

A study of Address Terms in Khoy Variety of Azeri Turkish

Vol. 13, No. 1, Tome 67
pp. 525-555
March & April 2022

Ramin Marzi¹, Mohammad Reza Ahmadkhani^{2*}, & Alie Kord Zafaranlu Kambouziya³

Abstract

To know how people begin their conversation and address each other is important in studying and making social relations. The aim of this research is to analyze sociolinguistic phenomenon called address terms by focusing three objectives: finding types, functions and social factors of address terms used in spoken form of Khoy variety of Azeri Turkish. The method of this study is content analysis and the data which are collected by field study using questionnaires from 225 Khoy native speakers show that there are eight types of address forms in Khoy variety of Azeri Turkish: first names, last name, titles, family relationship terms, pet names, religious terms, terms of profession and reversed terms. Data analysis show that in this language address terms in different conditions and situations express intimacy, power distance and respect from the maximum to the minimum which means that among these language society intimacy has high priority in using address terms. Also data analysis showed that age, family relation, social ranking and job hierarchy and education affect on choosing address terms showing that in the culture of this traditional language society age and family relation more than other factors are responsible for social, cultural and class distances. Also, according to the data first name is most frequent address term in Khoy variety of Azeri Turkish. Religious terms have the most frequency among strangers which shows that religious affairs are important for Khoy people. Distinctive characteristics of this research regarding other researches is that beside studying address terms, social and functional factors having role in choosing address terms are analyzed.

Key words: Sociolinguistics, Address terms, Spoken form, Azeri Turkish, Khoy

Received: 23 December 2019
Received in revised form: 3 April 2020
Accepted: 21 April 2020

1. Ph.D. Candidate in Linguistics, Islamic Azad University, Tehran North Branch, Tehran, Iran.
2. Corresponding author: Associate Professor of Linguistics., Payame- Noor University, Tehran, Iran; *Email: ahmadkhani@pnu.ac.ir*
3. Associate Professor of Linguistics., Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

1. Introduction

Understanding the culture, ideology, ethnic beliefs, social relations, etc., needs understanding the society and the verbal interaction among the individuals. One of the most important aspects of the social relations is to know how to start up a conversation and use the means of addressing the other. The current study, accordingly, aims to investigate the addressing phrases used in interactions in order to extract their types, functions, and social aspects. The corpus used in this study consists of 1474 addressing phrases in Azeri Turkish used in Khoy, which was collected through a spoken questionnaire from 225 speakers. The research questions are: 1) what are the type of addressing phrases in Azeri Turkish in the spoken language of Khoy? 2) What are the structural and functional features of these phrases? 3) What social aspects do play role in selecting the phrases by the Khoy speakers? The hypothesis indicates that the traditional, religious, and cultural beliefs as well as the social aspects of the Khoy speakers affect the selection of these addressing phrases. The research method employed in this study is content analysis based on the theoretically-related perspective through the descriptive, explanatory, and exploratory levels of analysis.

2. Conclusion

The aim of this study was to understand the addressing phrases used in the Turkish community of Khoy considering the factors that distinguish them from other addressing phrases. The findings showed that the addressing phrases in the spoken language of Khoy people is influenced by the individual's relations, context, and social variables of gender, age, education, occupation, behavioral type and other related factors. Analyzing the structure, function, and social aspects of the addressing phrases used among the Azeri Turkish speakers of Khoy suggested that there are eight categories of addressing phrases: first name, surname, title, family relations, nickname, religious names, occupational names, and reversal names. The frequency of

each category depends on the social and cultural status, gender, social class, age, family relation, occupational status, and functional factors. The content analysis indicated that except for the strangers, the first name is the least signifying addressing phrase. Therefore, it can be implied that the Azeri Turkish used in the spoken language of Khoy is mostly first name dependent, as it is the case in Farsi language.

This study also analyses the social factors of using each of the addressing phrases. The findings of the study not only can set a platform for other research projects in Turkish language and comparative studies among other languages, but also could be used in teaching Azeri Turkish as a second language for the teachers of the ministry of education who are working on Farsi, English, and Turkish at the same time.



دوماهنامه بین‌المللی

د ۱۳، ش ۱ (پیاپی ۶۷) فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۱، صص ۴۹۳-۵۵۵

مقاله پژوهشی

<http://dort.net/dor/20.1001.1.23223081.1401.0.0.33.5>

بررسی عبارات خطاب در زبان ترکی آذری گونه گفتاری خوی

رامین مرزی^۱، محمدرضا احمدخانی^۲، عالیه کرد زعفرانلو کامبوزیا^۳

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد واحد تهران شمال، تهران، ایران.

۲. دانشیار زبان‌شناسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۳. دانشیار زبان‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۰۲

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. این پژوهش به‌منظور بررسی پدیده اجتماعی عبارات‌های خطاب با سه هدف شناخت انواع، کارکرد و عوامل اجتماعی به‌وجود آورنده آن‌ها در گونه گفتاری ترکی آذری خوی است. روش تحقیق تحلیل محتواست و داده‌ها که به‌طور میدانی و با ابزار پرسش‌نامه از ۲۲۵ گویشور خویی صورت گرفته است نشان می‌دهد که هشت نوع عبارت خطاب در مکالمات روزمره این افراد استفاده می‌شود: اسامی کوچک، نام خانوادگی، عناوین (القاب)، عبارات‌های خویشاوندی، اسامی تحبیب، اسامی مذهبی، اسامی حرفه‌ای و عبارت معکوس. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که در این زبان عبارات خطاب در شرایط و موقعیت‌های گوناگون به ترتیب از بیشترین به کم‌ترین نشان‌دهنده نقش‌های صمیمیت، فاصله قدرت و احترام هستند که بیانگر میزان بالای نقش صمیمیت در میان این گویشوران در استفاده از ابزار گفتاری خطاب است. همچنین بررسی داده‌ها بیان می‌کند که به ترتیب عوامل سن، رابطه خانوادگی، مرتبه اجتماعی، سلسله‌مراتب شغلی و تحصیلات بر انتخاب عبارات خطاب تأثیر دارند که نشان می‌دهد در فرهنگ این جامعه زبانی سنتی عامل سن و رابطه خانوادگی بیشتر از موارد دیگر در تعیین فاصله اجتماعی، فرهنگی و طبقاتی دخیل هستند. همچنین برطبق تحلیل داده‌ها اسم کوچک، بیشترین کاربرد را در بین مردم خوی در حالت آشنایی با مخاطب دارد. اسامی مذهبی نیز بیشترین کاربرد را در بین افراد غریبه دارد که این حاکی از اهمیت و رواج فراوان باورهای مذهبی در بین مردم خوی است. به‌طور کلی ویژگی متمایز این پژوهش نسبت به دیگر تحقیقات این است که علاوه بر بررسی عبارات خطاب عوامل اجتماعی و نقشی مؤثر بر انتخاب آن‌ها نیز تحلیل شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: زبان‌شناسی اجتماعی، عبارات خطاب، گونه گفتاری، ترکی آذری، خوی.

E-mail: ahmadkhani@pnu.ac.ir

* نویسنده مسئول مقاله:

۱. مقدمه

شناخت فرهنگ، ایدئولوژی، باورهای قومی، روابط اجتماعی و ... به شناخت جامعه و درک روابط میان افراد در جوامع زبانی کمک فراوانی می‌کند. دانستن اینکه افراد چگونه باب گفت‌وگو را باز می‌کنند یا چگونه و با استفاده از کدام مقولات خطاب همدیگر را مورد خطاب قرار می‌دهند، موضوعی بسیار مهم در روابط اجتماعی بین افراد به‌شمار می‌رود. افراد با استفاده از مقولات خطاب مانند اسامی کوچک^۱، نام خانوادگی^۲، عبارت خویشاوندی^۳، اسامی تحبیب^۴، کوتاه‌شدگی^۵، عناوین^۶، اسامی مذهبی^۷، اسامی حرفه‌ای^۸، عناوین احترام‌آمیز^۹، عبارت معکوس^{۱۰} و موارد دیگر با در نظر گرفتن نقش خود و مخاطب در محیط‌های مختلف و در برخی موارد در روابط نابرابر قدرت (بالادست و پایین‌دست) به انتخاب مقوله‌ی خطابی مناسب دست می‌زنند. عبارات‌های خطاب مکانیسم زبانی مهمی هستند که گویشوران از طریق آن نگرش و برداشت خود را در مورد رابطه‌ی خود با مخاطب منعکس می‌کنند. انتخاب نامناسب عبارات خطاب ارتباط خوب بین گوینده و شنونده را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. صورت‌های خطاب شاخص رابطه‌ی اجتماعی بین گوینده و شنونده با توجه به فاصله‌ی موقعیتی و اجتماعی‌اند. این عبارات به نوعی سرمایه‌ی عاطفی هستند که می‌توانند دیگران را در ارتباط در جایگاهی مطمئن‌تر قرار دهند و وسیله‌ی حفظ وجهه^{۱۱} شوند. از آنجایی‌که هر جامعه‌ای به دلیل داشتن دیرینه‌ی متفاوت فرهنگی، اجتماعی، تاریخی، مذهبی، عاطفی و ... می‌تواند به شیوه‌ی خاص خود از عبارات‌های خطاب استفاده کند، پژوهش حاضر به‌منظور بررسی پدیده‌ی اجتماعی عبارات‌های خطاب با سه هدف کشف انواع، کارکرد و عوامل اجتماعی به‌وجودآورنده‌ی آن انجام شده و پیکره‌ی آن شامل ۱۴۷۴ عبارت خطاب مورد استفاده در ترکی آذری گونه‌ی خوی است که از طریق پرسش‌نامه از گونه‌ی گفتاری ۲۲۵ گویشور جمع‌آوری شده است. پرسش این پژوهش این است که چه عبارات‌های خطابی در زبان ترکی آذری گونه‌ی گفتاری خوی به‌کار می‌روند و این عبارات‌ها به لحاظ ساختاری (نوع) و نقشی و کارکردی چه ماهیتی دارند و کدام عوامل اجتماعی در انتخاب عبارات خطاب گویشوران خوی مؤثرند. فرضیه‌ی این پژوهش این است که باورهای سنتی، مذهبی و فرهنگ و عوامل اجتماعی

گویشوران خوبی در انتخاب عبارات خطاب تأثیر دارند.

