راهبردها در هر دو جنس فارغ از تفاوت آنها در سطح قدرت نیست. در رابطه با راهکارهای حمایتی از «وجهه مثبت و منفی» در نظریه ادب زبانی براون و لوینسون (۱۹۸۷) باید گفت که نتایج این پژوهش در زمینه تمایل به ارتباط و تعامل افراد با یکدیگر به‌عنوان اعضای یک گروه واحد با مفهوم وجهه مثبت سازگار است. همچنین، یافته‌های این پژوهش متضمن این نکته است که زبان‌شناسان در مقام برنامه‌ریزان آموزشی، می‌بایست به تبیین تفاوت‌های جامعه‌شناختی زبان در امر تدریس زبان کردی به غیر کردزبانان بپردازند تا از مشکلات و نقایص احتمالی در ارتباطات و تعاملات فردی این زبان‌آموزان با افراد کردزبان کاسته شود.

**واژه‌های کلیدی:** کاربردشناسی، جامعه‌شناسی زبان، آزمون تکمیل‌گفتمان، کنش گفتاری تقاضا، ادب، جنسیت، قدرت.

## ۱- مقدمه

انسان‌ها در زندگی روزمره خود موقعیت‌های اجتماعی مختلفی را تجربه می‌کنند و با افراد متعددی در تعامل بوده که با هر کدام، به نحوی رابطه برقرار می‌کنند. برای برقراری ارتباط داشتن دانش کافی در حوزه‌های مختلف زبان ضروری است. زبان‌شناسی علم مطالعه زبان است که دارای شاخه‌های مختلفی از قبیل نحو، صرف، معنی‌شناسی، آواشناسی و غیره است. داشتن دانش واژگانی و نحوی به تنهایی نمی‌تواند فرد را در امر ارتباط به‌خصوص از نوع مؤثر و کارآمد آن، به سرمنزل مقصود برساند؛ بنابراین شاخه دیگری از زبان‌شناسی به نام کاربردشناسی<sup>۱</sup> مورد نیاز است که به عوامل غیرزبانی مانند عوامل بافتی و یا متغیرهای اجتماعی مثل جنسیت و قدرت در بحث ارتباط می‌پردازد (اوسو-یوان<sup>۲</sup> و مارتینز-فلور<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸).

یکی از مباحث عمده کاربردشناسی، نظریه کنش‌های گفتاری<sup>۴</sup> است. از جمله مواردی که در چارچوب نظریه کنش گفتاری قابل بررسی است انواع کنش‌های گفتاری و ارتباط آنها با مقولاتی همچون ادب، شأن اجتماعی، پایگاه فرهنگی و پیشینه خانوادگی، جنسیت، سن، شغل و عواملی از این دست است. در پژوهش حاضر بیان تقاضا به‌عنوان یکی از انواع کنش‌های گفتاری در چارچوب حوزه کاربردشناسی مورد بحث قرار گرفته است. این پژوهش از میان متغیرهای مختلف اجتماعی یا غیرزبانی موجود به تأثیر دو عامل جنسیت کاربر زبان و سطح قدرت اجتماعی مخاطب بر نحوه انتخاب راهبردهای کنش گفتاری بیان تقاضا در زبان کردی همراه با به کار گرفتن صورت‌های مناسب این نوع کنش گفتاری در آن زبان پرداخته است. این تحقیق می‌تواند در حوزه اجتماعی-کاربردشناختی مهم باشد، زیرا مطالعه‌ای جدید در فرهنگی است که قبلاً بررسی نشده است. از آنجاکه به موضوع کنش گفتاری بیان تقاضا در حوزه پژوهش مربوط به زبان کردی قبلاً پرداخته نشده است، راهبردهای بیان تقاضا در تعاملات کردی از لحاظ زبانی و همچنین فرهنگی شایان بررسی است. در این راستا، سه پرسش پژوهش حاضر به صورت زیر مطرح می‌شوند:

۱- آیا میان جنسیت کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی وی در کنش تقاضا در زبان کردی رابطه معناداری وجود دارد؟

1. Pragmatics. 2. Uso-Juan. 3. Martinez-Flor. 4. speech acts.

۲- آیا میان سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر زبان در کنش تقاضا در زبان کردی رابطه معناداری وجود دارد؟

۳- آیا میان متغیر جنسیت کاربر زبان با سطح قدرت اجتماعی مخاطب در استفاده از نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر در کنش تقاضا در زبان کردی تعامل معناداری وجود دارد؟

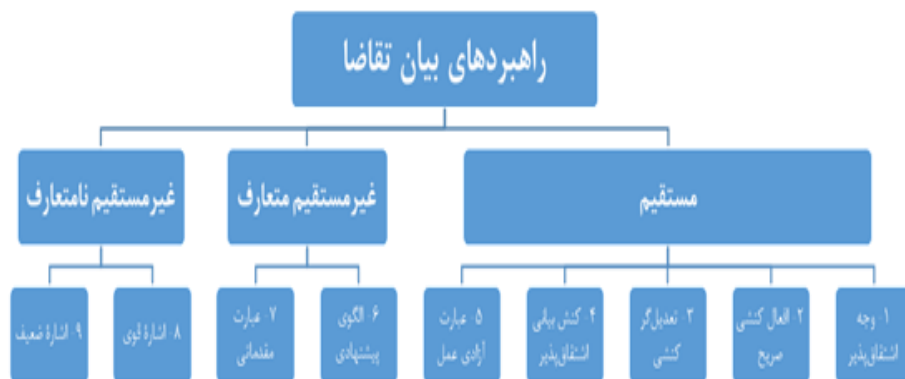
## ۲- مبانی نظری

چارچوب نظری به کاربرده شده برای بررسی و توصیف راهبردهای تقاضا در این پژوهش الگوی درک کنش‌های گفتاری بین فرهنگی بلوم-کولکا، هاوس و کاسپر (۱۹۸۹) است. در کنار این الگو به عنوان چارچوب نظری اصلی پژوهش، از راهبردهای ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) نیز به عنوان ابزاری کمکی بهره گرفته شد که در ذیل به تعریف مفاهیم چارچوب‌های نظری پرداخته می‌شود که عبارت‌اند از:

الگوی درک کنش‌های گفتاری بین فرهنگی: بر اساس طبقه‌بندی نه‌گانه انگاره بلوم-کولکا و همکاران (۱۹۸۹)، راهبردهای بیان تقاضا با در نظر گرفتن سه سطح برای آن و بر اساس درجاتی از «مستقیم بودن» به شکل زیر بررسی می‌شود. سطح اول، راهکارهای تقاضای مستقیم و صریح هستند که شامل ساختارهای دستوری بوده که بیان تقاضا را به وضوح نشان می‌دهند و از ۱ تا ۵ درجه‌بندی شده و به سه صورت «امری»، استفاده از «افعال کنشی» و یا «تعدیل‌گرهای کنشی» نمود پیدا می‌کنند. سطح دوم متشکل از درجات ۶ و ۷ است که به راهکارهای «تقاضای غیرمستقیم متعارف» اشاره دارد و نمود آن به دو صورت جملات پیشنهادی و جملات پرسشی است که بر پایه کنش گفتار غیرمستقیم سیرل<sup>۱</sup> (۱۹۷۵) و با استفاده از عناصری چون «می‌توانی» و «می‌شود» بنا شده است. سطح سوم با درجات ۸ و ۹ به راهکارهای «تقاضای غیرمستقیم نامتعارف» اختصاص دارد که به صورت غیرمستقیم و با اشاره کوچکی به مورد تقاضا (مثال: چرا در باز مانده؟) یا اتکا بر نشانه‌های بافت موقعیت (خیلی اتاق سرده!) تجلی می‌یابد. کنش‌های گفتاری: طبق نظریه کنش گفتاری، کلمات تنها بیانگر چیزی نیستند بلکه در واقع انجام دهنده کاری هستند. به عنوان مثال عبارت «در باز است؟» که یک نوع سؤال پرسیدن است، کنش گفتاری محسوب می‌شود، چراکه منظور ما می‌تواند این

1. Searle

باشد که کولر روشن است، در باز است، پس در را ببند. یا منظورمان می‌تواند این باشد که بلند صحبت نکنید، ممکن است کسی صدای شما را بشنود.

