

بررسی گرایش‌ها و تحلیل بین‌فرهنگی دیوارنوشته‌ها: گفتمان خاموش

محمدحسن تحریریان^۱، مصطفی مرادی مقدم^{۲*}

۱. استاد آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه شیخ بهایی، اصفهان، ایران
۲. دانشجوی دکتری آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

پذیرش: ۹۲/۷/۲۲

دریافت: ۹۲/۴/۱۵

چکیده

انسان ماهیتی تعاملی دارد و همیشه کوشیده است در گذر زمان طرز فکر، انتظارات و یا جهان‌بینی خود را به بشر عرضه کند. از آنجا که در گذشته وسایل ارتباط جمعی به‌آسانی در دسترس همه افراد نبوده است، «دیوارنوشته‌ها» ابزار قدرتمندی برای انتقال اندیشه‌ها و تمایلات به شمار می‌رفتند. در این پژوهش می‌کوشیم الگوهای رایج معنایی و گرایش‌ها را در دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی بررسی کنیم تا با رفتارشناسی و جامعه‌شناسی این دو فرهنگ بیشتر آشنا شویم. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که دیوارنوشته‌ها از نظر زبانی الگوی مشخصی را دنبال می‌کنند و نظام‌مند هستند؛ به طوری که می‌توان آن‌ها را با نقش‌های هفت‌گانه زبانی هلیدی مطابقت داد. منظور از نظام‌مند بودن، قابل بررسی بودن آن‌ها در چارچوب زبان‌شناسی و فرهنگی است. نتایج تحقیق نشان داد تفاوت‌هایی در اهداف زبانی و گرایش دیوارنوشته‌ها در زبان فارسی و انگلیسی وجود دارد. در دیوارنوشته‌های فارسی، نقش‌های «ابزاری»، «تخیلی» و «تعاملی»، بیشتر هستند. نتایج پژوهش‌هایی که در حوزه انسان‌شناسی انجام شده‌اند مهر تأییدی بر وجود این ویژگی‌ها در جوامع شرقی است. در دیوارنوشته‌های انگلیسی نیز نقش‌های «فردی» و «تنظیم‌کننده» نسبت به زبان فارسی بیشتر هستند که این تفاوت‌ها نیز مربوط به شاخص‌های فرهنگی دو زبان است. نقش‌های زبانی هلیدی ابزار مناسبی برای بررسی گرایش‌های دیوارنوشته‌ها به شمار می‌رود.

واژگان کلیدی: دیوارنوشته، گرافیتی، کاربردهای زبان، جامعه‌شناسی، نقش زبانی هلیدی.

۱. مقدمه

واژه «گرافیتی» که در زبان فارسی دیوانوشته ترجمه می‌شود، ریشه‌ای ایتالیایی دارد و به معنای خراشیدن یا تراش دادن است (Mc Cormick, 2005). گرافیتی در شکل اولیه خود در قرن هجدهم، در قالب تراش‌های روی شیشه با استفاده از الماس ظاهر شده است (Thrumbo, 1731). رایج شدن دیوانوشته‌ها، به محققان رشته‌های مختلف این امکان را داده است که بتوانند با توجه به گرایش خود به منابع مفیدی از اطلاعات دسترسی داشته باشند. از نظر زبان‌شناسان، دیوانوشته‌ها از نظر زبانی از خلاقیت فراوانی برخوردار هستند و اصطلاح‌های عامیانه و نژادی در آن‌ها دیده می‌شود. برخی از زبان‌شناسان از دیوانوشته‌ها به‌عنوان گفتمان یاد کرده‌اند. به عقیده شعیری و وفایی (۱۳۸۸)، در گفتمان، تعامل افراد با یکدیگر باعث تعیین کنش و شکل گرفتن آن می‌شود. شعیری (۱۳۸۹) در کتاب *راهی به نشانه- معناشناسی سیال*، به نظام‌های نشانه‌ای اشاره می‌کند که تحت تأثیر شرایط محیطی خاص خلق می‌شوند؛ دیوانوشته‌ها جزئی از این نظام‌های نشانه‌ای هستند. از نظر روان‌شناسان، دیوانوشته‌ها می‌توانند ابزار مناسبی برای مطالعه انحراف‌ها و اختلال‌های روانی و شخصیتی در گروه‌های جامعه باشند. جامعه‌شناسان نیز می‌توانند به این موضوع پی ببرند که دیوانوشته‌ها چگونه تمایلات و تعصبات جنسیتی را نشان می‌دهند و یا افراد چگونه از دیوانوشته‌ها برای تعیین هویت خود استفاده می‌کنند.

در این پژوهش، ویژگی‌های زبانی دیوانوشته‌ها را از نظر کاربردهای هفت‌گانه زبان بررسی می‌کنیم و در همین راستا مقایسه‌ای بین دیوانوشته‌های فارسی و انگلیسی انجام می‌دهیم. سؤالات پژوهش عبارت‌اند از:

۱. آیا دیوانوشته‌ها ساختار جهانی مشابه دارند یا فرهنگ و جامعه در تغییر ماهیت آن‌ها تأثیر دارند؟

۲. آیا تفاوت معناداری بین فراوانی‌های به‌دست‌آمده در کاربردهای متفاوت زبانی دیوانوشته‌های فارسی و انگلیسی وجود دارد؟

این تحقیق بر پایه این فرضیه شکل گرفته است که دیوانوشته‌ها از لحاظ زبان‌شناسی قابل مطالعه و نظام‌مند هستند و ساختار این نوشته‌ها براساس محتوای متفاوتی که دارند در قالب الگوهای معنایی مشخص قرار می‌گیرند. در دیوانوشته‌ها، افزون بر خود کلام، رنگ،

طرز نوشتن و موارد تصویری دیگر هم تعیین‌کننده هستند که بررسی آن‌ها خارج از حوصله این نوشتار است (ر. ک: بزرگزاده شهدادی و آردکپان، ۱۳۵۸).