۲-۱. روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش از نوع تحلیل محتواست و بر مبنای نتیجه از نوع نظری و کاربردی است و از جهت هدف توصیفی، تبیینی و اکتشافی است. بر مبنای داده‌ها این تحقیق از نوع کمی و کیفی (دو وجهی) است و داده‌ها به صورت میدانی از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته (با الگوبری از احمدخانی (۱۳۹۳)) شامل پانزده رابطه متفاوت دو نفری در دو بعد محتوایی (مانند ذکر جنسیت، سن، تحصیلات) و فرایندی (مانند ذکر بافت مکالمه، طرف مقابل و کنش‌های بیرونی دیگر) که موجب انتخاب عبارات خطاب مناسب می‌شوند، گردآوری شده است. پرسش‌نامه‌ها میان ۲۲۵ گویشور در شهرستان خوی توزیع شد. افراد مورد تحقیق در رده سنی نوجوان تا مسن قرار دارند و تحصیلات از کم‌سواد تا فوق‌لیسانس است.

۲. پیشینه پژوهش

مشیری (۱۳۵۸) راهبردهای طفره در عناوین خطاب در سه طبقه با سه سطوح مختلف افراد بی‌سواد و کم‌درآمد، افراد کم‌سواد با درآمد متوسط و افراد باسواد پر درآمد را بررسی کرده و به مطالعه هنجارهای خطابی در روابط خانوادگی پرداخته است. کشاورز (۱۹۸۸) در مقاله‌ای با عنوان صورت‌های خطاب در فارسی بعد از انقلاب اسلامی در ایران معتقد است که یکی از مختصه‌های جالب در نظام زبان فارسی استفاده از صورت‌های خطاب مؤدبانه است. نظام مؤدبانه از دو سری عبارات تشکیل شده است:

الف) خود پایین‌آوری، ب) بالابری دیگران. در نظام مؤدبانه فارسی قدرت و موقعیت با تواضع غالب شده است.

مردم وقتی با مخاطبی که بر مبنای سن، موقعیت، مذهب و ... از خودشان بالاتر است، برای ارجاع به خود از عبارات‌های خود پایین‌آوری استفاده می‌کنند. اسماعیلی (۱۳۷۹) به بررسی خطاب در خانواده و همچنین کاربرد یک‌سویه صورت‌های خطاب در میان فرزندان و والدین پرداخته است. شرفی (۱۳۸۱) به بررسی عوامل غیرزبانی سن، تحصیلات، جنس، رتبه

شغلی و سبک گفتاری با صورت‌های خطاب و شناسه فعل در دو سطح همکاران و اعضای خانواده در شهر اهواز پرداخته است. علی‌اکبری و تونی (2008) انواع عبارات‌های خطاب‌هایی که سخن‌گویان فارسی‌زبان در شرایط مختلف استفاده می‌کنند، بررسی کرده‌اند. آذین و افغری (2010) عبارات خطاب کودکان را با توجه به نظریه ادب در زبان فارسی بررسی کرده‌اند. صفیعی (۱۳۹۰) به توصیف صورت‌های خطاب در زبان هورامی و کاربرد متفاوت هر یک از آنان در موقعیت‌ها و شرایط مختلف است. بیرون‌راه (۱۳۹۲) هدف اصلی پژوهش خود را روشن کردن تأثیر عامل اجتماعی جنسیت بر واژگان خطاب به‌کار رفته در گفتار زبان فارسی تهرانی می‌داند. دادمهر (۱۳۹۲) القاب خطاب در فارسی و انگلیسی را به‌صورت مقابله‌ای بررسی کرده است. احمدخانی (۱۳۹۳) رفتار خطاب را در گونه گفتاری فارسی در ده نوع اصطلاح خطاب مکالمات روزمره بررسی کرده است. شیخ‌سنگ تجن و یوسفی (۱۳۹۵) به بررسی و مقایسه از دیدگاه جامعه‌شناختی عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی را بررسی و تحلیل کرده‌اند. کاسن و اوزرتوگ^{۱۲} (1976) از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی به بررسی عبارات احترام‌آمیز و خطاب در روستاهای ترکیه پرداخته‌اند. کول^{۱۳} (1995) با کاوش در زبان کشمیری^{۱۴} ابراز می‌کند که کار تحقیق در روی عبارات‌های خطاب نقش بسیار مهمی در زمینه تحقیقات زبانی - اجتماعی بازی می‌کند و ادامه می‌دهد که این عبارات‌ها را هم موارد خاصی از قبیل ساختارهای اجتماعی، الگوهای فرهنگی و محیط‌های جغرافیایی تعیین می‌کنند. بایروت و بایراکتاروقلو^{۱۵} (2001) به بررسی عبارات خطاب در گفتمان‌های خدماتی در زبان ترکی پرداخته‌اند. مانجولاکشی^{۱۶} (2004) بیان می‌کند عبارات‌های خطاب و شیوه‌های بیان آن در هر جامعه‌ای جهت شناسایی افراد و ایده‌های فکری آنان حائز اهمیت هستند. از نظر او نیز کاربرد این نوع عبارات‌ها به طبقه اجتماعی، سن و جنس افراد شرکت‌کننده در موقعیت مکانی مکالمه بستگی دارد. ارتباطی که بین خطاب‌کننده و مخاطب وجود دارد یا تصور می‌شود که وجود داشته باشد انتخاب عبارات‌های خطاب خاص و شیوه‌های بیان آن را تعیین و کنترل می‌کنند.

سالیفو^{۱۷} (2010) عبارات‌هایی را که برای خطاب افراد آشنا در زبان داگبانلی به‌کار

می‌رود، مورد پژوهش قرار می‌دهد. کایا^{۱۸} (۲۰۱۰) هدف از تحقیق خود را کشف عبارات‌های خطابی که ترک‌زبانان در ترکیه برای خطاب افراد بیگانه و صمیمی به‌کار می‌برند، بیان می‌کند و همچنین در پی کشف دلایل استفاده از آن‌ها برمی‌آید. او در پژوهش خود تنها بر دو متغیر سن و جنسیت متمرکز می‌شود. موهلسن^{۱۹} (۲۰۱۱) صورت‌های خطابی در زبان‌های کریولی انگلیسی کاراییب^{۲۰} را بررسی کرده است. نان‌بخش (۲۰۱۱) به بررسی ضمائر مورداستفاده در خطاب در فارسی پرداخته است. آفول و موین لارو (۲۰۱۲) عبارات خطاب در گفتار دانشجویان دانشگاه غنا را مطالعه کرده‌اند. وارداف (۲۰۰۶، p.269) می‌گوید در ایالت‌های جنوبی ایالات متحده آمریکا سیاهان در موقعیت‌هایی با نام کوچک مورد خطاب قرار می‌گیرند، درحالی‌که در مقایسه با سفیدپوستان لازم است خطاب آن‌ها همراه با القاب و عناوین باشند و این به دلیل نژاد سیاه بودن آن‌هاست. ویدیاتماجا^{۲۱} (۲۰۱۴) به بررسی عبارات خطاب در فیلم «ژوری فراری»^{۲۲} پرداخته است.

تفاوت پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌های انجام‌گرفته در زبان ترکی و فارسی این است که در این مقاله برای اولین بار سعی بر آن است تا علاوه بر یافتن عبارات خطاب رایج در زبان ترکی گونه گفتاری خوی کارکرد عبارات خطاب یافته‌شده و همچنین عوامل اجتماعی به‌وجودآورنده آن‌ها و تا اندازه‌ای هویت اجتماعی شهر خوی با توجه به رفتار خطابی آن‌ها بررسی شود.

۳. چارچوب نظری

موضوع زبان‌شناسی اجتماعی حوزه وسیعی دارد که شامل مسائل زبانی و زبان‌شناختی و ارتباط آن‌ها با مسائل اجتماعی است (زندى و همکاران، ۱۳۹۷، ص.۳۱۸). از آنجایی‌که زبان در جامعه برای برقراری ارتباط با دیگران به‌کار می‌رود، هایمز (۱۹۷۴) اظهار داشته زبان‌شناسی اجتماعی مصطلح‌ترین عبارتی است که مطالعه زبان‌شناسی و مردم‌شناسی را به هم مرتبط ساخته است. در این رشته مطالعاتی، نه تنها زبان به‌عنوان شیئی مستقل مورد تحقیق قرار می‌گیرد، بلکه آن‌را مستقیماً به جامعه نیز ربط می‌دهد.