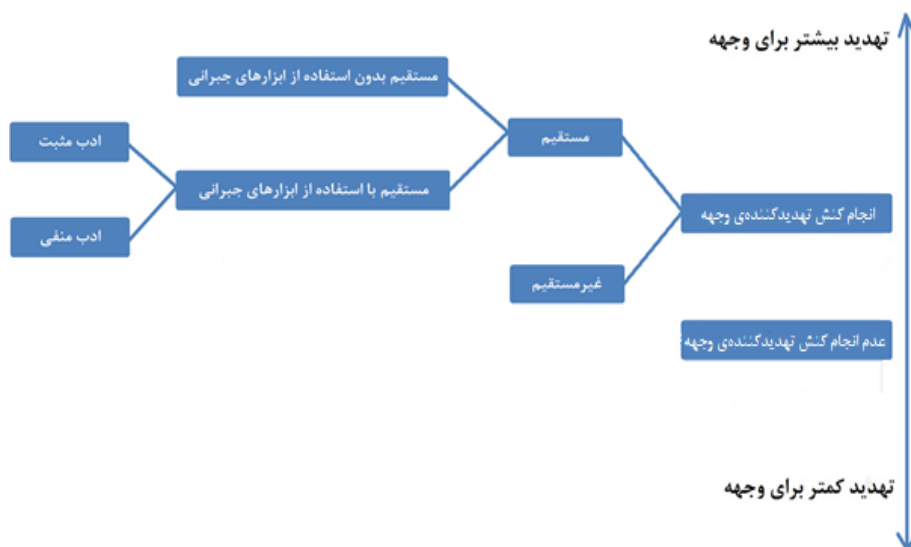


شکل ۱- طبقه‌بندی انواع کنش گفتاری بیان تقاضا طبق انگاره بلوم-کولکا و اولشتاین (۱۹۸۹) (اقتباس شده از غیاثیان، ۱۳۹۲: ۴)

آستین<sup>۱</sup> در این نظریه ادعا کرد که نقش برخی جملات صرفاً بیان چیزی نیست، بلکه گوینده با بیان آنها قصد انجام کاری دارد. نظریه ادب براون و لوینسون<sup>۲</sup> بر اساس مفهوم وجهه گافمن و اصول گرایس ابتدا در سال ۱۹۷۵ مطرح و سپس با اصلاحاتی در سال ۱۹۸۷ بسط یافت. طبق این نظریه، هر رفتاری در راستای تلاش برای حفظ وجهه مخاطب، مؤدبانه است. طبق تعریف براون و لوینسون، وجهه منفی خواسته هر فرد بالغ دارای توانش زبانی است، مبنی بر اینکه دیگران مانع اعمال وی نشوند (براون و لوینسون، ۱۹۸۷: ۶۲). رعایت ادب بنا به اصول و شرایطی انجام می‌گیرد که شامل بیان یا انجام عمل درست به شیوه صحیح و در زمان ممکن است. به اعتقاد واتس<sup>۳</sup> (۲۰۰۳)، راهبردهای ادب عبارت‌اند از راهبردهایی که یا به تأیید و تقویت وجهه مثبت مخاطب منجر می‌شوند و ادب مثبت نام دارند و یا از تجاوز به حریم شخصی و آزادی عمل مخاطب و تحمیل به وی پرهیز می‌کنند و ادب منفی نامیده می‌شوند (به نقل از خدایی مقدم، الیاسی و شریفی، ۱۳۹۶: ۵).

براون و لوینسون (۱۹۸۷) راهبردهای ادب را برابر با به‌کارگیری راهبردهای حفظ وجهه می‌دانند و آنها را به ۵ دسته مطابق شکل ذیل تقسیم می‌کنند:

1. Austin. 2. Brown and Levinson Politeness Principle. 3. Watts.



شکل ۲- نمودار راهبردهای ادب براون و لوینسون بر اساس کنش تهدیدکننده وجهه (اقتباس و ترجمه شده از براون و لوینسون، ۱۹۸۷: ۶۰)

عواملی نظیر سن، جنسیت، میزان تحصیلات و قدرت اجتماعی طرفین گفتگو در انتخاب راهبرد مناسب برای بیان تقاضا دخیل است که در ذیل به دو متغیر اصلی پژوهش یعنی جنسیت و قدرت اشاره خواهیم کرد.

**جنسیت:** واژه جنسیت یک مقوله اجتماعی قلمداد می‌شود که با واژه جنس<sup>۱</sup> که عموماً برای بیان همان مقوله فقط از دیدگاه زیستی به کار می‌رود متفاوت است. بنا به اعتقاد ویوین<sup>۲</sup> (۲۰۰۴: ۲۱)، جنسیت عبارت است از یک معنی اجتماعی از جنس و به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهای فردی و گروهی زنان و مردان در جامعه اطلاق می‌شود. در این پژوهش می‌خواهیم به این مسئله دست پیدا کنیم که آیا جنسیت کاربر زبان (تقاضاکننده) در تعیین راهبردهای درخواست مهم است.

**قدرت:** متغیر قدرت در تحقیقات کاربردشناسی زبان تعاریف و مفاهیم گوناگونی را در برمی‌گیرد. قدرت بنا به تعریف براون و لوینسون (۱۹۸۷: ۷۷) عبارت است از: «میزان یا اندازه‌ای که گوینده می‌تواند طرح‌ها یا داورهای خود را بر شنونده و طرح‌ها یا داورهای او تحمیل کند». رابطه قدرت اجتماعی میان افراد به لحاظ رعایت نوبت برای درخواست چیزی توسط اروین-تریپ<sup>۳</sup> (۱۹۷۶) برای اولین بار تعریف شد که در آن به اثرگذاری بر فرم و صورت‌هایی که گوینده برای بیان تقاضا انتخاب می‌کند، دلالت دارد؛

1. Gender. 2. Vivien. 3. Ervin-Tripp

بنابراین تعادل قدرت اجتماعی برای هر یک از طرفین تقاضا (تقاضاکننده و تقاضا شونده) به صورت سه مقوله<sup>۱</sup> زیر تعریف می‌شود (لینل راینیر براون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵: ۷۸):

۱- قدرت بالا- قدرت پایین

۲- قدرت پایین- قدرت بالا

۳- قدرت یکسان

در سطح اول یعنی قدرت بالا-قدرت پایین، روابطی از جمله رابطه<sup>۲</sup> میان استاد دانشگاه با دانشجو و یا پدر با فرزند برقرار است. در سطح دوم یعنی قدرت پایین-قدرت بالا، روابطی همچون رابطه<sup>۳</sup> میان دانش‌آموز با معلم یا مریض با پزشک برقرار است؛ و بالاخره در سطح آخر یعنی قدرت یکسان، روابطی از قبیل رابطه<sup>۴</sup> بین دو دوست یا دو همکلاسی حکم‌فرما است. در این پژوهش منظور از قدرت، منزلت اجتماعی<sup>۵</sup> افراد است که در قالب حرفه<sup>۳</sup> و نقش اجتماعی<sup>۴</sup> آنها تعریف می‌شود. حرفه به شغل یا کاری اطلاق می‌شود که فرد در آن انجام وظیفه نموده و متناظر با آن، دارای منزلت و جایگاه اجتماعی است که طبیعتاً سطح قدرت خاصی به آن تعلق می‌گیرد. به‌عنوان مثال، پزشک نسبت به مریض دارای قدرت بالاتر است. در حالی که نقش اجتماعی تعیین می‌کند که فرد چه باید انجام دهد و چه انتظاراتی از او می‌رود. به‌عنوان نمونه، پدر فارغ از شغل و جایگاهی که در جامعه دارد، دارای نقش اجتماعی مهم‌تر و بنابراین سطح قدرت بالاتری نسبت به فرزند است (سیلز<sup>۵</sup>، ۱۹۹۱: ۲۵۲-۲۵۰).

براون و لوینسون (۱۹۸۷: ۷۷) عنوان می‌دارند که «قدرت نسبی شنونده به گوینده، به‌صورت میزان تحمیل برنامه‌ها و وجهه<sup>۶</sup> شنونده بر برنامه‌ها و وجهه<sup>۶</sup> گوینده تعریف می‌شود». در رابطه با کنش‌گفتاری تقاضا، چون در این پژوهش متغیر سطح قدرت مخاطب (تقاضا شونده) را نسبت به گوینده (کاربر زبانی) در نظر گرفته‌ایم، لذا می‌باید عنوان کرد که انتظار می‌رود هر چقدر قدرت اجتماعی شنونده نسبت به گوینده بیشتر باشد، میزان مستقیم‌گویی درخواست از سوی گوینده بیشتر باشد.

### ۳- پیشینه پژوهش

پژوهش‌های بسیاری بر روی کنش‌گفتاری بیان تقاضا در زبان‌های مختلف صورت گرفته است، اما بلوم کولکا و اولشتاین (۱۹۸۴) و بلوم کولکا و همکاران (۱۹۸۹) با پژوهش‌هایی که بر روی راهبردهای میان فرهنگی دو کنش‌گفتاری بیان تقاضا و

1. Lynnelle Rhinier Brown. 2. social status. 3. occupation. 4. social role. 5. D. L. Sills.

معذرت‌خواهی انجام دادند، همگانی‌هایی را در میان این کنش‌ها در زبان‌های مختلف یافتند. در این رابطه کتاب، مقاله، پایان‌نامه و رساله‌های متعددی وجود دارد که هیچ‌یک به‌طور مستقیم مربوط به بررسی کنش گفتاری تقاضا در زبان کردی و ارتباط آن با دو متغیر اجتماعی جنسیت و قدرت نمی‌شود. در ذیل به ذکر نمونه‌هایی از پژوهش‌های ایرانی و پژوهش‌های غیر ایرانی که در این زمینه انجام شده است بسنده می‌کنیم. در کشور ما در حوزه زبان‌شناسی اجتماعی و کاربردشناسی زبان در مورد موضوع کنش گفتاری بیان تقاضا تحقیقات مختلفی صورت گرفته است که می‌توان به آثار افرادی همچون عامل موسوی (۱۳۶۸)، اسلامی راسخ (۱۳۷۲)، غلامی (۱۳۸۰)، هدایت (۱۳۸۴)، یزدان‌پناه (۱۳۸۶)، صادقی (۱۳۸۷)، تاجعلی (۱۳۸۸)، کیخایی (۱۳۹۰) و السی (۱۳۹۱) اشاره کرد. از جمله افرادی که در مورد کنش گفتاری تقاضا در خارج از ایران به مطالعه و بررسی پرداخته‌اند می‌توان به تریپ (۱۹۶۴)، کلرک و شانگ<sup>۱</sup> (۱۹۸۰)، ویرتسبیچکا<sup>۲</sup> (۱۹۸۵)، یونگ<sup>۳</sup> (۱۹۹۵)، آپادی<sup>۴</sup> (۲۰۰۳)، اوگیرمان<sup>۵</sup> (۲۰۰۹)، تقی‌زاده ماهانی (۲۰۱۲) و معماریان (۲۰۱۲) اشاره کرد.

#### ۴- روش انجام پژوهش

روش پژوهش از نوع تحلیلی-توصیفی بوده و بر پایه داده‌هایی به انجام رسیده است که به روش میدانی گردآمده‌اند. بدین منظور، از روش تحقیق تلفیقی<sup>۶</sup> با استفاده از دو روش پرسش‌نامه و مشاهده مستقیم برای گردآوری داده‌ها بهره گرفته شد. بر اساس آزمون تکمیل‌گفتمان<sup>۷</sup> بلوم-کولکا، هاوس و کاسپر (۱۹۸۹) و با اقتباس از ۱۴ موقعیت موجود در پرسش‌نامه دانگ<sup>۸</sup> (۲۰۰۹)، دوازده موقعیت با توجه به فرهنگ و محیط جامعه بومی کردزبان انتخاب و در پرسش‌نامه مورد استفاده گنجانده شد. برای ساخت و استانداردسازی پرسش‌نامه پژوهش، در ابتدا روایی محتوایی<sup>۹</sup> آن بررسی شد. بدین منظور، سؤال‌های پرسش‌نامه و گزینه‌های انتخابی برای هر سؤال در اختیار سه نفر متخصص از جمله استاد راهنما، استاد مشاور و یکی از اساتید رشته زبان‌شناسی همگانی دانشگاه تهران قرار گرفت که بنا به نظر هر سه نفر، سؤال‌های پرسش‌نامه به‌خوبی طراحی و تمام معیارهای روایی موردنظر یک آزمون در آن رعایت شده بود. سپس، برای

1. Clark and Schunk. 2. Anna Wierzbicka. 3. Yeung. 4. Upadhyay. 5. Ogiemann. 6. mixed method. 7. Discourse Completion Test. 7. Discourse Completion Test. 8. Dong. 9. content validity.

اطمینان از پایایی<sup>۱</sup> پرسش‌نامه از آن در یک مطالعه آزمایشی<sup>۲</sup> استفاده شد. بدین منظور، در ابتدا پرسش‌نامه تهیه‌شده را بین سی نفر (پانزده مرد و پانزده زن) از افراد متعلق به جامعه آماری توزیع کرده و سپس برای محاسبه پایایی داده‌ها از آزمون کرونباخ آلفا<sup>۳</sup> استفاده شد. همان طور که در جدول زیر پیداست، مقدار به دست آمده برای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱۹ بوده و این بدان معناست که پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار بوده است.