۲. دیوارنوشته‌ها

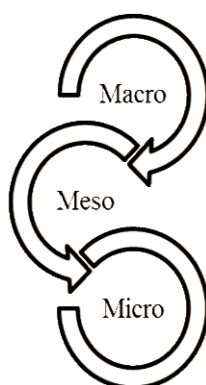
محققان تعاریف متفاوتی از دیوارنویسی ارائه داده‌اند. دورمولر (1988) دیوارنویسی را پدیده‌ای فرهنگی می‌داند که در آن از زبان نمادین و تصویری استفاده می‌شود. دآنجلو (1976) دیوارنویسی را بازتاب سنت‌های رایج و اصول اخلاقی تعریف کرده است که نقش مهمی در بازگو کردن جزئیات رایج آن فرهنگ دارد. دیوارنویسی به‌عنوان ابزار ارتباطی برخوردار از ساختار منظم نیز در نظر گرفته شده است (Bushnell, 1990; Kotska, 1974). برخی نیز از دیوارنویسی به‌عنوان وسیله‌ای برای ابراز احساسات درون یاد کرده‌اند (Deetz, 1992). آبل و بکلی معتقدند:

دیوارنوشته‌ها نوعی وسیله ارتباطی هستند که ماهیتی شخصی دارند و فاقد محدودیت‌های اجتماعی‌اند که به افراد این امکان را می‌دهد که به نقاط ممنوع ذهن خود دسترسی داشته باشند. این نوشته‌های خام گاهی اوقات دریچه‌ای برای شناخت دیدگاه‌های افراد و جوامعی است که دیوارنوشته‌ها به آن تعلق دارند (Abel, E. L. & Buckley, 1977: 3).

بزرگزاده شهدادی و آردکپان دیوارنوشته‌ها را فرهنگ تصویری متناسب با دیگر اشکال اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ما می‌دانند که جلوه‌های متنوع و گوناگون و ساختی پرتنوع و ترکیبی دارد که در عرصه شکل‌گیری‌های تازه اجتماعی، آسان و سریع گونه‌ای از آن غایب می‌شود و گونه‌های تازه‌ای بروز می‌کند (بزرگزاده شهدادی و آردکپان، ۱۳۵۸: ۱۴). دیوارنوشته‌ها مانند صفحه‌های تاریخ، گذشته و ارزش‌ها، تمایلات و تعصبات را نشان می‌دهند. دیوارنوشته‌ها در شکل باستانی خود دربرگیرنده عبارات عاشقانه، جملات قصار عارفانه و مدح و ستایش پادشاهان بوده‌اند (Jeanine, 2006); ولی در شکل معاصر، آن‌ها بیشتر با وقایع و اتفاقات سیاسی- اجتماعی مرتبط هستند. دیوارنوشته‌ها دامنه معنایی گسترده‌ای دارند که بنا بر ماهیت آن‌ها در برخی جوامع جرم شناخته می‌شوند؛ درحالی‌که در بعضی دیگر به جنبه‌های مثبت آن اشاره می‌شود. به دلیل اینکه وسایل ارتباط جمعی ممکن است به راحتی در دسترس افراد نباشد، کسانی که قصد سهیم کردن افکار خود با دیگران

دارند، از دیوارنوشته‌ها استفاده می‌کنند.

دیوارنوشته‌ها ساختاری مرکب دارند که شامل ویژگی‌های گفتار و نوشتار می‌شود و تحت تأثیر سه ساختار اصلی است که در شکل ۱ نمایان است (Bruner & Kelso, 1980):



شکل ۱ عوامل مؤثر بر ساختار دیوارنوشته‌ها

۱. ساختار کلان^۱: شامل جامعه و هنجارهای اجتماعی است.
 ۲. ساختار میانی^۲: مربوط به روابط اجتماعی بین افراد و تحت تأثیر ساختار کلان است.
 ۳. ساختار خرد^۳: موقعیت فیزیکی دیوارنوشته‌ها را دربرمی‌گیرد.
- سه بافت بالا، تأثیر بسزایی در ساختار و کاربرد دیوارنوشته‌ها دارند. هنجارهای اجتماعی، روابط افراد را شکل می‌دهند و ماهیت مخاطب در تعیین محل دیوارنوشته‌ها نقش دارد؛ به‌عنوان مثال دیوارنوشته‌های تبلیغاتی، بیشتر در مکان‌هایی یافت می‌شوند که مردم تردد بیشتری دارند. مخاطب فرضی، مکان دیوارنوشته‌ها را تعیین می‌کند. البته، گاهی اوقات دیوارنوشته‌ها مخاطب معینی دارند که در این حالت ماهیتی شخصی به خود می‌گیرند.
- علت اینکه از دیوارنوشته‌ها به‌عنوان «گفتمان خاموش» (Bruner & Kelso, 1980) یاد می‌شود، این است که اگرچه دیوارنوشته‌ها ماهیتی تعاملی دارند، دو طرف این ارتباط (دیوارنویس و مخاطب)، هم‌زمان با یکدیگر تعامل برقرار نمی‌کنند. مخاطب بیشتر این نوشته‌ها فرضی است و نویسنده نیز مشخص نیست. نکته قابل توجه این است که به دلیل

مشخص نبودن دیوان‌نویس و مخاطب آن، تظاهر کمتری در دیوان‌نوشته‌ها دیده می‌شود و رودربایستی و ترس از در هم شکستن رسم و رسومات جامعه و مورد قضاوت قرار گرفتن وجود ندارد. همین ویژگی‌ها باعث شده که تفاوت زیادی بین مکالمات روزمره افراد که معمولاً از رک‌گویی کمتری برخوردار است و دیوان‌نویسی وجود داشته باشد.