برای اولین بار به عنوان یک پژوهش کلاسیک و قدیمی براون و گیلمن^{۲۳} (1960) در زمینه نظام خطاب ضمیری، مفاهیم «قدرت و همبستگی» را در رابطه با عبارات‌های خطاب بررسی کرده‌اند. از آن موقع به بعد، پژوهش‌های زیادی به صورت گسترده‌تر در این حوزه انجام گرفته است. آن‌ها در پژوهش خود نماد T را برای ضمائر خطاب ساده یا خودمانی و V را برای ضمائر مؤدبانه و رسمی در زبان‌های اروپایی به کار می‌برند. علائم اختصاصی T و V از واژه‌های لاتینی tu و vos حاصل شده‌اند و به ویژه برای زبان‌هایی مناسب‌اند که دو گونه ضمیر برای خطاب دوم شخص مفرد دارند، همچون: فرانسه: tu/vos، آلمانی: du/sie، اسپانیولی: tu/usted، هلندی: jij/u، فارسی: to/shoma و ترکی: sen/siz. براون و گیلمن معتقدند در جوامعی که قشربندی حاکم باشد، در آن صورت افراد رابطه نامتقارن با یکدیگر خواهند داشت و چنانچه رابطه میان دو نفر بر پایه «قدرت» (سلطه) باشد، فرد فرادست نسبت به فرودست از ضمیر T استفاده می‌کند و از فرد فرودست ضمیر V دریافت می‌کند و چنانچه رابطه آن‌ها بر پایه «همبستگی» باشد، هر دو ضمیر T به کار می‌برند و دریافت می‌کنند. طبق براون و لوینسون^{۲۴} (1987) آشکارترین نفوذ عوامل اجتماعی بر ساختار زبان پدیده احترام و ادب است. آن‌ها احترام را زیر نظریه ادب^{۲۵} مشاهده می‌کنند، و آن توجه به «وجه‌ای است که خود فرد می‌خواهد آن را داشته باشد»^{۲۶}. وجه به عنوان تصور از خویشتن است که همه افراد بزرگسال شرکت‌کننده در گفت‌وگو دارا هستند. نیازهای وجه‌ای هر فرد می‌توانند مثبت یا منفی باشند. نیازهای وجه‌ای مثبت به معنی علاقه‌مندی هر فرد به دوست داشته شدن و مورد احترام و تأیید بودن است. نیازهای وجه‌ای منفی هر فرد به داشتن آزادی عمل، حریم شخصی و عدم مزاحمت از سوی دیگران است. براساس این دو نیاز وجه‌ای است که دو نوع ادب زبان‌شناختی نیز طرح شده است. براون^{۲۷} (1988) عبارات‌های خطاب را به عنوان آغازگر گفت‌وگو معرفی می‌کند و می‌گوید که این نوع عبارات‌ها طرفین گفت‌وگو را معرفی می‌کنند، ولی نه لزوماً همیشه، زیرا معانی لغوی و تحت‌اللفظی کلمات خطاب می‌تواند از خصوصیات شخصی و اجتماعی افراد متفاوت باشد و حتی در برخی مواقع متناقض آن‌ها نیز باشد.

۴. خطاب و عوامل مؤثر بر آن

اویتاد^{۲۸} (۱۹۹۵) عبارتهای خطاب را به عنوان کلمات یا عبارتهایی تعریف می کند که افراد برای تعیین جایگاه یکدیگر در روابط شخصی دوسویه به کار می روند. وارداف^{۲۹} (۲۰۰۶، p.268) بیان می کند که افراد از طریق عناوین، اسم کوچک، نام خانوادگی و... همدیگر را خطاب می کنند. انتخاب برخی از عبارتهای خطاب وابسته به شرایط سخنگوست. به طور کلی استفاده از عبارتهای خطاب به عواملی همچون جایگاه و طبقه اجتماعی طرف مقابل، جنسیت، سن، رابطه خانوادگی^{۳۰}، سلسله مراتب شغلی^{۳۱}، نژاد^{۳۲} و درجه صمیمیت^{۳۳} بستگی دارد (ibid, p.272). مطالعات دیگر همچون بران و فورد^{۳۴} (۱۹۶۱)، اروین تریپ^{۳۵} (۱۹۷۲) و براون و لوینسون (۱۹۸۷) این فرضیه اقتدار - قدرت در انتخاب عبارت خطاب در تعاملات اجتماعی را بررسی کردند. چائو^{۳۶} (۲۰۰۷) در بررسی خود در مورد صورتهای خطاب در نامه های شخصی چینی زبانان به این نتیجه رسیده است که سن عامل مهمی در انتخاب صورتهای خطاب است. از دیدگاه لیچ^{۳۷} (۱۹۹۹) عبارتهای خطاب ماهیت تبادلی، بینافردی و اشاری دارند. از نظر آفول^{۳۸} (۲۰۰۶ a) عبارتهای خطاب بخش مهمی از رفتار کلامی هستند که از طریق آن رفتار، هنجارها و فعالیت های اجتماعی شناسایی می شوند (Fitch, 1997; Morford, 1991). به اعتقاد فیلیپسن و هوسپک^{۳۹} (۱۹۸۴، p.95) عبارات خطاب زمینه اجتماعی و زبانی تعاملات را بیش از جنبه های دیگر زبان منعکس می کنند. براون و لوینسون (۱۹۸۷، p.126) بیان می کنند که عبارات خطاب ابزار زبانی ضروری هستند که نگرش و ارزیابی فرد مقابل در تعامل را بازنمایی می کنند. به اعتقاد آکیندل^{۴۰} (۲۰۰۸) عبارات زبانی مرتبه اجتماعی سخنگویان و فاصله اجتماعی و چگونگی ابراز احساسات آنها را نشان می دهد. براساس مورفی^{۴۱} (۱۹۸۸) این عبارات ماهیتی اجتماعی دارند. این ویژگی عبارات خطاب می تواند به روشنی منعکس کننده روابط اجتماعی پیچیده در میان مردم باشد. پارکینسون^{۴۲} (۱۹۸۵، p.1) معتقد است عبارات خطاب می توانند اطلاعات اجتماعی از قبیل باور و نوع ارتباط را آشکار سازند. همچنین مسائلی مانند جنسیت، سن، قومیت و مذهب نیز

می‌تواند از عبارات‌های خطاب استنتاج و نتیجه‌گیری شوند (Afful, 2006a). براون و فورد (1964) میزان صمیمیت و شأن طرفین گفت‌وگو و هایمز^{۴۲} (1967) فاصله‌های اجتماعی بین مخاطبان را بررسی کرده‌اند. پراید^{۴۴} (1971) به سمت رسمی یا غیررسمی بودن رابطه توجه کرده و مولز^{۴۵} (1974) خودمانی بودن و احترام مابین مخاطبان را بررسی کرده است. نتیجه مطالعات فراوان در زبان‌های مختلف این مسئله را مسلم کرده است که عبارات‌های خطاب عناصر فرهنگی را هم می‌سازند و هم مشخص می‌کنند (Evans-Pritchard, 1964). وارداف (2006, p.268) انواع عبارات‌های خطاب را شامل اسم کوچک، لقب به‌علاوه نام خانوادگی، لقب، نام خانوادگی، اسامی تحبیب و عبارات‌های خویشاوندی می‌داند. وارداف (ibid) مدعی می‌شود که به‌کار بردن عبارت خطاب اسم کوچک در خطاب فرد دیگر نشانه صمیمیت طرفین است، اما در عین حال، خطاب کننده با خطاب دادن فردی با نام کوچک او می‌تواند قدرتش را نسبت به او به اثبات برساند. علاوه بر خطاب با اسم کوچک، افراد از نام‌های استعاری خاص و اسامی تحبیب نیز به عنوان نشانه صمیمیت استفاده می‌کنند. به اعتقاد وارداف (2006, p.272) عوامل اجتماعی همچون فرصت‌های مخصوص^{۴۶}، مرتبه اجتماعی^{۴۷}، جنسیت، سن، روابط خانوادگی، سلسله‌مراتب شغلی، نژاد، میزان صمیمیت و موقعیت‌های تعاملی^{۴۸} بر انتخاب عبارات خطاب تأثیر دارند. در زندگی روزمره، ممکن است فردی برای خطاب دیگران چند نوع عبارت خطاب را به‌کار گیرد. انتخاب شدن هر نوع عبارت خطابی تا حد زیادی به عوامل اجتماعی آن مربوط می‌شوند. نژاد نیز در برخی جوامع در انتخاب عبارات‌های خطاب افراد آن جامعه تعیین‌کننده است.

۵. تحلیل داده‌ها

در این بخش داده‌ها از سه جنبه مقولات ساختاری، نقشی و متغیر اجتماعی بررسی می‌شوند.