جدول ۱- نتایج اعمال آزمون کرونباخ آلفا بر داده‌های پرسش‌نامه مطالعه آزمایشی

میزان پایایی		
تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ بر اساس سؤالات استانداردشده	ضریب پایایی آلفای کرونباخ
۱۲	۰/۷۰۶	۰/۷۱۹

پس از ساخت پرسش‌نامه و اطمینان از روایی و پایایی آن از طریق ارزیابی متخصصان و انجام مطالعه آزمایشی، تمام پرسش‌نامه‌ها میان ۱۰۰ نفر دیگر (پنجاه نفر مرد و پنجاه نفر زن) از گویشوران کردزبان ساکن شهرستان مهاباد واقع در جنوب استان آذربایجان غربی با محدوده سنی بین ۲۵ تا ۳۵ سال و حداقل سطح سواد کارشناسی توزیع گردید که از طریق روش نمونه‌گیری آسان انتخاب شده بودند. در این پژوهش در کنار پرسش‌نامه از روش مشاهده مستقیم (حدوداً هفت ساعت ضبط مکالمه و مشاهدات روزمره در موقعیت‌های مختلف و بافت‌های گوناگون به‌طور پراکنده اما کاملاً طبیعی و غیر تصادفی) استفاده شد تا بتوان داده‌های طبیعی‌تر و دارای اعتبار بیشتری به لحاظ آماری جمع‌آوری نمود. جمع‌آوری داده از طریق مشاهده مستقیم حدوداً یک هفته به طول انجامید که طی آن، پژوهشگران در مراسم‌هایی مانند مولودی‌خوانی، عروسی، دوره‌می خانوادگی، روز سیزده‌بدر و همچنین در قهوه‌خانه به ضبط حدوداً ۷ ساعت داده پرداختند. لازم به ذکر است که برای طبیعی بودن داده‌ها در زمان ضبط داده‌ها هیچ‌یک از افراد شرکت‌کننده از این امر آگاه نبودند اما پس از ضبط داده‌ها به همه کسانی که صدایشان ضبط شده بود اطلاع و اطمینان داده شد که از داده‌ها فقط برای امر پژوهش استفاده می‌شود و رضایت آنها کسب شد. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها و همچنین بعد از اتمام فرآیند ضبط مکالمه‌های روزمره افراد شرکت‌کننده در این پژوهش، پاسخ‌ها بر اساس الگوی رمزگذاری<sup>۴</sup> بلوم-کولکا و اولشتاین (۱۹۸۹)

1. Reliability. 2. pilot study. 3. Cronbach's alpha. 4. coding scheme



رمزگذاری شدند. بخش بعد به تحلیل استنباطی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری علوم اجتماعی<sup>۱</sup> اختصاص دارد.

## ۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر به تفکیک متغیرهای جامعه‌شناختی مورد بررسی، یعنی جنسیت کاربر زبان و سطح قدرت اجتماعی مخاطب و بر اساس الگوی رمزگذاری بلوم-کولکا و اولشتاین (۱۹۸۹) در مورد پاسخ‌های جمع‌آوری شده از پرسش‌نامه و مشاهده مستقیم مورد بررسی قرار می‌گیرند. همچنین به تحلیل نتایج آمار توصیفی حاصل از پرسش‌نامه بر اساس نظریه ادب زبانی براون و لوینسون در بخش ۵-۲ اشاره خواهد شد.

### ۵-۱- آمار استنباطی یافته‌های حاصل از پژوهش

#### ۵-۱-۱- تحلیل پرسش و فرضیه اول

**پرسش اول پژوهش:** آیا میان جنسیت کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی وی در کنش تقاضا در زبان کردی رابطه معناداری وجود دارد؟  
برای سنجش میزان معناداری نتیجه حاصل و قابلیت تعمیم آن به جامعه، فرضیه اول پژوهش حاضر به صورت فرضیه صفر ذیل طرح شده بود:  
**فرضیه صفر اول پژوهش:** «هیچ رابطه معناداری بین جنسیت کاربر و تمایل وی به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی وجود ندارد.»

جدول ۲- نتایج آزمون کای دو در خصوص فرضیه اول

کل	جنسیت		تعداد	درصد از کل	مستقیم	راهبردها
	زن	مرد				
۶۸۷	۳۵۱	۳۳۶	تعداد			
%۴۴	%۲۲/۵	%۲۱/۵	درصد از کل			
۶۰۷	۲۸۲	۳۲۵	تعداد		غیرمستقیم متعارف	
%۳۸/۹	%۱۸/۱	%۲۰/۸	درصد از کل			
۲۶۶	۱۴۷	۱۱۹	تعداد		غیرمستقیم نامتعارف	
%۱۷	%۹/۴	%۷/۶	درصد از کل			
۱۵۶۰	۷۸۰	۷۸۰	تعداد		کل	
%۱۰۰	%۵۰	%۵۰	درصد از کل			
۰/۰۴۲ = سطح معنی‌داری			۲ = درجه آزادی		۶/۳۲۱ = کای دو	
					۰/۰۶۴ = ضریب فی	

با توجه به درجه آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه شده برای ضریب فی ( $\Phi=0.064, P=0.042, df=2$ )، چون اندازه اثر کمتر از  $0.1$  ( $\Phi \leq 0.1$ ) است، لذا شدت اثر متغیر جنسیت کاربر بر تمایل وی به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی، ضعیف ولی معنادار است. از این رو فرضیه صفر اول رد می‌گردد. این بدان معنی است که تفاوت معناداری در انتخاب نوع راهبرد بیان تقاضا میان زنان و مردان در موقعیت‌های تعریف شده در پرسش‌نامه وجود داشت. به‌عنوان مثال نمونه (۱) یکی از راهبردهای تقاضا از نوع مستقیم است که در میان زنان بیشتر از مردان مشاهده شد:

(۱) dzuzwæ-kæ=tim bæ qærz bi-da-y-æ æwro.

امروز است-۲م-داد-امر قرض به واژه‌بست ۲م-ش-م-معرفه-جزوه  
(جزوه‌ات را به من قرض بده امروز)

در مورد راهبرد غیرمستقیم نامتعارف نیز برتری آماری متعلق به زنان بوده است.

نمونه (۲) یکی از این راهبردها را نشان می‌دهد:

(۲) dæng=im nusa æwændæ=m kæ ziqand.

داد زدن که واژه‌بست ۱م-ش-م-آنقدر گرفت واژه‌بست ۱م-ش-م-صدا  
(صدایم گرفت بس که داد زدم)

اما در رابطه با راهبرد غیرمستقیم متعارف، برتری آماری با مردان بود. در این

مورد نیز می‌توان به نمونه زیر اشاره کرد:

(۳) bibæxf-im dæbe bi-ro-m. Dæ-twan-en sipene be-n?