۳. نقش‌های زبانی هلیدی

از آنجا که نقش‌های هلیدی در این نوشتار مورد استفاده قرار گرفته است، بهتر است مقدمه‌ای از آن را بیان کنیم. به عقیده هلیدی، همان‌طور که ساختار زبان اول در ذهن کودک توسعه پیدا می‌کند، نقش‌های متفاوت زبان نیز در ذهن او شکل می‌گیرد (مرادی مقدم و قنسولی، ۱۳۹۱). نظر هلیدی نقطه مقابل دیدگاه صورت‌گرای^۶ چامسکی است. از نظر وی، زبان به مثابه ابزاری برای تعامل میان افراد و رفع نیازهای روزمره است؛ درحالی‌که چامسکی بیشتر به ساختار نظام‌مند زبان توجه دارد که در بنیان این نظریه، همگانی‌های زبان^۷ قرار دارد. به سخن دیگر، چامسکی بینشی «افلاطونی» نسبت به زبان دارد که به ایده‌آل بودن ساختار زبان اشاره می‌کند؛ درحالی‌که هلیدی در تعریف خود از زبان، پیرو سبک «داروین» است که بر رابطه اجتماعی و تأثیر آن بر زبان تأکید دارد (Aitchison, 2003; Seraphine, 2001).

هلیدی در مفهوم گونه کاربردی، به سطوح ساختار زبانی در محدوده جمله و واژگان اشاره می‌کند که تحت تأثیر تنوع بافت اجتماعی است. از طرف دیگر، سوئلز (1990) در مفهوم نوین و پیچیده خود از گونه کاربردی یا تحلیل ژانر^۸ به جامعه گفتمانی^۹ و اهداف نویسنده و تأثیر آن بر ساختار متن اشاره می‌کند. براساس نظریه زبان‌شناسی نظام‌مند^{۱۰} هلیدی، گونه کاربردی به ارتباط میان ویژگی‌های زبانی و بافت اشاره می‌کند؛ یعنی تأکید اصلی بر تأثیرپذیری ساختار زبانی جمله از متن است. از دیدگاه هلیدی، روابط بین افراد، موضوع و مجرای ارتباطی اهمیت بسزایی دارد. به عقیده وی (1975)، برای فهم بهتر معنای گفتمان، باید فرهنگ، روابط و مجرای ارتباطی گفتمان مشخص و بررسی شود. گونه کاربردی تعریف‌شده توسط سوئلز مفهومی گسترده‌تر از گونه کاربردی هلیدی دارد. از دیدگاه سوئلز، گونه کاربردی به جامعه گفتمانی اطلاق می‌شود که اهداف و ویژگی‌های آن باعث شکل‌دهی زبان می‌شود. سوئلز به رابطه بین جامعه گفتمانی و اهداف

اشاره می‌کند؛ درحالی‌که هلیدی به ارتباط میان بافت و انتخاب واژگان و ساختار اشاره می‌کند. تعریف سوئلز از گونهٔ زبانی، مفهومی عام و جامع‌تر دارد که بر نظریهٔ هلیدی سایه می‌افکند (Swales, 1990).

نظریهٔ کاربردشناسی هلیدی شامل هفت نقش زبانی مختلف است که هر یک تأثیر اجتماعی متفاوتی دارد. کاربردهای هفت‌گانهٔ زبان از دیدگاه هلیدی عبارت‌اند از:

۱. نقش ابزاری^۹: این نقش هنگام بیان نیاز و درخواست به کار می‌رود؛ مانند I want (نیاز دارم)؛
۲. نقش تنظیم‌کننده^{۱۰}: برای دستور دادن و تنظیم رفتار دیگران به کار می‌رود؛ مانند Do this (این کار را انجام بده)؛
۳. نقش تعاملی^{۱۱}: برای برقراری ارتباط با دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ مانند Me and you (من و تو)؛
۴. نقش فردی^{۱۲}: برای بیان احساسات، عقاید و هویت شخصی به کار می‌رود؛ مانند Watch me (به من نگاه کن)؛
۵. نقش اکتشافی^{۱۳}: برای کسب دانش از محیط به کار می‌رود؛ مانند What's that? (آن چیست؟)؛
۶. نقش تخیلی^{۱۴}: برای گفتن داستان، لطیفه و ایجاد محیطی خلاق به کار برده می‌شود؛ مانند Let's pretend (تظاهر کنیم)؛
۷. نقش اطلاع‌دهندگی^{۱۵}: برای بیان واقعیت‌ها و اطلاعات استفاده می‌شود؛ مانند I've got something to tell you (موضوعی است که می‌خواهم به تو بگویم).

۴. پیشینهٔ تحقیق

تحقیقاتی که دربارهٔ دیوارنوشته‌ها انجام شده‌اند، نشان‌دهندهٔ ارزش آن‌ها در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و زبانی هستند. سال ۱۹۳۵، اولین تحقیق علمی در مورد دیوارنوشته‌ها انجام شد. به عقیدهٔ برخی نویسندگان، دیوارنوشته‌ها مانند داستان‌های عامیانه، سرشار از اطلاعات هستند و برای انجام تحقیقات علمی استفاده می‌شوند (Read, 1935: 17). در مطالعات مشابه دیگری که بعد از این تحقیق انجام شدند، بیشتر به جنبه‌های اجتماعی

دیوارنوشته‌ها توجه شده است. ریسنر (1974) به این نتیجه رسید که تجزیه و تحلیل دیوارنوشته‌ها اطلاعات باارزشی برای مطالعه اختلالات رفتار و شخصیت‌شناسی افراد ارائه دهد. این دو تحقیق ذکر شده (Read, 1935; Reisner, 1974)، دیوارنوشته‌ها را وارد دنیای آکادمیک کردند. خلاصه مطالعات این دو نویسنده نشان داد که دیوارنوشته‌ها آگاهی فرهنگی افراد را بیشتر می‌کنند و زوایای پنهان ذهن را آشکار می‌کنند.

سولومون و یاگر باور دارند که بخش عمده‌ای از محتوای دیوارنوشته‌ها نشان‌دهنده تمایلات سرکوب‌شده افراد و تعصبات آن‌ها نسبت به خاص است (Solomon & Yager, 1975: 149). گرین (2003) عناوین دیوارنوشته‌ها را براساس تفاوت‌های جنسیتی دیوارنویسان بررسی کرد و به این نتیجه رسید که مردان تمایل بیشتری به مسائل اقتصادی و سیاسی دارند؛ درحالی‌که زنان بیشتر به موضوع‌های مربوط به عشق، فلسفه و مذهب علاقه دارند. در بافت زبان‌شناسی، گرین تفاوت مهمی بین مردان و زنان در استفاده از دیوارنوشته‌ها نیافت.