۱-۵. مقولات ساختاری خطاب

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که عبارت خطاب در گونه گفتاری خوی به‌لحاظ ساختاری به

هشت دسته قابل تقسیم است که عبارت‌اند از:

«اسم کوچک»: اسم کوچک کاربرد فراوانی در خطاب دارد و در روابط خانوادگی زن و شوهری، والدین به کودک، خواهر و برادر و دوستان بیشترین جایگاه را به خود اختصاص داده است. اسامی چون فاطما، ممد، یوسوف از اسامی کوچک در خوی هستند. «نام خانوادگی»: نام خانوادگی در روابط همکاری و رسمی، بیشترین کاربرد را دارد. بهرامی، اسکندری، رزمی، نفیسی و ... جزء نام خانوادگی هستند. «عنوان»: از عنوان برای نشان دادن پایگاه اجتماعی یا جنسیت استفاده می‌شود و معمولاً همراه با واژه‌ای دیگر به‌کار می‌رود. «عنوان کلی»: آغا، آغا اوغلان (آقا پسر) و خانیم (خانم)؛ «عنوان کلی به اضافه اسم کوچک»: آ رضا (آقای رضا)؛ «عنوان کلی به اضافه نام خانوادگی»: آی محمدی (آقای محمدی) و خانیم واحدی (خانم واحدی)؛ «ترکیبی از شیوه‌های فوق»: آی احمد محمدی (آقای احمد محمدی)؛ «صفت به اضافه عنوان»: «تنبل آغا و گول آغا» (آقای تنبل و گل)؛ «عنوان به اضافه صفت»: آی موحترم (آقای محترم)؛ «عنوان به اضافه نام مذهبی»: آ سید (آقا سید)؛ «عنوان به اضافه نام مذهبی به اضافه نام کوچک»: آ سید حسن (آقا سید حسن)؛ «اسامی تحیب»: زمانی که رابطه خودمانی و صمیمانه بین سخنگویان وجود داشته باشد از اسامی تحیب استفاده می‌شود. این اسامی بین زن و شوهر و والدین و کودک، برادر و خواهر و دوستان کاربرد بالایی دارد. بال (عسل)، «عزیز» و «جان» به‌علاوه اسم کوچک مانند «علی جان». «اسم مستعار»: «باش‌آشاقو» (سر به زیر)، «تیکان» (خار)، «جوجوق» (بچه)؛ «نام کوچک مخفف»: «ابیش» به جای ابراهیم؛ «ابیل» به جای ابوالفضل؛ «مسی» به جای معصومه، «روقو» به جای رقیه. اسامی محبت‌آمیز: عزیزیم (عزیزم)، گولوم (گلم)، مارالیم (خوشگلم)، گوزل بالام (بچه زیبایم)، ناز بالام (بچه نازم) و غیره؛ «عبارات مذهبی»: باورهای مذهبی موجب به وجود آمدن عبارت‌های خطاب خاصی شده‌اند. یکی از این‌گونه شیوه‌های خطاب مربوط به زائران سه زیارتگاه مقدس است: مکه، کربلا، و مشهد. بر این اساس، به‌عنوان 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/حاج، کبلایی یا مشدی 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 به‌کار می‌رود. به همین‌گونه افرادی که به شهر کربلا در کشور عراق مشرف شده‌اند با عنوان «کبلائی» (کربلایی) یا «کلب» (کربلایی) به‌اضافه اسم کوچک همچون «کلب احمد» مورد خطاب قرار می‌گیرند. همچنین افرادی که به شهر مشهد مشرف می‌شوند با عنوان «مش» یا «مشدی» (مشهدی) یا «مش» به‌اضافه اسم کوچک همچون «مش احمد» (مشهدی احمد) مورد خطاب قرار می‌گیرند. مورد دیگر استفاده از عبارتهای خطاب مذهبی، به‌کارگیری عنوان سید (فرزندان مذكر امامان) و سیده (فرزندان مؤنث امامان) برای مردان و زنان با نسب‌های مذکور است. این عبارتها به‌تنهایی یا همراه نام کوچک، نام خانوادگی یا نام رسمی کامل یا بدون آنها به‌کار می‌روند. در سیاق مذهبی نیز واژه‌های خویشاوندی همچون «قارداش» (برادر) و «باجی» (خواهر) برای افرادی که با آنها رابطه خویشاندی ندارد به‌کار می‌رود. «عبارات شغلی»: منظور از اصطلاحات شغلی، حرفه یا وظیفه‌ای است که فرد مورد خطاب دارد یا انتظار می‌رود که داشته باشد و برای مورد خطاب قرار دادن او به‌کار می‌رود، همچون «خیدمتکار» (خدمتکار). اسامی شغل‌محور در خطاب‌های زبان ترکی آذری بسیار رایج‌اند. تعداد عبارتهای خطاب، که به مشاغل یا حرفه‌های خاص برمی‌گردند، شاید برابر با خود مشاغل و حرفه‌ها باشند. در زبان ترکی آذری خوی، به شیوه‌های زیر می‌توان طرف مقابل را مورد خطاب قرار داد. - «عنوان شغل به‌تنهایی»: دوحاتور (دکتر)، مهندس (مهندس)، سردار، اوستاد (استاد)، پُرفوسور (پروفیسور)، رئیس، سرباز؛ - «نام شاخه‌ای از علم به‌اضافه عنوان کلی به‌اضافه عنوان شغل»: ریاضی خانیم معلمی (خانم معلم ریاضی)، زبان آ معلمی (آقای معلم زبان) و موسیقی خانیم مریسی (خانم مریبی موسیقی)؛ - «نام کوچک به‌اضافه عنوان کلی به‌اضافه نام شغل»: علی آ خیاط (آقای علی خیاط)، حسن آ سینخچی (آقای حسن شکسته‌بند)؛ - «ترکیب عنوان کلی و عنوان شغل»: خانم دوحاتور (خانم دکتر)، آی مهندس (آقای مهندس)، خانیم معلم (خانم معلم)، آی رئیس جمهور (آقای رئیس جمهور)؛ - «ترکیب عنوان شغلی به‌اضافه نام خانوادگی»: دوحاتور احمدی (دکتر احمدی)، سرهنگ محمدی؛ - «ترکیب عنوان کلی به‌اضافه عنوان شغلی به‌اضافه نام خانوادگی»: نام خانوادگی: آی دوحاتور محمدی (آقای دکتر محمدی) و خانیم پرستار غلامی؛ - «ترکیب عنوان کلی به‌اضافه عنوان شغلی به‌اضافه نام خانوادگی»: آی مهندس احمد محمدی (آقای مهندس احمد محمدی)؛ - «عبارتهای خویشاوندی»: عبارات خویشاوندی عباراتی برای اقوام

نسبی و وابستگی هستند. بسیاری از واژه‌های خطاب در زبان ترکی آذری روابط خانوادگی در میان افراد را نشان می‌دهند. تعداد قابل توجه عبارتهای خطاب خویشاوندی در زبان ترکی آذری حاکی از روابط بالای خانوادگی بین افراد در جامعه ترک‌زبانان است. افراد می‌توانند پدر را بابا، پاپا، آقا جان و باباجان؛ مادر را ماما، مامان، مامانی، ماما جان؛ برادرها را داداش، داداشی، قارداش و آقا داداش و خان داداش برای برادر بزرگ‌تر، و همچنین، به وسیله نام کوچک؛ خواهرها را باجی، آبجی، همشیره و همچنین با نام کوچک مورد خطاب قرار دهند. برادر پدر را به صورت «عمی» (عمو)، «عمی‌جان» و «آغامی»، «خان‌عمی» برای عموی بزرگ‌تر، و برادر مادر را به صورت «دایی»، «دایی‌جان»، «آغادایی»، «خان‌دایی»، برای دایی بزرگ‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۱-۱-۵. عبارتهای خطاب استعاری

استعاره فرایندی زبانی است که در آن جنبه‌هایی از یک شیء به شیء دیگر منتقل می‌شوند یا نگاشت می‌یابند، به نحوی که از شیء دوم به گونه‌ای سخن می‌رود که گویی شیء اول است (هاوکس، ۱۳۸۰، ص. ۱۱). بر همین اساس، استعاره درک یک مفهوم انتزاعی را به صورت ملموس‌تر می‌سازد (شیری و حجازی، ۱۳۹۶، ص. ۵۷). در عبارات خطاب در ترکی آذری، برخی استعاره‌ها به کار می‌روند که رایج‌ترین آن‌ها براساس وجه‌شبه همچون حیوانات، غذا، اشیا، گیاهان، و اشخاص در ذیل طبقه‌بندی شده‌اند. اشخاص همانند «چتیربان» و «خلبان» برای شخص معتاد؛ «شیطان»، «دستمال»، «قره‌قولاخ» (سیاه‌گوش) و «آنتن» برای جاسوس؛ «بلا»، «فیرفیرا» (فرره) و «ولدیزنا» (چابک حرفه‌ای) برای شخص زرنگ؛ «اشح» (درازگوش)، «داوار» (گوسفند) و «مایماخ» (نفهم) برای شخص کودن؛ «قاپان‌ایت» (سگ پارسا) و «جینی» (جن‌زده) برای شخص عصبانی؛ «تیکان» (خار)، «چسب»، «میخ»، «قَمیش» (نی)، «کنه» و «سولوح» (زالو) برای شخص سمج و مزاحم؛ «پوخلی» (گند) و «میداد» (مداد) برای شخص بی‌مسئولیت؛ «دامارسین» (بی‌رگ) و «سویوخ شوربا» (آبگوشت سرد) برای شخص خونسرد؛ «جوجه» و «قانیشقا» (مورچه) برای خرد و بچه؛ «مارال» و «نوقول» (نقل) برای دختر؛ «جیران»، «آهو» و «آی‌پارچاسی» (تکه‌ماه) برای دختر زیبا؛ «اویناش» برای دوست‌پسر؛ «ویتامین» برای دوست‌دختر؛ «ایشملی» (نوشیدنی) و «تیکه» (تکه) برای فرد جذاب؛ «رادوی» و «ذیرنا بالابانچی» (طبل‌زن) برای فرد پُرحرف؛ «آزگیل» برای فرد نازپرورده؛

«آشغال» برای فرد بی ارزش؛ «ایت» (سگ) برای معلم بداخلاق؛ «کیشمیش» و «قره حالوا» (حلوا سیاه) برای مواد مخدر؛ «کَریپیش تیکه سی» (تکه آجر) و «اسلحه» برای تلفن همراه و «بُشکا» (بشکه) و «اینج» (گاو) برای فرد چاق.