۲ش-ج-آمد فردا ۲ش-ج-توان-استفهامی ۱م-ش-م-رو-التزامی باید نشانه مصدر-بخشید  
(عذر می‌خواهم من باید برم، می‌خواهید فردا بیایید؟)

داده‌های مرتبط با این پرسش تحقیق از طریق مشاهده مستقیم نیز استخراج و جمع‌آوری شده و مورد تحلیل آماری قرار گرفت. بدین ترتیب که سطح آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه شده برای ضریب فی به ترتیب دارای مقادیر  $0.3$  ( $\Phi \leq 0.3$ ) است، لذا شدت اثر متغیر جنسیت کاربر بر تمایل وی به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی، متوسط و معنادار است. از این رو داده‌های مشاهده‌ای نیز فرضیه صفر اول را رد می‌کنند. البته لازم به ذکر است که اگرچه هم داده‌های پرسش‌نامه و هم داده‌های برگرفته از مشاهده مستقیم نشان می‌دادند که عامل جنسیت تأثیر معناداری بر انتخاب راهبردها دارد اما تفاوت بین نتایج نشان داد که در پرسش‌نامه زنان از راهبردهای مستقیم بیشتری نسبت به مردان استفاده کردند اما در مشاهدات مستقیم میزان استفاده از این راهبردها در مردان بیشتر بود. در بخش بحث و نتیجه‌گیری به دلایل احتمالی این امر اشاره خواهد شد.

۵-۱-۲- تحلیل پرسش و فرضیه دوم

پرسش دوم پژوهش: آیا میان سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر زبان در کنش تقاضا در زبان کردی رابطه معناداری وجود دارد؟

برای سنجش میزان معناداری نتیجه حاصل و قابلیت تعمیم آن به جامعه، فرضیه دوم پژوهش حاضر به صورت فرضیه صفر ذیل طرح شده بود:

فرضیه صفر دوم پژوهش: «هیچ رابطه‌ی معناداری بین سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر و تمایل کاربر به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی وجود ندارد.» با توجه به درجه آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه شده برای ضریب همبستگی کرامر ( $Cramer's V = 0.083$ ,  $P = 0.001$ ,  $df = 4$ )، چون اندازه اثر بیشتر از  $0.07$  و کمتر از  $0.21$  ( $0.07 \leq Cramer's V \leq 0.21$ ) است، لذا شدت اثر متغیر سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر زبان در کنش تقاضا، متوسط ولی معنادار است. بر این اساس فرضیه صفر دوم مبنی بر عدم ارتباط بین سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر و تمایل کاربر به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی رد می‌گردد. این امر بدان معناست که افراد با توجه به سطح قدرت اجتماعی‌شان در موقعیت‌های زبانی مختلف از راهبردهای مختلفی استفاده می‌کنند.

جدول ۳- نتایج آزمون کای دو جهت تمایل کاربر به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا به تفکیک سطح قدرت اجتماعی مخاطب

کل	سطح قدرت			تعداد	مستقیم	راهبردها
	پایین-بالا	برابر	بالا-پایین			
۶۸۷	۲۵۶	۲۳۲	۱۹۹	تعداد	درصد از کل	تعداد
%۴۴	%۱۶/۴	%۱۴/۹	%۱۲/۸	درصد از کل		
۶۰۷	۲۰۲	۱۹۴	۲۱۱	تعداد	درصد از کل	غیرمستقیم نامتعارف
%۳۸/۹	%۱۲/۹	%۱۲/۴	%۱۳/۵	درصد از کل		
۲۶۶	۶۲	۹۴	۱۱۰	تعداد	درصد از کل	کل
%۱۷	%۴	%۶	%۷	درصد از کل		
۱۵۶۰	۵۲۰	۵۲۰	۵۲۰	تعداد	درصد از کل	کل
%۱۰۰	%۳۳/۳	%۳۳/۳	%۳۳/۳	درصد از کل		
سطح معنی‌داری = ۰/۰۰۱			درجه آزادی = ۴	کای دو = ۲۱/۳۴۲		
ضریب همبستگی کرامر = ۰/۰۸۳						

به‌عنوان مثال وقتی که سطح قدرت افراد با هم برابر است، استفاده از راهبرد تقاضای مستقیم بیشتر است:

(۴) sipene dutfær-ækæ=m bo bihen-æwæ.

پسوند فعلی-بیاور برای واژه‌بست ۱ ش‌م-معرفه-دوچرخه فردا  
(فردا دوچرخه را برام بیاور)

زمانی که سطح قدرت مخاطب از گوینده پایین‌تر است، استفاده از راهبرد تقاضای مستقیم نیز بیشتر است:

(۵) ʒikan hoʃi=t læ dærse be.

باشه درس به واژه‌بست ۲ ش‌م-حواس ژیکان  
(ژیکان، حواست به درس باشه)

اما زمانی که سطح قدرت مخاطب از گوینده بالاتر است، میزان استفاده از راهبرد تقاضای غیرمستقیم متعارف بیشتر است:

(۶) mamosta bɪbæxʃ-in dækre dærfæt-ek-i

هسته‌نما-نکره-فرصت میشه نشانه‌ی مصدر-بخشید استاد

dikæ=m bɪ-da-ne?

۲ ش‌م-داد-استفهامی واژه‌بست ۱ ش‌م-دیگر

(استاد ببخشید، امکانش هست فرصت دیگری به من بدهید؟)

نتایج برگرفته از مشاهده مستقیم در مورد پرسش دوم پژوهش با آمار به دست آمده از پرسش‌نامه مطابقت داشت، بدین ترتیب که درجه آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه‌شده برای ضریب همبستگی کرامر در مورد داده‌های مشاهده مستقیم دارای مقادیر (Cramer's V=۰/۱۷۸، P=۰/۰۱، df=۴) بودند. چون اندازه اثر کرامر بیشتر از ۰/۰۷ و کمتر از ۰/۲۱ (۰/۰۷≤Cramer's V≤۰/۲۱) است، لذا شدت اثر متغیر سطح قدرت اجتماعی مخاطب نسبت به کاربر زبان با نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر زبان در کنش تقاضا، متوسط ولی معنادار است. از این رو داده‌های برگرفته از مشاهده مستقیم نیز فرضیه صفر دوم را رد می‌کنند.

### ۵-۱-۳-تحلیل پرسش و فرضیه سوم

پرسش سوم پژوهش: آیا میان متغیر جنسیت کاربر زبان با سطح قدرت اجتماعی مخاطب در استفاده از نوع و فراوانی راهبردهای انتخابی کاربر در کنش تقاضا در زبان کردی تعامل معناداری وجود دارد؟

برای سنجش میزان معناداری تعامل بین دو متغیر جنسیت کاربر زبان و سطح قدرت اجتماعی و در نتیجه قابلیت تعمیم آن به جامعه، فرضیه سوم پژوهش حاضر به صورت فرضیه صفر ذیل طرح شده بود:

فرضیه صفر سوم پژوهش: «هیچ تعامل معناداری بین دو متغیر جنسیت کاربر و قدرت اجتماعی مخاطب در استفاده از نوع و فراوانی راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی وجود ندارد.»