از دیدگاه لاجمن (1988)، در نظر گرفتن مخاطب، اولین شرط لازم برای دیوارنوشته‌ها است و نقش شکل‌دهنده در آن‌ها دارد. پیش‌تر گفتیم که مخاطب نقش تعیین‌کننده ساختار «مایکرو» یا «ریزساختار» دیوارنوشته‌ها است. بسیاری از افراد از طریق دیوارنویسی می‌کوشند برای خود هویت بیافرینند (Lachmann, 1988).

کلارامونته و آلونسو (1993) براساس بررسی طبقات و اهمیت اجتماعی دیوارنوشته‌ها، ویژگی‌های زبان‌شناختی دیوارنوشته‌ها را تجزیه و تحلیل کردند. به گفته این محققان، دیوارنوشته‌ها از لحاظ زبان‌شناسی خلاقیت بالایی دارند. برخی محققان (Obeng, 2000) از دیوارنوشته به‌عنوان گفتمان ذکر کرده‌اند که مشخصه‌های کنش‌گفتار در آن دیده می‌شود. نویسندگان دیگر به ماهیت دیوارنوشته‌ها پرداخته‌اند. به باور کریستال (2006)، دیوارنوشته‌ها همیشه برای برقراری ارتباط به کار نمی‌روند؛ بلکه خلق دیوارنوشته‌ها به مثابه ابزاری برای ثبت اثر نگارنده و یادگاری است. کریستال بیان می‌کند که استفاده از اینترنت خلاقیت زبانی دیوارنوشته‌های خلق‌شده توسط زبان‌آموزان را تا حد زیادی افزایش داده است (Crystal, 2006).

کریستال (2008) معتقد است برخی راهبردهایی که در پیام‌های کوتاه از طریق تلفن همراه

رد و بدل می‌شود در ساختار زبانی دیوارنوشته‌ها دیده می‌شود. به گفته‌ی وی، برای فهم دیوارنوشته‌ها، دانش زبانی، شناخت جامعه و سواد خواندن و نوشتن لازم است.

نگرش زبانی در دیوارنوشته‌ها توسط اُبنگ (2000) مطالعه شد. او پی برد که راهبردهای استدلالی^{۱۶} برای بیان نگرش‌های زبانی در دیوارنوشته‌های دانشجویان کشور غنا، متأثر از بینامتنیت^{۱۷} است. او به این نتیجه رسید که دیوارنویسان از متن‌های قبلی یا دانش عمومی در دیوارنوشته‌ها استفاده می‌کنند. راهبردهای استفاده‌شده در دیوارنوشته‌ها عبارت‌اند از: اهانت به اشخاص، توهین و اصطلاحات عامیانه^{۱۸}.

از نظر جامعه‌شناسان، متغیرهای انگیزشی و شخصیتی، عوامل شکل‌دهنده‌ی دیوارنوشته‌ها هستند؛ برای نمونه، برخی نویسندگان باور دارند که رفع نیازهای ارتباطی و دیده شدن و خوشگذرانی، در شکل دادن دیوارنوشته‌ها مؤثرند. در برخی شرایط، دیوارنوشته‌ها مرز قدرت بین زنان و مردان را نشان می‌دهند که تمایلات جنسیتی و عقده‌های روانی را به تصویر می‌کشد (Loewenstine, Pontics, Paludi, 1982: 308).

از بین تحقیقاتی که روی دیوارنوشته‌های ایرانی انجام شده‌اند، می‌توانیم به تحقیق بزرگزاده شهدادی و آردکپان اشاره کنیم. این محققان پس از بررسی ۲۰۰ اسلاید از دیوارنوشته‌های انقلابی در سال ۱۳۵۸ به نتایج زیر رسیدند:

۱. ۹۷ درصد شعارها به زبان فارسی، ۲/۴ درصد به زبان انگلیسی و ۱/۲ درصد به زبان عربی نوشته شده‌اند.

۲. ۳۶/۵ درصد شعارها مذهبی، ۸/۷ درصد چپی و ۲۸ درصد ملی هستند.

۳. ۸۷ درصد شعارها جدی، ۴/۸ درصد طنز، ۲/۵ درصد به صورت شعر و ۵/۵ درصد به صورت فحش بوده‌اند.

۴. ۷ درصد از شعارها خبری، ۲۳ درصد آگاهی‌دهنده، ۷ درصد هشداردهنده، ۸/۵ درصد امری و ۲۴ درصد بزرگداشت هستند و ۲۹ درصد محتوایی غیر از موارد بالا دارند (بزرگزاده شهدادی و آردکپان، ۱۳۵۸: ۳۱).

هرچند این دو نویسنده گفته‌اند که «در فرهنگ نوشتاری، مخاطب شعارها مردم باسوادند» (همان: ۳۱)، این ادعا چندان درست نیست؛ زیرا بیشتر دیوارنوشته‌ها در مناطق پایین شهر و یا مناطق محروم دیده می‌شوند و بیشتر اوقات مخاطب این نوشته‌ها مردم عوام

هستند. در تحقیق بزرگزاده شهدادی و آردکپان نیز به این موضوع اشاره شده است که «در پایین شهر ... تعداد دیوارنوشته‌ها نسبتاً زیاد است» (همان: ۱۹). تحقیقات انجام شده در این حوزه بیشتر بر جنبه‌های روان‌شناسی (هویت، مردسالاری و رفتار منحرف) و جامعه‌شناسی تأکید دارند. تاکنون مطالعه‌ای برای مقایسه دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی انجام نشده است؛ از این رو این تحقیق می‌تواند در شناخت این دو فرهنگ کمک شایانی کند.