۲-۱-۵. تابو و استراتژی طفره

سخن‌گویان زبان برای بیان بیشتر امور از زبان استفاده می‌کنند، اما الفاظ دلالت‌کننده بر بعضی چیزها را به کار نمی‌برند. مردم برخی چیزها را نمی‌گویند، نه به این دلیل که وجود ندارند، بلکه به این دلیل که نمی‌خواهند در مورد آن‌ها گفت‌وگو کنند، یا اگر در مورد آن‌ها صحبت می‌شود در حول و حوش آن‌هاست. تابو الفاظ مربوط به یک سلسله ممنوعیت‌ها، محرمات و پرهیزهایی هستند که افراد یک عشیره یا یک قبیله به دلیل مسائل معنوی و غیراخلاقی نامناسب نباید مرتکب آن‌ها بشوند (Trudgill, 2000, p.18). خطاب به همسر در برخی باورهای سنتی و مذهبی تابو است. به این معنی که مردان میان‌سال و سالخورده نام همسران خود را به‌ویژه در حضور افراد غریبه، در خیابان، بازار و حتی در خانواده صدا نمی‌کنند، در عوض، از عبارات زیر به عنوان عبارت خوش‌لحن استفاده می‌کنند: «اوشاقلار» (بچه‌ها)، «او» (خانه) یا «منزیل» (منزل) و نام خود شوهر، مانند: «آمحسن» (آقای محسن) و «آی احمدی» (آقای احمدی).

۳-۱-۵. عبارت 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 برای خطاب دیگری به کار برد و به صورت دوسویه است و نشان‌دهنده برتری و ارشد بودن از نظر سنی یا اجتماعی است. مثلاً، در عربی واژه «دایی» هم برای خود و هم برای فرزند خواهر (مذکر و مؤنث) به کار می‌رود. در ایتالیایی، واژه *maistru* به معنای معلم، برای شاگرد نیز به کار می‌رود (Brown, 1998, p.33). به‌طور کلی معنای ضمنی خطاب معکوس صمیمیت و اقتدار است. در گونه گفتاری خوی نیز خویشاوندان بزرگسال برای مخاطب قرار دادن کودکان از این شیوه استفاده می‌کنند، مثلاً گاهی پدر برای خطاب فرزندان از «بابا»، مادر از «ماما» استفاده می‌کند و دایی خواهرزاده را «دایی» و عمو برادرزاده را «عمی» (عمو) مورد خطاب قرار می‌دهد.

۴-۱-۵. تحلیل کمی

مقولات عبارت‌های خطاب با تحلیل داده‌های گردآمده از ۲۲۵ نفر در گروه‌های سنی نوجوان، جوان، میانسال و سالخورده با تحصیلات کم‌سواد تا فوق‌لیسانس به‌دست آمده است. براساس این داده‌ها در گونه گفتاری خوی هشت نوع عبارت خطاب «اسامی کوچک»، «نام خانوادگی»، «عنوان»، «عبارت‌های خویشاوندی»، «اسامی تحیب»، «اسامی مذهبی»، «اسامی حرفه‌ای» و «عبارت معکوس» توسط سخن‌گویان خویی به‌کار گرفته می‌شوند. نام کوچک را تمامی افراد با نقش‌های متفاوت به‌کار می‌برند، به‌جز موارد خیلی رسمی‌تر مانند خطاب دانش‌آموز به معلم خود. مقوله نام خانوادگی نیز اغلب توسط افراد در محیط‌های اداری به‌کار برده می‌شود؛ همکار به همکار بیشترین درصد استفاده از این مقوله خطاب را به خود اختصاص داده است (۶۶.۶۶ درصد). بیشترین میزان استفاده از عنوان مربوط به خطاب معلم به‌وسیله دانش‌آموزان است (۱۰۰ درصد) که حاکی از رسمی بودن روابط و شأن والای معلم در جامعه خوی مخصوصاً در بین دانش‌آموزان خوی است. همچنین شوهران دو برابر زنان از عناوین جهت خطاب همسران استفاده می‌کنند و این نشانگر نگرش عاطفی افراد مذکر نسبت به جنس مؤنث و عامل قدرت آنان نسبت به جنس مخالف مخصوصاً در بین افراد عادی در شهرستان خوی است. هم عامل قدرت و هم عامل احترام دلیل استفاده از این مقوله توسط کودکان برای خطاب والدین است. زمانی که رابطه خودمانی و صمیمانه بین سخن‌گویان وجود داشته باشد از اسامی تحیب استفاده می‌شود. این اسامی به‌ترتیب بین زن و شوهر و والدین و کودک، برادر و خواهر و دوستان کاربرد بالایی دارد. در اینجا نکته قابل توجه این است که استفاده از این نوع اسامی در خوی در مردان بیش از زنان است. خطاب والدین به کودکان یک‌سویه است، یعنی کودکان اصلاً والدین خود را با اسامی تحیب صدا نمی‌کنند. کاربرد اسم‌های مذهبی در خوی بیشتر در خطاب همسران به یکدیگر و افراد غریبه دیده می‌شود که این نوع خطاب خود دلیل بر اهمیت قوانین اسلامی حتی در کوچک‌ترین واحد اجتماعی یعنی خانواده و محیط بیرون از خانه در خوی است. این مقوله خطاب در سنین بالاتر در بین «برادر به برادر»، «برادر به خواهر» و بالعکس نیز خود را نشان می‌دهد. اسامی حرفه‌ای نیز کم‌وبیش در بین افرادی مشاهده می‌شود که چندان رابطه عاطفی بین سخن‌گویان وجود نداشته باشد. عبارت‌های خویشاوندی نیز از همه بیشتر در خطاب والدین توسط

فرزندان دیده می‌شود (۹۳.۳۳ درصد). بعد از آن مربوط به خطاب «برادرها و خواهرها» نسبت به یکدیگر است که در این میان برادرها بیشتر از خواهرها از عبارات‌های خویشاوندی در خطاب جنس مخالف استفاده می‌کنند. این طرز عمل گفتاری برادران نسبت به خواهران را می‌توان به نگرش عاطفی افراد مذکر نسبت به خواهر خود دانست. در تحقیق به عمل آمده مشخص شد که در برخی موارد غریبه‌ها هم متناسب با سنشان با عبارات‌های خویشاوندی مانند «عمی‌جان» (عموجان)، «آتا» (پدر)، «آنا» (مادر)، «اوغولم» (پسرم)، «قیزیم» (دخترم)، «قارداش» (برادر) و «باجی» (خواهر) در شهرستان خوی مورد خطاب قرار می‌گیرند.

۲-۵. نقش عبارات‌های خطاب

عبارات خطاب نقش‌های متفاوتی را برای سخنگویان زبان ایفا می‌کنند که عبارت‌اند از: «نشان‌دادن صمیمیت»، «نشان‌دادن اختلاف قدرت» و «نشان‌دادن احترام». با توجه به آمار به دست آمده از کل افراد پژوهش مشخص شد که رفتار خطاب مردم در خوی بیشتر برای «نشان‌دادن صمیمیت» یا «ادب مثبت»^{۴۹} (۶۴.۴۴ درصد) است، بعد از آن مربوط به «حفظ فاصله قدرت» (۳۷.۷۷ درصد) و «احترام» (۶.۲۲ درصد) است که هر دو جزء «ادب منفی»^{۵۰} محسوب می‌شوند.

۲-۵-۱. نشان‌دادن صمیمیت

طبق داده‌های به دست آمده اکثر افراد در خوی به ترتیب برای «نشان‌دادن صمیمیت» (۶۴.۴۴ درصد)، «رعایت فاصله قدرتی» (۳۷.۷۷ درصد) و «احترام» (۶.۲۲ درصد) از عبارات‌های خطاب گوناگون استفاده می‌کنند و این خود حاکی از رواج حداکثری ادب مثبت و عدم وجود شکاف طبقاتی عمیق در بین عموم مردم و وجود صمیمیت در این شهر است. نوع رابطه خطاب کننده و مخاطب از رد و بدل عبارات‌های خطاب ما بین آنها قابل شناسایی است. وارداف (2006, p.268) کارکرد عبارت اسم کوچک در خطاب فرد دیگر را هم نشانه «صمیمیت» طرفین و در شرایط دیگر نشانه «فاصله قدرت» می‌داند. علاوه بر اسم کوچک، افراد می‌توانند از اسامی استعاری نیز برای خطاب دیگری استفاده کنند. اسامی استعاری خاص نیز در خطاب به عنوان نشانه صمیمیت به کار برده می‌شوند. لذا، نقش‌های اسم کوچک

در برخی شرایط و اسامی استعاری خاص نشان دادن صمیمیت بین طرفین است.