جدول ۴- آزمون کای دو برای بررسی تفاوت‌های بین دو متغیر جنسیت، قدرت و تعامل آنها در

استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا

جنسیت	سطح قدرت			راهبردها		کل	
	پایین-بالا	برابر	بالا-پایین				
مرد	تعداد	۱۰۴	۱۰۶	۱۲۶	۳۳۶	مستقیم	
	درصد از کل	۶٪/۷	۶٪/۸	۸٪/۱	۲۱٪/۵		
	تعداد	۱۰۷	۱۱۶	۱۰۲	۳۲۵	غیر مستقیم	
	درصد از کل	۶٪/۹	۷٪/۴	۶٪/۵	۲۰٪/۸		
	تعداد	۴۹	۳۸	۳۲	۱۱۹	غیر مستقیم	
	درصد از کل	۳٪/۱	۲٪/۴	۲٪/۱	۷٪/۶		
	تعداد	۲۶۰	۲۶۰	۲۶۰	۷۸۰	کل	
	درصد از کل	۱۶٪/۷	۱۶٪/۶	۱۶٪/۷	۵۰٪		
	زن	تعداد	۹۵	۱۲۶	۱۳۰	۳۵۱	مستقیم
		درصد از کل	۶٪/۱	۸٪/۱	۸٪/۳	۲۳٪/۵	
تعداد		۱۰۴	۷۸	۱۰۰	۲۸۲	غیر مستقیم	
درصد از کل		۶٪/۷	۵٪	۶٪/۴	۱۸٪/۱		
تعداد		۶۱	۵۶	۳۰	۱۴۷	غیر مستقیم	
درصد از کل		۳٪/۹	۳٪/۶	۱٪/۹	۹٪/۴		
تعداد		۲۶۰	۲۶۰	۲۶۰	۷۸۰	کل	
درصد از کل		۱۶٪/۷	۱۶٪/۷	۱۶٪/۶	۵۰٪		
مجموع		تعداد	۵۲۰	۵۲۰	۱۵۶۰		
مجموع		درصد از کل	۳۳٪/۴	۳۳٪/۳	۱۰۰٪		
		درجه آزادی = ۴	سطح معنی داری = ۰/۰۰۱			ضریب همبستگی کرامر = ۰/۰۸۳	
		کای دو = ۲۱/۳۴۲					

با توجه به درجه آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه شده برای ضریب همبستگی کرامر ( $Cramer's V = 0.083, P = 0.001, df = 4$ )، چون اندازه اثر بیشتر از ۰/۰۷ و کمتر از ۰/۲۱ ( $0.07 \leq Cramer's V \leq 0.21$ ) است لذا اثر تعاملی دو متغیر جنسیت و نوع قدرت اجتماعی مخاطب بر تمایل کاربر به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی متوسط است. از طرفی، معنادار بودن اثر تعاملی جنسیت و قدرت بر استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی بدین معنی است که تأثیر قدرت بر

استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی فارغ از جنسیت آنها نیست. لذا بر این اساس فرضیه صفر سوم نیز رد می‌گردد.

آمار برگرفته از مشاهده مستقیم در مورد پرسش سوم پژوهش نیز با نتایج به دست آمده از پرسش‌نامه مطابقت داشت، بدین ترتیب که درجه آزادی، سطح معناداری و مقدار محاسبه‌شده برای ضریب همبستگی کرامر در مورد داده‌های مشاهده مستقیم دارای مقادیر (Cramer's V=۰/۱۷۸, P=۰/۰۱, df=۴) بودند. چون اندازه اثر ضریب همبستگی کرامر بیشتر از ۰/۰۷ و کمتر از ۰/۲۱ (۰/۲۱ ≤ Cramer's V ≤ ۰/۰۷) است لذا اثر تعاملی دو متغیر جنسیت و نوع قدرت اجتماعی مخاطب بر تمایل کاربر به انتخاب و استفاده از انواع راهبردهای بیان تقاضا در زبان کردی متوسط ولی معنادار است. از این رو داده‌های برگرفته از مشاهده مستقیم نیز فرضیه صفر سوم را رد می‌کنند.

۵-۲- تحلیل آمار توصیفی نتایج پژوهش بر اساس نظریه ادب زبانی براون و لوینسون اگرچه نمی‌توان بر مبنای آمار توصیفی ارائه‌شده در جدول (۵) به طور قطع بیان کرد که میان میزان رعایت ادب زبانی و جنسیت رابطه‌ای وجود دارد اما هم مردان و هم زنان از میان انواع راهبردها بیشترین استفاده را از راهبردهای ادب مثبت (حمایت از وجهه مثبت) داشته‌اند در حالی که کمترین استفاده را از راهبردهای ادب منفی (حمایت از وجهه منفی) نموده‌اند. این امر می‌تواند نشانگر این امر باشد که در جامعه کردزبان مهاباد نشان‌دادن درک متقابل، ارتباط نزدیک، همبستگی، اهداف مشترک، صمیمی بودن، برقراری رابطه دوستی و عضوی از جمع بودن از اهمیت بالایی برخوردار است. جدول ۵- نتایج آماری به دست آمده در استفاده از انواع راهبردهای ادب زبانی براون و لوینسون به

تفکیک جنسیت کاربر زبان

کل	جنسیت				
	زن	مرد			
۵۳۰	۲۲۳	۳۰۷	تعداد	راهبرد مستقیم بدون استفاده از ابزارهای جبرانی	راهبردها
%۳۴	%۱۷/۵	%۱۶/۵	درصد از کل	راهبرد مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی (ادب مثبت)	
۶۶۴	۳۱۳	۳۵۱	تعداد	راهبرد مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی (ادب منفی)	
%۴۲/۶	%۲۰/۱	%۲۲/۵	درصد از کل	راهبرد غیر مستقیم (ضمنی)	
۱۰۰	۴۷	۵۳	تعداد	کل	
%۶/۴	%۳	%۳/۴	درصد از کل		
۲۶۶	۱۴۷	۱۱۹	تعداد		
%۱۷	%۹/۴	%۷/۶	درصد از کل		
۱۵۶۰	۷۸۰	۷۸۰	تعداد		
%۱۰۰	%۵۰	%۵۰	درصد از کل		

از طرف دیگر، با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۶) می‌توان نتیجه گرفت زمانی که قدرت مخاطب و کاربر برابر است، از راهبردهای مستقیم بدون استفاده از ابزارهای جبرانی که پایین‌ترین سطح رعایت وجهه و به طبع ادب زبانی را دارند استفاده شده است.