۵. روش تحقیق

انگیزه اصلی این پژوهش این است که پی ببریم آیا دیوارنوشته‌ها، به‌عنوان گونه کاربردی مشخص، متشکل از نقش‌های متفاوت‌اند یا نظم کلی دارند؟ جامعه آماری تحقیق شامل ۳۱۴ دیوارنوشته (۱۵۷ دیوارنوشته فارسی و ۱۵۷ دیوارنوشته انگلیسی) است. دیوارنوشته‌ها را از طریق مشاهدات نویسندگان، جست‌وجوی اینترنتی، مقالات چاپ‌شده درباره دیوارنویسی و مصاحبه با برخی گروه‌های خاص، از قبیل خوانندگان زیرزمینی جمع‌آوری کردیم. جملاتی را که پشت خودروها (بیشتر کامیون و کامیونت) نوشته می‌شوند، دیوارنوشته به شمار نیاوردیم. از آنجا که در بررسی دیوارنوشته‌ها، محتوا مورد نظر بود، آن‌ها را در گروه‌های مختلفی قرار دادیم تا تحلیل آن‌ها ساده‌تر انجام شود. بعد از جمع‌آوری دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی و طبقه‌بندی آن‌ها براساس محتوای معنایی مشترک، فراوانی هر گروه را در زبان فارسی و انگلیسی به دست آوردیم تا پی ببریم کدام نقش‌های زبانی در دو فرهنگ اهمیت بیشتری دارند. در پایان، در قسمت تحلیل آماری، از مجذور کای (χ^2) برای محاسبه معنادار بودن تفاوت فراوانی‌ها استفاده کردیم.

۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها

گونس و بیلماز (2006) دیوارنوشته‌ها را به هفت گروه تقسیم کرده‌اند؛ ولی با توجه به ویژگی‌های دیوارنوشته‌های جمع‌آوری شده، آن‌ها را در ۱۱ گروه زیر دسته‌بندی کردیم:



۱-۶. جمله‌های پنددهنده

در این نوع جمله‌ها، فرد می‌کوشد پندی را در قالب ساختاری متفاوت به مخاطب خود برساند؛ مانند «هر که بی ایزد زیست/ میراست»، «زندگی کردن ساده است»، «کردار نیک» و University students wash yourselves.

۲-۶. جمله‌های مذهبی

این‌گونه دیوارنوشته‌ها چون از اعتقادات و باورهای مردم سرچشمه می‌گیرند، جایگاه خاصی در بین ملت‌ها دارند؛ مانند «الله اکبر»، «شاید این جمعه بیاید»، «یا مهدی ادرکنی» و Christ! Our lord در زبان انگلیسی.

۳-۶. جمله‌های آرمان‌گرایانه

در این گروه، شعارهایی که آرمان‌های جامعه را منعکس می‌کنند یا از گروه‌های اجتماعی خاصی حمایت می‌کنند، قرار گرفته‌اند؛ مانند «درود بر شهیدان» و جمله‌های انگلیسی زیر:
Batman comes
I love heavy metal

۴-۶. جمله‌های عامیانه

دیوارنوشته‌های این گروه، جمله‌های رایج در بین افراد هستند. این‌گونه دیوارنوشته‌ها بیشتر از طریق رسانه در بین افراد رایج می‌شوند و در قالب تکیه کلام در میان افراد جامعه پذیرفته می‌شوند؛ مانند «عمو یادگار» که از آگهی تبلیغاتی در بین مردم رایج شده است و Big Brother! که از یکی از رمان‌های جورج اورول به نام ۱۹۸۴ برگرفته شده است.

۵-۶. جمله‌های طنزآمیز

طنز یکی از موضوع‌های اصلی دیوارنوشته‌ها است. نوشته‌هایی از قبیل «قلیان همراه رسید/ هیچ کس تنها نیست» و «شلغم کوپنی موجود است» در این گروه قرار گرفتند. در زبان انگلیسی جملاتی مانند Save Dresden! Drink a lot زمانی رایج شد که در شهر «درسدن» سیل جاری شده بود و این جمله تقاضایی طنزآمیز از مردم برای نجات شهر داشت.

۶-۶. جمله‌های هشداردهنده و انتقادی

در این گروه، دیوارنوشته‌هایی قرار دارند که حاوی پیام‌های هشداردهنده یا اعتراض‌آمیز هستند؛ مانند «در این محل آشغال نریزید»، «پارک ممنوع» و جمله انگلیسی زیر:
No trespassing .We tow .Swine Flu to back!

۶-۷. جمله‌های بیانگر همدردی

در این گروه دیوارنوشته‌هایی قرار می‌گیرند که برای تسلی خاطر افراد، کاهش فشارهای روانی و ابراز همدردی به کار می‌روند؛ مانند «مُردم از غریبی»، «برایم دعا کنید» و جمله انگلیسی زیر:

Is there any life before death!

۶-۸. جمله‌های شاعرانه / ادبی

از آنجا که ادبیات و شعر جزء جدایی‌ناپذیر فرهنگ هر کشور است، جملاتی که به اصول اخلاقی و اعتقادات مذهبی و فرهنگی مرتبط هستند، در این گروه قرار می‌گیرند؛ مانند «هر که از دیده رود از دل برود»، «ز گهواره تا گور دانش بجوی» و جمله انگلیسی زیر:
A wise man is astonished by everything.

۶-۹. جمله‌های عاطفی

نوشته‌های عاطفی در این دسته قرار می‌گیرند؛ مانند «دوستت دارم»، «فقط به یاد تو» و Peace, Love, Happiness در انگلیسی.

۶-۱۰. جمله‌های سیاسی

جملاتی چون «مرگ بر شاه» و Bush against the world که برخاسته از شرایط سیاسی جوامع هستند در این دسته قرار می‌گیرند.