۲-۲-۵. نشان دادن فاصله قدرت

به اعتقاد براون و گیلمن (1960) قدرت منعکس‌کننده جایگاه بالا، فاصله اجتماعی، ناآشنایی و تفاوت است که یکی از ابزارهای تجلی آن عبارت خطاب است. با توجه به داده‌های پژوهش استفاده نامتقارن عبارت‌های خطاب در خوی حاکی از اختلاف قدرت بین سخن‌گویان بوده و بیشتر در مدارس دیده می‌شود (۱۰۰ درصد). معلم‌ها زمانی که مخاطب دانش‌آموزان قرار می‌گیرند «عنوان» یا «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» دریافت می‌کنند، اما معلم‌ها دانش‌آموزانشان را با اسم کوچک خطاب می‌کنند که این خود نمایانگر اختلاف قدرت بین معلم و دانش‌آموز در کلاس درس است. در برخی موارد نادر نیز پزشکان و وکلا، منشی‌های خود را در صورتی که هم‌جنسشان بودند با «اسم کوچک» خطاب می‌کردند که این نوع خطاب به‌جای اینکه نشانه صمیمیت بین آن‌ها تلقی شود، نشانگر اختلاف قدرت طرفین محسوب می‌شود.

۳-۲-۵. نشان دادن احترام

«احترام» کم‌ترین کارکرد را نسبت به «نشان دادن صمیمیت» و «حفظ فاصله قدرت» در بین گویشوران خوی داراست. در این میان، بعد از مخاطب بودن «والدین توسط فرزندان» (۶۰ درصد)، مخاطب بودن «معلم توسط دانش‌آموزان» (۵۳.۳۳ درصد) دومین گروه پُر کاربرد «نشان دادن احترام» در بین گویشوران خوی است. افراد در خوی بیشتر از عبارت خطاب «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» برای نشان دادن احترام به دیگران استفاده می‌کنند. کارکرد عبارت خطاب «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» در خطاب بیانگر فاصله اجتماعی یا عدم آشنایی است. افراد مسن‌تر نیز معمولاً عناوین «آ» یا «آغا»، «آقا»، «خانیم» و «قیز» (دوشیزه) نسبت به جوان‌ترها به‌کار می‌برند، چراکه سن عامل برجسته در استفاده از عبارت خطاب «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» نیست. محیط‌هایی تجاری وجود دارند که در آن‌ها جوانان نیز مسن‌ترها را هر چند از نظر موقعیت اجتماعی و سلسله‌مراتب شغلی پایین‌تر باشند، با عناوین «آغا»، «خانیم» و «قیز» (دوشیزه) خطاب می‌کنند.

۳-۵. عوامل اجتماعی خطاب

هریک از عوامل اجتماعی «سن»، «تحصیلات»، «سلسله‌مراتب شغلی»، «رابطه خانوادگی» و «مرتبه اجتماعی» در انتخاب عبارات‌های خطاب در گونه گفتاری خوی مؤثر هستند.

۳-۵-۱. سن

طبق یافته‌های پژوهش در خوی یک فرد میانسال یا سال‌خورده در بافت موقعیت غریبه که توسط شخص جوان‌تر از خود مورد خطاب قرار می‌گیرد با عناوینی مانند «حاج آقا»، «حاج خانیم» و «کبابی» (کربلایی) مورد خطاب قرار می‌گیرد و در عوض خود فرد جوان‌تر اگر برای فرد سال‌خورده آشنا باشد با اسم کوچک و در صورت غریبه بودن با عنوان «جوان» مورد خطاب قرار می‌گیرد که این خود نشانگر مؤثر بودن عامل سن در خطاب طرفین است. همان‌طور که در نمودار ۳ نشان داده شده است عامل «سن» (۵۲.۳۳ درصد) قوی‌ترین و مؤثرترین عامل در انتخاب جایگاه فرد به‌خصوص نوع عبارات‌های خطاب در گونه گفتاری خوی است.

۳-۵-۲. رابطه خانوادگی

«روابط خویشاوندی» بعد از عامل «سن» بیشترین عامل اثرگذار در انتخاب عبارات‌های خطاب گویشوران ترکی آذری زبانان خوی است (۳۵ درصد) داده‌های به‌دست آمده از پژوهش‌های انجام‌گرفته حاکی از آن است که فرزندان در خوی همیشه و در همه‌جا والدین خود را با عبارات «بابا» و «ماما» مورد خطاب قرار می‌دهند (۱۰۰ درصد). کم‌ترین میزان هم مربوط به خطاب معلم توسط دانش‌آموزان است (۰.۰ درصد) که این خود نشانگر دیدگاه دانش‌آموزان به معلم به‌عنوان فراتر از عوامل فامیلی است.

۳-۵-۳. مرتبه اجتماعی

«شأن اجتماعی» سومین عامل اثرگذار در انتخاب نوع عبارات‌های خطاب در گونه گفتاری خوی است (۲۴.۴۴ درصد). افراد بالادست با عبارات‌های خطاب مانند «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» مورد خطاب قرار می‌گیرند. این نوع عبارات‌های خطاب هم برای خطاب افراد بالادست وهم غریبه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. کاربرد این نوع از عبارت خطاب نشان‌دهنده عدم تقارن بین طرفین گفت‌وگوست. با توجه به داده‌های تحقیق این عامل در خوی بیشترین تأثیر را بر دانش‌آموزان و دانشجویان در خطاب معلم و استاد خود دارد و آن‌ها را با عناوین جنسیتی یا شغلی «آقا»، «خانیم»، «اوستاد» (استاد)، «آی/خانیم دوحاتور»

(آقای/خانم دکتر) و در برخی موارد کم از عبارت خطاب «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» مورد خطاب قرار می‌دهند (۸۰ درصد). به‌طور کلی یک بالادست با عبارت خطاب «عنوان به‌علاوه نام خانوادگی» مورد خطاب قرار می‌گیرد و او خود زیردستان را با اسم کوچک خطاب می‌کند. کم‌ترین میزان اثرگذاری این عامل را می‌توان در خطاب هم‌دیگر افراد خانواده یافت. خطاب فرزندان توسط والدین (۰۰ درصد) و خطاب کردن یکدیگر برادرها و خواهرها (۰۰ درصد).

۴-۳-۵. سلسله‌مراتب شغلی

«سلسله‌مراتب شغلی» چهارمین عامل مؤثر بر گفتار و شیوه خطاب طرفین گفت‌وگو در خوی است (۶.۶۶ درصد). با توجه به داده‌ها بالاترین میزان اثرگذاری عامل «سلسله‌مراتب شغلی» بر طرفین گفت‌وگوی «همکار به همکار» است که (۹۳.۳۳ درصد) از افراد این گروه در خطاب همکار خود تحت تأثیر این عامل قرار می‌گیرند. کم‌ترین میزان نیز به افراد یک خانواده مانند نحوه خطاب فرزندان توسط والدین و بالعکس است (۰۰ درصد).

۴-۳-۵. تحصیلات

سطح تحصیلات کم‌ترین عامل اثرگذار در خطاب گویشوران زبان ترکی آذری خوی نسبت به سایر عوامل است (۳.۳۵ درصد). در برخی موارد تحصیلات دانشگاهی، دبیرستانی، ابتدایی و فاقد تحصیلات خود باعث ایجاد تمایز طبقات اجتماعی افراد می‌شوند. گفتار افراد دارای تحصیلات بالاتر معیارتر از گفتار افراد دارای تحصیلات پایین هستند. طبق یافته‌های تحقیق از گویشوران خوی، میزان تحصیلات چندان تأثیری بر نحوه خطاب افراد خانواده و خویشاوندان نزدیک مخصوصاً خطاب فرزندان توسط والدین و بالعکس ندارد. این عامل اثرگذار اجتماعی بیشتر در شیوه خطاب همکاران دیده می‌شود (۲۰ درصد). تحصیلات در نوجوانان طبقه پایین جامعه باعث می‌شود تا اکثر اوقات گفتارشان معیارتر از گفتار والدین خود که دارای سطح تحصیلات پایینی هستند، باشد.

۶. نتیجه

هدف از این تحقیق شناخت حوزه کلامی عبارت‌های خطاب در جامعه ترکی‌زبانان خوی باتوجه

به متغیرهایی است که آن‌ها را از یکدیگر متمایز کرده است. طی مطالعات مشخص شد که چگونه عبارات‌های خطاب در گونه گفتاری خوی تحت تأثیر روابط بین افراد، بافت مکالمه و متغیرهای اجتماعی جنسیت، سن، طبقه تحصیلی یا شغلی، گونه رفتاری و دیگر ویژگی‌های کُش گفتاری افراد هستند. این تحقیق درصدد شناخت ماهیت ساختاری، نقشی (کاربردی) و عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب عبارات خطاب در ترکی آذری گونه خوی بود و به نتایج زیر رسید: نخست، هشت مقوله اصلی برای خطاب افراد در گونه گفتاری زبان ترکی آذری خوی مشاهده شدند: «اسامی کوچک»، «نام خانوادگی»، «عناوین (لقاب)»، «عبارات‌های خویشاوندی»، «اسامی تحیبی»، «اسامی مذهبی»، «اسامی حرفه‌ای» و «عبارت معکوس». استفاده از این عبارات‌ها در سطوح مختلف با بسامد و اهمیت متفاوت تحت تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی، همچون «جنسیت»، «مرتبه اجتماعی»، «سن»، «رابطه خویشاوندی»، «سلسله مراتب شغلی» 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 ترکی آذری گونه گفتاری خوی نیز همچون زبان فارسی، اسم کوچک محور است.