همچنین، وقتی کاربر و مخاطب در سطح قدرت برابر نیستند بیشتر از راهبردهای مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی و یا راهبردهای غیرمستقیم که همگی نشانگر رعایت وجهه مخاطب و به طبع رعایت ادب زبانی هستند استفاده شده است با این تفاوت که فرد با قدرت بالاتر ترجیح می‌دهد که از استراتژی‌های ادب منفی استفاده کند در حالی که فرد با قدرت کمتر مایل به استفاده از استراتژی‌های ادب مثبت و نیز راهبردهای غیرمستقیم (ضمنی) است که دارای کمترین سطح تهدیدکنندگی وجهه هستند. جدول مربوط به نتایج استفاده از راهبردهای ادب زبانی بر اساس سطح قدرت اجتماعی مخاطب در ذیل ارائه شده است:

جدول ۶- نتایج آماری به دست آمده در استفاده از انواع راهبردهای ادب زبانی براون و لوینسون به

تفکیک سطح قدرت اجتماعی مخاطب

کل	سطح قدرت			تعداد	درصد از کل	راهبرد مستقیم بدون استفاده از ابزارهای جبرانی	راهبردها
	پایین-بالا	برابر	پایین-پایین				
۵۳۰	۱۴۵	۲۳۲	۱۵۳	تعداد		راهبرد مستقیم بدون استفاده از ابزارهای جبرانی	
%۳۴	%۹/۳	%۱۴/۹	%۹/۸	درصد از کل		راهبرد مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی (ادب مثبت)	
۶۶۴	۲۴۳	۱۹۴	۲۲۷	تعداد		راهبرد مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی (ادب مثبت)	
%۴۲/۶	%۱۵/۶	%۱۲/۴	%۱۴/۶	درصد از کل		راهبرد مستقیم با استفاده از ابزارهای جبرانی (ادب منفی)	
۱۰۰	۲۲	-	۷۸	تعداد		راهبرد غیرمستقیم (ضمنی)	
%۶/۴	%۱/۴	-	%۵	درصد از کل		کل	
۲۶۶	۱۱۰	۹۴	۶۲	تعداد			
%۱۷	%۷	%۶	%۴	درصد از کل			
۱۵۶۰	۵۲۰	۵۲۰	۵۲۰	تعداد			
%۱۰۰	%۳۳/۳	%۳۳/۳	%۳۳/۴	درصد از کل			

بنابراین بر اساس این آمار توصیفی می‌توان اظهار داشت که میان اصل ادب و قدرت ارتباط وجود دارد. توضیحات بیشتر در این مورد در بخش بعدی ارائه شده است.

## ۶- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به آشنایی نگارنده از جامعه سنتی کردزبان، حدس نگارندگان بر این بود که مردان نسبت به زنان بیشتر از راهبرد مستقیم استفاده کنند که در مورد داده‌های

برگرفته از پرسش‌نامه عکس این قضیه اتفاق افتاد؛ اما از طرف دیگر، در نتایج برگرفته از داده‌های مشاهده مستقیم، مطابق با انتظار نویسندگان، مردان در نوع گفتار خودشان برای تحقق خواسته‌هایشان مستقیم‌تر از زنان عمل کردند. این تفاوت در نتایج حاصل از پرسش‌نامه و مشاهده مستقیم نشان می‌دهد که احتمالاً در هنگام پاسخگویی به پرسش‌نامه جواب‌هایی از سوی هر دو گروه جنسیتی انتخاب شده که ناظر بر رفتار زبانی است که هر دو گروه گمان می‌کنند درست است اتخاذ شود و یا تمایل دارند که بروز دهند. در هر حال از هر جنبه‌ای که به این تفاوت در نتایج بنگریم، این امر که میان جنسیت و انتخاب راهبردها رابطه معناداری وجود دارد قابل مناقشه نیست.

حال در مقایسه با یافته‌های پژوهش‌های موجود در پیشینه تحقیق، نتایج پژوهش حاضر با تحقیق الستی (۱۳۹۱) شباهت و تفاوت‌هایی نشان می‌دهد، بدین معنی که در تحقیق ایشان، زنان در بیان درخواست خود کمتر از مردان از تقاضای مستقیم استفاده کردند که البته این نتیجه نیز همسو با نتایج برگرفته از روش پرسش‌نامه‌ای در مطالعه حاضر و غیرهمسو با داده‌های به دست آمده از روش مشاهده مستقیم است؛ اما نکته قابل تأمل در پژوهش الستی (۱۳۹۱) حاکی از تفاوت چشمگیر در میان زنان استفاده از درخواست غیرمستقیم بود، چراکه در تحقیق او، میزان استفاده از درخواست غیرمستقیم در زنان کمتر از مردان بود، در حالی که در مطالعه حاضر، زنان در بیان تقاضاهای خود طبق یافته‌های برگرفته از هر دو روش پرسش‌نامه و مشاهده گفتار طبیعی، بیشتر از مردان از راهبردهای غیرمستقیم (غیرمستقیم متعارف و غیرمستقیم نامتعارف) استفاده کرده‌اند.

همچنین، در هر دو روش به کار برده شده برای جمع‌آوری داده‌ها، زمانی که قدرت مخاطب از کاربر بیشتر است میزان استفاده از راهبرد مستقیم برای بیان تقاضا پایین‌تر است. در واقع بین قدرت مخاطب و راهبرد مستقیم بیان تقاضا رابطه معکوس وجود دارد؛ به عبارتی دیگر، طبق یافته‌های موجود در زبان کردی، هر چقدر قدرت مخاطب نسبت به کاربر زبان بیشتر باشد میزان استفاده از راهبرد مستقیم نیز کمتر است.

در مقام مقایسه با یافته‌های پژوهش‌های پیشین، نتایج مطالعه حاضر با نتایج تریپ (۱۹۶۴) مطابقت داشت زیرا در پژوهش ایشان نیز فرد با قدرت بالاتر نسبت به فرد دارای قدرت پایین‌تر، از صورت‌های مستقیم بیان تقاضا بیشتر استفاده کرده است. نتیجه پژوهش زینلی (۱۳۹۰) نیز با پژوهش حاضر شباهت‌ها و تفاوت‌هایی دارد.



شبهت به این جهت که در تمام موقعیت‌های عذرخواهی، قدرت مخاطب بر نوع و تعداد راهبردهای عذرخواهی به کار برده شده توسط دانشجویان زن سراوانی تأثیر داشته است. در زبان کردی نیز، بین نوع و تعداد راهبردهای بیان تقاضای به کار برده شده با قدرت مخاطب رابطه معناداری وجود داشت؛ اما تفاوت میان تحقیق ایشان با پژوهش حاضر، در این مسئله است که قدرت مخاطب بر نوع راهبردهای عذرخواهی به کار برده شده توسط دانشجویان مرد سراوانی تأثیری نداشته است در حالی که در این پژوهش، بین قدرت مخاطب با نوع راهبردهای بیان تقاضای به کار برده شده توسط گویشوران مرد مهابادی رابطه معناداری وجود داشت.