۱۱-۶. جمله‌های تبلیغی

دیوارنوشته‌هایی که ماهیتی تبلیغی دادند و برای ارائه خدمات یا فروش کالا استفاده می‌شوند، در این گروه قرار می‌گیرند؛ مانند «گوسفند زنده درب منزل شما» یا Big Bear که به نام تجاری نوعی نوشیدنی اشاره می‌کند. در جدول ۱، دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی مطابق با نقش‌های هفت‌گانه هلیدی طبقه‌بندی شده است:

جدول ۱ طبقه‌بندی دیوارنوشته‌ها براساس نقش‌های زبانی هلیدی

نقش‌های هلیدی	نمونه دیوارنوشته فارسی	نمونه دیوارنوشته انگلیسی
نقش اکتشافی	آیا این جمعه می‌آید؟	Is there any life before death?
نقش تخیلی	قلیان همراه رسید، هیچ‌کس تنها نیست	Save Dresden, Drink a lot
نقش تنظیم‌کننده	در این محل آشغال نریزید	University students! Wash yourselves
نقش فردی	مردم لطفاً برای من دعا کنید	I love heavy metal
نقش ابزاری	گوسفند زنده درب منزل شما	Big Bear
نقش اطلاع‌دهندگی	کودتای ننگین ۲۸ مرداد فراموش نشود	Driving is a serious business
نقش تعاملی	گرم یادآوری یا نه، من از یادت نمی‌کاهم	You have not stuck in traffic! You are the traffic itself

جدول ۱ نشان می‌دهد که دیوارنوشته‌ها با نقش‌های زبانی هلیدی مطابقت دارند و نقش‌های متفاوت را دربرمی‌گیرند. دیوارنوشته‌ها وسایل ارتباطی انعطاف‌پذیری هستند که از لحاظ زبانی نیز نظام‌مند هستند. دیوارنوشته‌ها را می‌توانیم به‌عنوان یکی از گونه‌های زبانی در نظر بگیریم که در شرایط متفاوت، کاربردهای متنوعی دارد. در ادامه، به بررسی فراوانی‌های نقش‌های هفت‌گانه در زبان فارسی و انگلیسی می‌پردازیم تا به این موضوع پی ببریم که الگوی معناداری بین فراوانی‌ها دیده می‌شود یا نه؟

جدول ۲ سطح معنادار بودن تفاوت فراوانی‌ها بین دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی

Chi-square χ^2	Sig.	فراوانی مورد انتظار	دیوارنوشته‌های انگلیسی	دیوارنوشته‌های فارسی	کاربردهای زبان از دیدگاه هلیدی
۲۶۷/۱۱	/۰۰۱	۳۰	۱۷	۴۳	نقش ابزاری
۳۳۲/۵	/۰۲۱	۲۴	۳۲	۱۶	نقش تنظیم‌کننده
۸۸۰/۲	/۰۹۰	۲۵	۱۹	۳۱	نقش تعاملی
۰۸۳/۱۰	/۰۰۱	۲۴	۳۵	۱۳	نقش فردی
۸۲۸/۵	/۰۱۶	۱۴/۵	۲۱	۸	نقش اکتشافی
۰۰۰/۶	/۰۱۴	۲۷	۱۸	۳۶	نقش تخیلی
۰۰۰/۱	/۰۳۱۷	۱۲/۵	۱۵	۱۰	نقش اطلاع‌دهندگی
-	-	-	۱۵۷	۱۵۷	فراوانی کل

جدول ۲ نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین همه نقش‌های زبانی هلیدی، به‌جز در نقش تعاملی، در دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی وجود دارد. تنها نقش زبانی که تفاوت معناداری در آن دیده نمی‌شود، نقش تعاملی است ($\chi^2=۸۸۰/۲$)؛ یعنی در هر دو زبان، نقش تعاملی تقریباً به تعداد مشابه استفاده شده است. در زبان فارسی، نقش ابزاری، فراوانی بیشتری نسبت به زبان انگلیسی دارد که نشان می‌دهد فارسی‌زبانان از جمله‌های تبلیغی در دیوارنوشته‌ها بیشتر استفاده می‌کنند. در نقش تنظیم‌کننده، دیوارنوشته‌های انگلیسی فراوانی معنادار بیشتری دارند.

در جدول ۲ می‌بینیم که بین نقش‌های مختلف زبانی از دیدگاه هلیدی در دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی تفاوت‌هایی وجود دارد. نقش‌های فردی، اطلاع‌دهندگی و اکتشافی، به ترتیب کمترین فراوانی را در بین نقش‌های زبانی دیوارنوشته‌های فارسی دارند.

تحقیقات در حوزه فرهنگ‌شناسی نیز نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۲ را تأیید می‌کنند. پژوهش‌های فرهنگ‌شناسی هوفستد (1983; 1980) نشان داد که فارسی‌زبانان نمونه‌ای از جوامع «جمع‌گرای وابسته» هستند و تمایل کمتری به استفاده از ضمیر اول شخص «من» نسبت به جوامع غربی دارند؛ بنابراین، نقش فردی در زبان فارسی فراوانی کمتری نسبت به نقش‌های دیگر دارد. به عقیده هوفستد، بیشتر کشورهای جهان سوم در گروهی قرار دارند که فاصله طبقاتی آن آشکارتر از جوامع غربی است و میزان فردگرایی پایین‌تر است. فارسی‌زبانان در

دیوان‌نوشته‌های خود بیشتر از جملاتی استفاده می‌کنند که توجه دیگران را به خود جلب کنند. ماهیت این نوشته‌ها کمتر به بیان احساسات فردی می‌پردازد و بیشتر در راستای برقراری ارتباط جمعی با افراد است؛ بنابراین، نقش ابزاری که نوعی برقراری ارتباط جمعی بین افراد است، در زبان فارسی بیشتر است.