دومین عبارت خطاب پرتکرار در خوی «عناوین» هستند. بیشترین میزان استفاده از عنوان در خوی مربوط به (دانش‌آموز > معلم) خطاب معلم به وسیله دانش‌آموزان است (۱۰۰ درصد) که حاکی از رسمی بودن روابط و شأن والای معلم در جامعه خوی مخصوصاً در میان دانش‌آموزان خوی است. همچنین شوهران دو برابر زنان از عناوین جهت خطاب همسران استفاده می‌کنند و این نشانگر نگرش عاطفی بیشتر افراد مذکر و عامل قدرت و حس بالابری آنان نسبت به جنس مخالف در درون خانواده مخصوصاً در میان افراد عادی در شهرستان خوی است. تقریباً همه فرزندان (۹۳.۳۳ درصد) برای خطاب والدین خود از عبارات‌های خویشاوندی استفاده می‌کنند. همچنین برادران (۶۶.۶۶ درصد) و خواهران (۵۳.۳۳ درصد) در خانواده عبارات‌های خویشاوندی را برای خطاب یکدیگر به کار می‌برند که علت آن را می‌توان نگرش عاطفی و احساس قدرت و حس بالابری دیگران برادران نسبت به خواهرانشان قلمداد نمود. همچنین از تحلیل داده‌های مورد پژوهش در خوی می‌توان به این نتیجه رسید که با افزایش سن، از عبارات‌های خطاب خویشاوندی کمتر استفاده می‌شود.

درمورد عبارات‌های محبت‌آمیز، شوهران بیش از زنان خود و برادران بیش از خواهران

از این عبارتها استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد که این موضوع به لحاظ روان‌شناختی امری جهانی است: چنان که کرامر^۱ (۱۹۷۵) نیز به این نتیجه رسیده که سخن‌گویان مذکر انگلیسی‌زبان در آمریکا بیش از افراد مؤنث از عبارتهای محبت‌آمیز استفاده می‌کنند. صورت‌های خطاب شغلی و مذهبی در گفت‌وگوهای افراد غریبه بیشتر از دیگران است. خطاب معکوس در گفت‌وگوهای والدین به کار می‌رود (۱۳.۳۳ درصد)، ولی گاهی موقعی که فاصله سنی فرزندان باهم زیاد باشد آنها نیز با عبارت معکوس مثلاً گاهی برادران خواهر کوچولوی خود را «داداش» و خواهرها برادر کوچولوی خود را «آبجی» خطاب می‌کنند. داده‌های این تحقیق مربوط به گونه گفتاری ترکی آذری خوی هستند، اما به نظر می‌رسد که انواع خطاب‌ها، به‌جز عبارتهای خودمانی (صمیمانه)، در گونه نوشتاری ترکی آذری نیز به کار می‌روند. در رابطه با کارکرد، با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص شد که عبارتهای خطاب دارای سه نوع کارکرد «نشان‌دادن صمیمیت»، «نشان‌دادن اختلاف قدرت» و «نشان‌دادن احترام» است که توسط مردم در خوی مورد استفاده قرار می‌گیرند. با توجه به آمار به دست آمده از کل افراد پژوهش مشخص شد که رفتار خطابی مردم در خوی بیشتر به دلیل «نشان‌دادن صمیمیت» که بر طبق براون و لوینسون (۱۹۸۷) «ادب مثبت» محسوب می‌شود، (۶۴.۴۴ درصد) است، بعد از آن مربوط به «حفظ فاصله قدرت» (۳۷.۷۷ درصد) و «احترام» (۲۶.۲۲ درصد) است و هر دو طبق براون و لوینسون (۱۹۸۷) جزء «ادب منفی» محسوب می‌شوند. در مورد عوامل اجتماعی تحلیل داده‌ها نشان داد که به ترتیب عوامل اجتماعی «سن»، «رابطه خانوادگی»، «مرتبه اجتماعی»، «تحصیلات» و «سلسله‌مراتب شغلی» در انتخاب عبارتهای خطاب در گونه گفتاری خوی مؤثر هستند. همان‌طور که مشاهده می‌شود عامل «سن» بیشترین و قوی‌ترین عامل اثرگذار در اکثر مراودات اجتماعی از جمله انتخاب عبارت خطاب متناسب و «تحصیلات» در آخر و کم‌ترین تأثیر نسبت به عوامل دیگر در خوی را دارد که این خود نشانگر غالب بودن تفکر کلاسیک و محافظه‌کارانه و ارج نهادن به تجربه بیشتر از علم عموم مردم در شهر خوی است. صیفی (۱۳۹۰) در پژوهش خود در مورد صورت‌های خطاب در زبان هورامی تنها به شناسایی صورت‌های خطاب و بسامد آنها به ترتیب از بیشترین به کم‌ترین به ترتیب واژه‌های خویشاوندی، ضمائر، عنوان‌ها، اسامی

کوچک، عناوین شغلی عناوین مذهبی و واژه‌های گرامی پرداخته است. اما در تحقیق حاضر علاوه بر بررسی صورت‌های خطاب و ارائه بسامد و درصد آن‌ها، نقش و کارکرد عبارات خطاب و بررسی آماری آن‌ها و نیز عوامل اجتماعی مؤثر بر عبارات خطاب نیز به‌طور مبسوط بررسی شده‌اند. در مورد میزان بسامد مشاهده می‌شود که در زبان هورامی عبارات خویشاوندی بیشترین بسامد را دارد که نشانگر حفظ روابط سنتی خویشاوندی در میان افراد است که با نتیجه پژوهش حاضر در مورد بیشترین بسامد مربوط به اسم کوچک متفاوت است. بیرون راه (۱۳۹۲) در تحقیق خود تنها به تأثیر جنسیت بر عبارات خطاب پرداخته و آن را در برخی بافت‌ها مؤثر دانسته است. در پژوهش حاضر علاوه بر جنسیت به عنوان عامل اجتماعی عوامل اجتماعی دیگر همچون تحصیلات، سلسله‌مراتب شغلی، روابط خانوادگی و سن نیز بررسی شده است. شیخ تجن (۱۳۹۶) در بررسی تطبیقی میزان بسامد عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی به تفاوت معناداری بین این عبارات در این دو زبان نرسیده، اما به این نتیجه رسیده است که گویشوران گیلکی بیشتر از فارسی‌زبانان از نام کوچک استفاده می‌کنند و نیز نام کوچک پر بسامدترین نوع عبارت خطاب است. نتیجه تحقیق حاضر در مورد بسامد عبارات خطاب نیز نشان می‌دهد که بیشترین عبارت خطاب نام کوچک است که مشابه با گیلکی است. البته تحقیق مذکور به نقش و نیز عوامل اجتماعی نپرداخته و تنها به دسته‌بندی و بسامد عبارات خطاب اکتفا کرده است. پیش‌تر اشاره شد که احمدخانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود در مورد رفتار خطاب در زبان فارسی عبارات «اسامی شخصی»، «عناوین»، «عبارات مذهبی»، «عبارات شغلی»، «عبارات خویشاوندی»، «عبارات احترام‌آمیز»، «عبارات صمیمانه»، «ضمایر شخصی»، «عبارات توصیفی» و «عبارات صفر» را متمایز کرده و به نقش و عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب آن‌ها نپرداخته است. در تحقیق مذکور اسامی اشخاص بیشترین بسامد را دارند که مشابه با نتیجه حاصل از این پژوهش در مورد زبان ترکی گونه خوی است. این بسامد بالا در زبان انگلیسی نیز دیده می‌شود که در تقابل با زبانی با فرهنگ سنتی همچون زبان کره‌ای است (Hwang, 1991). همچنین نتایج تحقیق مذکور و پژوهش حاضر هر دو نشان‌دهنده استفاده بیشتر برادران نسبت به خواهران و کودکان نسبت به والدین از عبارات خطاب است.

این پژوهش ضمن بررسی عبارات خطاب زبان ترکی آذری خوی و کاربرد متفاوت هر

یک از آن‌ها به بررسی عوامل اجتماعی به وجود آورنده هر یک از صورت‌های خطاب نیز پرداخته است. نتایج پژوهش در این مقاله نه تنها می‌تواند پایه‌ای برای تحقیقات دیگر در زبان ترکی و تطبیقی میان زبان‌های دیگر کاربرد داشته باشد، بلکه در آموزش زبان ترکی آذری به عنوان زبان دوم به نوآموزان و به آموزگاران و دبیران آموزش و پرورش که به‌طور هم‌زمان با زبان‌های فارسی، انگلیسی و ترکی سروکار دارند و آموزش می‌دهند، مفید است.