در زمینه رابطه کنش گفتاری بیان تقاضا با ادب مثبت و منفی براون و لوینسون (۱۹۸۷) می‌توان گفت که در اکثر موقعیت‌ها، بیان تقاضا در زبان کردی نمودی از ادب مثبت است. در رابطه با راهکارهای حمایتی از «وجهه مثبت و منفی» در نظریه ادب زبانی براون و لوینسون (۱۹۸۷) باید گفت که نتایج این پژوهش نشانگر تمایل افراد به ارتباط و تعامل با یکدیگر به عنوان اعضای یک گروه واحد است که با مفهوم وجهه مثبت سازگار است. در خصوص میزان کاربرد راهبردهای حمایت از وجهه مثبت و منفی و رابطه آن با جنسیت کاربر و قدرت اجتماعی مخاطب در این پژوهش می‌توان اظهار داشت که هر دو جنس از میان انواع راهبردها، بیشترین استفاده را از راهبردهای حمایت از وجهه مثبت داشته‌اند، در حالی که کمترین استفاده را از راهبردهای حمایت از وجهه منفی نموده‌اند. در مورد قدرت مخاطب و رابطه آن با وجهه، می‌توان گفت که افراد با قدرت بالاتر درصد حمایت از وجهه منفی هستند در حالی که افراد با قدرت پایین‌تر، تمایل به حمایت از وجهه مثبت دارند. حال در مقایسه با یافته‌های پژوهش‌های موجود در پیشینه تحقیق، نتایج مطالعه حاضر با نتایج کیخایی (۱۳۹۰) مطابقت دارد زیرا در پژوهش ایشان نیز رابطه معناداری بین قدرت مخاطب با نوع و تعداد راهبردهای بی‌ادبی به کار برده شده در موقعیت کنش گفتاری بیان تقاضا وجود داشته است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کنش گفتاری درخواست در زبان کردی دارای الگو است. آن دسته از برنامه‌ریزان آموزشی که بر روی زبان کردی، به عنوان زبان هدف، برای تدریس به زبان آموزان خارجی کار می‌کنند، می‌توانند از یافته‌های این پژوهش در برنامه‌ریزی آموزشی استفاده کنند، به طوری که در کنار تدریس زبان کردی

به غیر کردزبانان، علاوه بر تدریس نحو، صرف و واژگان، تفاوت‌های جامعه‌شناختی هم تدریس شود تا در ارتباطات و تعاملات فردی با مشکل مواجه نشوند. این پژوهش به بررسی دو متغیر اجتماعی جنسیت و قدرت با ثابت فرض گرفتن محدوده سنی افراد بین ۲۵ تا ۳۵ سال و با میزان تحصیلات حداقل کارشناسی پرداخته بود که در پژوهش‌های جداگانه‌ای می‌توان صرفاً به بررسی متغیرهای دیگری از قبیل سن با در نظر گرفتن گروه‌های سنی مختلف به صورت مقایسه‌ای مانند دو گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ و ۵۰ تا ۶۰ سال و یا متغیرهایی نظیر میزان تحصیلات، فاصله اجتماعی افراد و میزان تحمیل خواسته پرداخت.

## منابع

- الستی، صدیقه (۱۳۹۱). رابطه تحصیلات، سن و جنسیت با شیوه بیان تقاضا و پاسخ به آن در زبان فارسی، *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، تهران، گروه زبان‌شناسی دانشگاه پیام‌نور.
- خدایی مقدم، معصومه، الیاسی، محمود و شریفی، شهلا (۱۳۹۶). توصیف و تحلیل چند واژه مؤدبانه و کارکرد آنها در زبان فارسی در چارچوب نظریه براون و لوینسون، *فصلنامه علمی-پژوهشی زبان‌پژوهی دانشگاه الزهراء (س)*، سال نهم، شماره بیست و دوم، ۲۵-۵۳.
- زینلی، صدیقه (۱۳۹۰). بررسی تأثیر قدرت و جنسیت مخاطب بر نوع و تعداد راهبردهای عذرخواهی و رد کردن بکار برده شده توسط دانشجویان سراوانی، *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، زاهدان، گروه زبان‌شناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- عامل موسوی، بهنار (۱۳۶۸). گفتار مؤدبانه و جنسیت در فارسی تهران، *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، تهران، گروه زبان‌شناسی دانشگاه تهران.
- غیاثیان، مریم سادات، اسلامی راسخ، زهره، وکیلی فرد، امیررضا و صداقت، مریم (۱۳۹۲). راهبردهای بیان تقاضا: مقایسه فارسی آموزان خارجی با فارسی‌زبانان، *پژوهش‌نامه آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان (علمی-پژوهشی)*، سال دوم، شماره دوم، ۳-۳۰.
- هدایت، ندا (۱۳۸۴). تأثیر جنسیت بر نحوه بیان تقاضا: پژوهشی در حوزه جامعه‌شناسی زبان، *دوفصلنامه پژوهش زبان و ادب فارسی*، شماره چهارم، ۱۷-۴۰.
- Alasti, S. 1391. The relation of education, gender & age with request and request response in Persian, *M. A. Thesis*, Tehran, Department of General Linguistics, Payame Noor University [In Persian].
- Amel Mousavi, B.1368. Politeness Speech and Gender in Farsi of Tehran, *M. A. Thesis*, Tehran, Department of General Linguistics, University of Tehran. [In Persian].
- Austin, J. L. 1962. *How to do things with words*, Oxford, Oxford University Press

- Blum-Kulka, S., and Olshtain, E. 1984. Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP), *Applied Linguistics*, 5(3): 196-213
- Blum-Kulka, S., House, J., and Kasper, G. 1989. *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Norwood, NJ, Ablex Publishing Corporation
- Brown, G., and Yule, G. 1983. *Discourse Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press
- Crystal, D. 1985. *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, Oxford, Blackwell.
- Cutting, J. 2008. *Pragmatics and Discourse*, London and New York, Routledge.
- Dong, X. 2009. Requests in Academic Setting in English, Russian, and Chinese, Doctoral dissertation, university of Ohio: USA
- Ervin- Tripp, S. 1964. An Analysis of the Interaction of Language, Topic, and Listener, *American Anthropologist*, 66(6): 86-102
- Eslami rasekh, Z. 1993. A Cross-Cultural Comparison of Requestive Speech Act Realization Patterns in Persian and American English, *Pragmatic and Language Learning*, 4: 85-103
- Ghiasian M. S., & Eslami, R., & Zohreh, V., & Amirreza, and Sedaghat, E. 1392. Requesting Strategies: A Comparative Study among Persian Speakers and Foreign Persian Learners, *Journal of Persian Language Teaching to Non-Persian*, 2(2), 3-30. [In Persian].
- Hedayt, N. 1384. The effect of gender on request: a research on sociolinguistics, *Research in Persian Language and Literature*, 4, 17-40. [In Persian].
- Khodaei, M & Massoumeh, E., Mahmoud, and Sharifi, Shahla.1396.. Describing and analysing of some polite words in Persian based on Brown and Levinson's politeness theory, *Alzahra University Quarterly Journal of Language Research (Zabanpazhuhi)*, 9(22), 25-53. [In Persian].
- Levinson, S. C. 1983. *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press
- Searle, J. R. 1975. Indirect Speech Acts, *Syntax and Semantics*, 3: 59-82
- Sills, D. L. 1991. International encyclopedia of the social sciences, 19: 250-252
- Uso-Juan, E., and Martinez Flor, A. 2008. Teaching learners to appropriately mitigate requests, *ELT Journal*, 62(4): 349-357
- Vivien, B. 2004. *Gender and Psychology*, London, Routledge
- Watts, R. J. 2003. *Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press
- Yule, G. 1996. *Pragmatics*, Oxford, Oxford University Press
- . 1996. *The study of language*, Cambridge, Cambridge University Press
- Zeynali, S.1390. The Study of the Effect of Addressee's Power and Gender on the Type and Number of Apology and Refusal Strategies Employed

۲۰۲ / انتخاب راهبردهای کنش گفتاری تقاضا در زبان کردی بر اساس دو عامل اجتماعی جنسیت و قدرت

---

by Sarawani University Students, *M. A. Thesis*, Zahedan, Department of General Linguistics, University of Sistan and Baluchestan. [In Persian].