فارسی‌زبانان در جمله‌های خود از نیروی تخیل و خلاقیت بیشتری نسبت به جوامع غربی استفاده می‌کنند. مرادی مقدم (2011) طی تحقیقی به این نتیجه رسید که فارسی‌زبانان در تسلیت‌های خود از جمله‌هایی استفاده می‌کنند که فقط نقش تسکین‌دهنده دارند (تخیلی) و منظور معنای واقعی جمله نیست؛ برای نمونه، وقتی فرد در بیان احساسات خود جمله «کاش من می‌مردم» را به کار می‌برد، منظورش معنای تحت‌اللفظی جمله نیست و این جمله را برای بیان شدت عواطف خود به کار برده است. در جوامع غربی، جمله‌ها بیشتر واقع‌گرا هستند؛ برای نمونه، افراد بیشتر از ضمیرهای اول شخص مفرد استفاده می‌کنند که مربوط به بافتی محسوس و مشخص است، نه انتزاعی. در این تحقیق نیز دیدیم که فراوانی نقش تخیلی هلیدی در دیوان‌نوشته‌های فارسی بیشتر از دیوان‌نوشته‌های انگلیسی است.

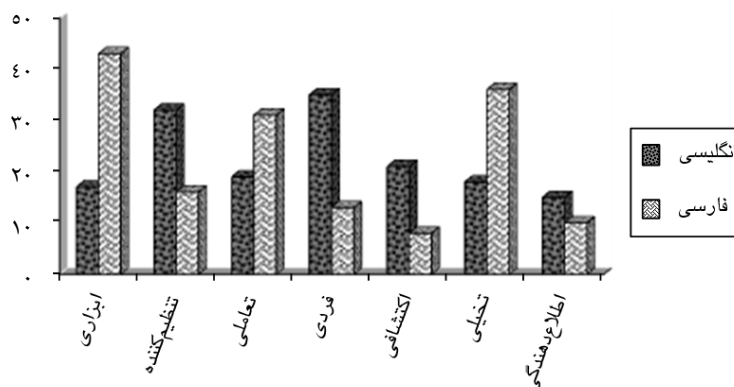
در جدول ۲ می‌بینیم که نقش فردی در کشورهای غربی بسیار برجسته شده است. به عقیده بری و همکاران (2002)، کشورهای انگلیسی‌زبان از لحاظ سکولار بودن در درجه متوسط و از لحاظ «خودآزایی» در درجه بالایی قرار دارند. از دیدگاه این محققان، جوامع شرقی از لحاظ هر دو ویژگی در درجه پایینی قرار دارند. نظریات شوآرتز و سگیو (1995) نیز این موضوع را تأیید می‌کند. آن‌ها باور دارند که جوامع شرقی بیشتر به «از خود فرارویی»^{۱۹} گرایش دارند و جوامع غربی به «خودآزایی»^{۲۰}.

کمترین فراوانی در بین دیوان‌نوشته‌های فارسی وجود دارد. به عقیده کوماروادیلو (2003)، کشورهای آسیایی تمایل کمتری به پرسیدن دارند و بیشتر مصرف‌کننده تفکرات و ایدئولوژی‌های دیگران هستند و عقیده‌های متفاوت را راحت‌تر می‌پذیرند. در تحقیقات جامعه‌شناسی بیان شده است که جوامع شرقی محافظه‌کارتر از جوامع غربی هستند (Hofstede, 1980, 1983)؛ در نتیجه، نقش اکتشافی در جوامع شرقی فراوانی کمتری نسبت به جوامع غربی دارد. جدول ۳ بخشی از نتایج تحقیق هوفستد (1983) را نشان می‌دهد:

جدول ۳ توزیع شاخص‌های فرهنگی در تحقیق هوفستد

کشور	فاصله طبقاتی ^{۲۱}	فردگرایی ^{۲۲}	مردسالاری ^{۲۳}	تحمل ابهام ^{۲۴}
ایران	۵۸	۴۱	۴۳	۵۹
بریتانیا	۳۵	۸۹	۶۶	۳۵
آمریکا	۴۰	۹۱	۶۲	۴۶

در جدول ۳ می‌بینیم که کمترین میزان فردگرایی در کشور ایران است. از نظر میزان مردسالاری نیز کشور ایران کمترین فراوانی را دارد. به عقیده هوفستد، در کشورهایی که میزان مردسالاری پایین‌تر است، افراد تمایل کمتری به فردگرایی دارند و بیشتر از قدرت بالاتر تبعیت می‌کنند؛ به سخن دیگر، افراد قدرت نقد و انعطاف‌پذیری کمتری دارند. شاخص‌های فاصله طبقاتی و تحمل ابهام نیز این گفته را تأکید می‌کند. در شکل ۲ خلاصه نتایج اصلی تحقیق را نشان داده‌ایم.



شکل ۲ فراوانی نقش‌های زبانی هلیدی در دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی

می‌بینیم که نقش ابزاری در دیوارنوشته‌های فارسی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و در دیوارنوشته‌های انگلیسی نقش فردی فراوانی بیشتری دارد. کمترین فراوانی در دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی، به ترتیب مربوط به نقش اکتشافی و اطلاع‌دهندگی است.



۷. نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های تحقیق، گرایش بیشتر دیوارنوشته‌های فارسی ابزاری است و نوشته‌های انگلیسی بیشتر گرایش فردی و درونی دارند؛ به سخن دیگر، دیوارنوشته‌های فارسی بیشتر انگیزه خارجی دارند و در دیوارنوشته‌های انگلیسی تمایلات درونی بیشتر است. این تحقیق می‌تواند انگیزه‌ای برای مطالعات بیشتر در زمینه دیوارنوشته‌ها باشد. تأثیرگذاری اهداف بر ویژگی‌های زبانی دیوارنوشته‌ها و بررسی آن‌ها در فرهنگ‌های متفاوت برای پیدا کردن نقش جدید زبانی، موضوعات خوبی برای پژوهش‌های بعدی هستند. همه دیوارنوشته‌های مورد بررسی در این تحقیق را در هفت نقش زبانی هلیدی خلاصه کردیم؛ ولی احتمال یافتن نقش جدید زبانی در این نوشته‌ها، جای پژوهش‌های بیشتر را باز گذاشته است.