۷. پی‌نوشت‌ها

1. first names
2. last names
3. kinship terms
4. pet names
5. abbreviated first names
6. titles
7. religious terms
8. job terms
9. honorifics or terms of formality
10. reverse address
11. face
12. Casson & BÂNÛ Özertuğ
13. Koul
14. Kashmiri Language
15. Bayyurt & Bayraktaroğlu
16. Manjulakshi
17. Salifu
18. Kaya
19. Mühleisen
20. Caribbean English-lexicon Creoles
21. Widiatmaja
22. "Runaway Jurry", Movie.
23. Brown & Gilman
24. Brown & Levinson
25. Politeness Theory
26. face want
27. Braun
28. Oyetade
29. Wardhaugh
30. family relationship

31. occupational hierarchy
32. blood
33. degree of intimacy
34. Brown & Ford
35. Ervin Tripp
36. Cao
37. Leech
38. Afful
39. Philipsen & Huspeck
40. Akindele
41. Murphy
42. Parkinson
43. Hymes
44. Pride
45. Moles
46. Evans-Pritchard
47. special occasions
48. social rank
49. transactional status
50. Trudgill
51. Kramer

۸. منابع

- احمدخانی، م.ر. (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی عبارات خطاب در فارسی گفتاری محاوره‌ای. زبان‌شناخت، ۱، ۱-۱۸.
- اسماعیلی، ع. (۱۳۷۹). صورت‌های خطاب در زبان فارسی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی. دانشگاه علامه طباطبایی.
- بیرون‌راه، ب. (۱۳۹۲). تأثیر جنسیت بر کاربرد واژگان خطاب در گفتار زبان فارسی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- دادمهر، س. (۱۳۹۲). تحلیل مقابله‌ای القاب خطاب در فارسی و انگلیسی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی. دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- زندی، ب.، بحرینی، م.، سبزواری، م.، و مهدی بیرقدار، ر. (۱۳۹۷). بررسی اجتماعی - شناختی تابو و حسن تعبیر در ساختارهای عبارات اصطلاحات و ضرب‌المثل‌های فارسی و انگلیسی. جستارهای زبانی، ۶، ۳۱۷-۳۳۴.

- شرفی، ع.ا. (۱۳۸۰). مجموعه مقالات مردم‌شناسی ایران. تهران: پارینه.
- شیخ‌سنگ تجن، ش.، و یوسفی گراکوئی، آ. (۱۳۹۵). بررسی و مقایسه جامعه‌شناختی عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی. *زبان‌شناسی اجتماعی*، ۲، ۶۳-۴۶.
- شیرینی، م.، و حجازی، ن. (۱۳۹۶). قابلیت کاربردی مدل استعاری الکسیوا در اصطلاح‌شناسی. *جستارهای زبانی*، ۶، ۵۵-۷۴.
- صفیعی، ن. (۱۳۹۰). صورتهای خطاب در زبان هورامی: رویکردی اجتماعی - انتقادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه رازی کرمانشاه.
- مدرسی، ی. (۱۳۶۸). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مشیری، م. (۱۳۵۸). *خطاب در زبان فارسی*. پژوهشی در جامعه‌شناسی زبان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی. دانشگاه تهران.

References

- Afful, J. B. A. (2006a). Non-kinship address terms in Akan: A sociolinguistic study of language use in Ghana. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 27 (4):275 – 289.
- Afful, J.B.A., & Mwinlaaru, A.N. (2012). When ‘Sir’ and ‘Madam’ Are Not: Address Terms and Reference Terms Students Use for Faculty in a Ghanaian University. In *Sociolinguistics Studies* 2012, 6(3): 491–517
- Ahmadkhani, R. (2014). A sociological study of address terms in spoken colloquial Persian. *Language Studies*, 1, 1-18. [In Persian].
- Akindele, F. (2002): Language and national identity in Lesotho. In: Owino, Francis R. (ed.): *Speaking African. African languages for education and development*. Cape Town: 62–75.
- Aliakbari, M., & Toni, A. (2008). *The realization of address terms in modern Persian: A sociolinguistic study*. *Linguistik online*, 35(3), 3-12. Ilam University, Iran.

- Azin, N., & Afghar, A. (2015). The study of Persian address terms in young adult novels according to politeness theory. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 438-446.
- Bayyurt, Y., & Bayraktaroğlu, A. (2001). The use of pronouns and terms of address in Turkish service encounters. In: Bayraktaroğlu, A. & Sifianou, M. (eds.) *Linguistic Politeness: A Case of Greek and Turkish*. Amsterdam: Benjamins. 209-276.
- Birunrah, B. (2003). *The effect of gender on the use of spoken words in Persian speech*. M.A Thesis in Linguistics. Islamic Azad University, Central Tehran Branch. [In Persian].
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, R., & Gillman, A. (1960). The pronouns of power and solidarity, In Sebeoki, Thomas A. (ed.): *Style in Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, R., & Ford, M. (1964). Address terms in American English. In: Hymes, Dell H. (ed.): *Language in Culture and Society*. New York: 234-244.
- Casson, W. R., & Özertuğ, B. (1975). *Respect and address in a Turkish village, A quantitative sociolinguistic account*. Oberlin College, Turkey.
- Dadmehr, S. (2003). *Comparative analysis of address titles in Persian and English*. M.A Thesis in Linguistics. Shahid Bahonar University of Kerman. [In Persian].
- Ervin-Tripp, S. M. (1972b). Sociolinguistic rules of address. In J. B. Pride and J. Holmes (ed.) *Sociolinguistics*. England: Penguin books, 225-240.
- Esmaili, A. (2001). *Address forms in Persian language*. M.A.Thesis in General Linguistics. Allameh Tabatabaei University. [In Persian].
- Fitch, K.L. (1991). The interplay of linguistic universals and cultural knowledge

in personal address. Columbian Madre terms. *Communication Monographs* 58: 254-272.

- Gosselin, K.M. (2014). *A study of address patterns: Spanish informal and formal forms Tú and Usted, L2 learners' difficulties in the interpretation of Spanish address forms*. Retrieved from the University of Minnesota Digital Conservancy, <http://hdl.handle.net/11299/164484>.
- Hwang, S.J. (1991). Terms of address in Korean and American cultures. In *International Communication Studies*, 2.
- Hymes, Dell H. (1967): Models of interaction of language and social setting. *Journal of Social Issues* 23, 2: 8–28.
- Kaya, E.K. (2012). *An Analysis of the Addressing Terms used in Turkish society in the interface of alienation and intimacy*. Studio uralo-altaico, sezeged, hu. Hacettepe University, Turkey.
- Keshavarz, H. M. (1988). Terms of address in post-revolutionary Iranian Persian: A sociolinguistic analysis. *Language in Society*, 17.
- Koul, O. N. (1995). Personal names in Kashmiri. In: Koul, Omkar N. (ed.) *Sociolinguistics*. South Asian Perspectives. New Delhi.
- Kramer, C. (1975). Sex differences in address system. *Anthropological Linguistics*, 17.
- Leech, G. (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 Johannson*, Amsterdam: Rodopi.
- Moles, J.A. (1974). Decisions and variability. The usage of address terms, pronouns and languages by Quechua-Spanish bilinguals in Peru.. *Anthropological Linguistics* ,16, 9: 442-463.
- Morford, J. (1997). Social indexicality in French pronominal address. *Journal of Linguistic Anthropology* .7: 3-37.

- Moshiri, M. (1979). *Address terms in Persian. Research in the sociology of language*. M.A Thesis in General Linguistics. University of Tehran. [In Persian].
- Mühleisen, S. (2011). Forms of address and ambiguity in Caribbean English-lexicon Creoles: Strategic interactions in a postcolonial language setting. *Journal of Pragmatics*, 43(6), 1460-147.
- Murphy, G. L. (1988). Personal reference in English. *Language in Society*, 17 (3): 317-349.
- Nanbakhsh, G. (2011). *Persian address pronouns and politeness in interaction*. Ph.d. Dissertation, The University of Edinburgh, England.
- Oyetade, S.O. (1995). A sociolinguistic analysis of address forms in Yoruba. *Language in Society*, 32.
- Parkinson, Dilworth B. (1985). *Constructing the social context of communication: Terms of address in Egyptian Arabic*. New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Paulston, C.B. (1975) Language and social class: pronouns of address in Swedish. *Working Papers in Sociolinguistics*, 29. Austin, TX: Southwest Educational Development Laboratory.
- Philipsen, G., & Huspek, M. (1985). A bibliography of sociolinguistic studies of personal address. *Anthropological Linguistics* .27(1): 94-101.
- Pride, J.B. (1971). *Formal and informal language*. An inaugural address. Wellington.
- Safiei, N. (2012). *Address forms in Horami language: a socio-critical approach*. M.A Thesis in General Linguistics. Razi University of Kermanshah. [In Persian].
- Salifu, N.A. (2010). Signaling Politeness, Power and Solidarity through Terms of Address in Dagbanli. *Nordic Journal of African Studies*.19(4): 274-292, Ghana.
- Sharifi M, A., Yazdanpanah, L., & Abolhassanzadeh, V. (2013). The analysis of

Persian address terms based on the theory of Politeness. *Journal of Theoretical Linguistics* [online]. 10(3) [cit. 2013: 6-18].

- Sheikh Sang Tajan, Sh. & Yousefi Garakooie, A. (2017). The study and comparison of address terms in Persian and Gilaki. *Journal of Sociolinguistics*, 2, 46-63. [In Persian].
- Shiri, M& Hejazi N. (2018). Possible application of Alexeeva's metaphorical model in terminology. *Language Related Research*, 8 (6), 55-74. [In Persian].
- Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An introduction to language and society*. London: Penguin.
- Ugorji, C.U.C. (2009). Reflections on address politeness in Igbo family. *Language, Society and Culture Journal*, 27: 54 – 62.
- Wardhaugh, R. (2006). *An introduction to sociolinguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Widiatmaja, A. (2014). *A Sociolinguistic Analysis of Address Terms Performed by the Main Character in "Runaway Jury" Movie*, B.A. dissertation, Yogyakarta State University, Indonesia.
- Zandi B., bahreyni, M., Sabzevari, M., Mahdi Beyraghdar, R. (2019). Socio-cognitive analysis of taboo and euphemism in expressions, idioms and proverbs structures of Persian and English. *Language Related Research*, 9 (6), 317-334. [In Persian].