۸. پی‌نوشت‌ها

1. macro-structure
2. meso-structure
3. micro-structure
4. formalism
5. universal grammar
6. genre analysis
7. discourse community
8. systemic-functional linguistics
9. instrumental
10. regulatory
11. interactional
12. personal
13. exploratory
14. imaginative
15. informative
16. discursive
17. intertextuality
18. slang
19. self-transcendence
20. self-enhancement
21. power distance index
22. individualism
23. masculinity
24. uncertainty avoidance index

۹. منابع

- شعیری، حمیدرضا و ترانه وفایی (۱۳۸۸). *راهی به نشانه- معناشناسی سیال*. تهران: علمی و فرهنگی.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۹). *تجزیه و تحلیل نشانه- معناشناختی گفتمان*. تهران: سمت.
- مرادی مقدم، مصطفی و بهزاد قنسولی (۱۳۹۱). «تطبیق ویژگی‌های متنی و فرامتنی در اقتباس: بررسی موردی ترجمهٔ رمان غرور و تعصب». *مجلهٔ جستارهای زبانی*. د ۳. ش ۴. (زمستان). صص ۲۱۵-۲۳۴.
- بزرگ‌زاده شهدادی، نفیسه و امرالله فرهادی آردکپان (۱۳۵۸). «دیوارنوشته‌های انقلاب». *نامهٔ نور*. ش ۶. صص ۱۴-۳۳.

Reference:

- Abel, E. L. & B. E. Buckley (1977). *The Handwriting on the Wall: Toward a Sociology and Psychology of Graffiti*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Aitchison, J. (2003). *A Glossary of Language and Mind*. Oxford: Oxford University Press.
- Berry, J. W.; Y. H. Poortinga; M. H. Segall & P. R. Dasen (2002). *Cross-Cultural Psychology: Research and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bozorgzadeh, S. & et. al., (1979). "Graffiti of Revolution". *Nameh Noor*. Vol.6. pp. 14-33 [In Persian].
- Bruner, E. M. & J. P. Kelso (1980). "Gender differences in graffiti: A semiotic perspective". *Women's Studies International Quarterly*. 3. pp. 239 - 252.
- Bushnell, J. (1990). *Moscow graffiti*. London: Unwin Hyman.
- Claramonte, M. B. & J.I.G. Alonso. (1993). "Categories, Morphological Features and Slang in the Graffiti of a United States Western University". *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*. 6. Pp. 19 - 31.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.



- ----- (2008). *Txtng: The Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.
- D'Angelo, F. J. (1976). "Fools' names and fools' faces are always seen in public places: A study of graffiti". *Journal of Popular Culture*. 10. Pp. 102- 109.
- Deetz, S. A. (1992). *Democracy in An Age of Corporate Colonization*. New York: State University of New York Press.
- Durmuller, U. (1988). "Sociolinguistic aspects of mural sprayscripts (Graffiti)". *Sociolinguistics*. 17. pp. 1- 16.
- Green, J. A. (2003). "The writing on the stall: Gender and graffiti". *Journal of Language and Social Psychology*. 22 (3). pp. 282 - 296.
- Güneş, S. & G. Yılmaz. (2006). *Understanding Graffiti in the Built Environment*. 42nd ISoCaRP Congress.
- Halliday, M.A.K. (1975). *Learning How to Mean*. London: Edward Arnold.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills; CA: Sage.
- ----- (1983). "The cultural relativity of organizational practices and theories". *Journal of International Business Studies*. 14. Pp. 75 - 89.
- Jeanine, A. (2006). *The History of Graffiti*. UCL: London's Global University.
- Kumaravadivelu, B. (2003). "Problematizing cultural stereotypes in TESOL". *TESOL Quarterly*. 37. Pp. 709 - 718.
- Lachmann, R. (1988). "Graffiti as career and ideology". *The American Journal of Sociology*. 94. Pp. 229 - 250.
- Loewenstine, H. V.; G. D. Ponticos & M. A. Paludi (1982). "Sex differences in graffiti as a communication style". *The Journal of Social Psychology*. 117. Pp. 307-308.
- Mc Cormick, K. (2005). *A Content Analysis of Graffiti in Albuquerque*. Undergraduate Dissertation: University of New Mexico.
- Morady Moghaddam, M. & B. Ghonsooly (2012). "A comparison of textual and intra-textual features in adaptation: A study of the translation of *Pride and Prejudice*

- novel. *Journal of Language Related Research (Former Comparative Language and Literature Research)* 3(4). pp. 215-234 [In Persian].
- Morady Moghaddam, M. (2011). *A cross-cultural study into English and Persian Speech Act of Condolence and Condolence Responses*. Unpublished M.A. Thesis. Ferdowsi University of Mashhad: Mashhad.
 - Obeng, S. G. (2000). "Speaking the unspeakable: Discursive strategies to express language attitudes in Legon (Ghana) Graffiti". *Research on Language and Social Interaction*. 33 (3). Pp. 291 - 319.
 - Read, A. W. (1935). *Lexical Evidence from Folk Epigraphy in Western North America: A Glossarial Study of the Low Element in the English Vocabulary*. Paris: Privately published.
 - Reisner, R. (1974). *Encyclopedia of Graffiti*. New York: Macmillan Publishing.
 - Schwartz, S. H. & L. Sagiv (1995). "Identifying culture specifics in the content and structure of values". *Journal of Cross- Cultural Psychology*. 26. Pp. 92 – 116.
 - Seraphine, C. L. (2001). *Aristotle*. In J. A. Palmer, *Fifty Major Thinkers on Education: From Confucius to Dewey*. NY.: Routledge Publication.
 - Shairi, H. R. & T. Vafaei (2009). *A Road to Fluid Semiotics*. Tehran: Scientific Cultural Publications [In Persian].
 - Shairi, H. R. (2010). *Analysis of Semiotics Discourse*. Tehran: SAMT Publications [In Persian].
 - Solomon, H. & H. Yager (1975). "Authoritarianism and graffiti". *Journal of Social Psychology*. 97. Pp. 149 - 150.
 - Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis: English in Academic and Research Setting*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Thrumbo, H. (1731). *The Merry-Thought: Or the Glass Window and Bog-House Miscellany*. Los Angeles: University of California Press.