



دوماهنامه بین‌المللی

۱۷، ش ۲ (پیاپی ۹۲)، تابستان ۱۴۰۵، صص ۵۱۹-۵۴۲

مقاله پژوهشی

https://lrr.modares.ac.ir/article_7114.html

رویکردی اجتماعی شناختی به چندمعنایی واژگانی

مطالعه موردی: «شیرین»

فاطمه یوسفی راد^{۱*}، سید محمود منشرعی^۲

۱. استادیار گروه زبان شناسی و زبان های خارجی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. مدرس دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۶

چکیده

این مقاله به مطالعه چندمعنایی واژه «شیرین» در زبان فارسی با رویکرد زبان‌شناسی اجتماعی شناختی می‌پردازد. مقاله در چارچوب مدل رایبسون (۲۰۱۰، ۲۰۱۲، الف، ۲۰۱۲، ب، و ۲۰۱۴) نشان می‌دهد که چندمعنایی واژگانی را نباید به مفهومی ایستا که در میان همه گویشوران زبان ثابت است تقلیل دهیم و اینکه متغیرهای اجتماعی مانند سن و جنسیت در آن تأثیرگذارند. این مقاله به مطالعه تأثیر دو متغیر سن و جنسیت بر تعداد و برجستگی هریک از معانی واژه چندمعنایی «شیرین» می‌پردازد. روش پژوهش، ترکیبی (کمی و کیفی) و روش گردآوری داده‌ها، اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه‌ای و مصاحبه) است. جامعه آماری پژوهش، تمام افراد یک زبان فارسی‌زبان تهرانی و نمونه آماری شامل ۲۰۰ آزمودنی، ۱۰۰ مرد و ۱۰۰ زن در ۴ طبقه سنی زیر ۱۸ سال، بین ۱۸ تا ۳۰، بین ۳۰ تا ۶۰، و بالای ۶۰ سال است. نتایج نشان داد که توزیع معانی مختلف واژه چندمعنایی مذکور نزد گویشوران زن و مرد متعلق به گروه‌های سنی متفاوت یکسان نبوده و تصادفی نیست و به میزان زیادی تحت تأثیر سن و جنسیت است. نتایج پژوهش همچنین نشان داد که زبان‌شناسی اجتماعی شناختی تبیین‌های جامع‌تری در مورد تنوع معنایی واژه‌های چندمعنا و تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر تعداد و برجستگی هریک از معانی به دست می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: زبان‌شناسی اجتماعی شناختی، زبان فارسی، سن، جنسیت، چندمعنایی.

۱. مقدمه

این مقاله زبان‌شناسی اجتماعی شناختی و چندمعنایی واژگانی در این رویکرد را بررسی می‌کند. داده‌های پژوهش به صورت اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه‌ای و مصاحبه) جمع‌آوری می‌شود و روش انجام پژوهش به صورت ترکیبی (کمی و کیفی) است. ابتدا به معرفی زبان‌شناسی اجتماعی شناختی و مدل رابینسون که چارچوب پژوهش است می‌پردازیم. سپس معانی مختلف واژه «شیرین» را از دو واژه‌نامه مورد پژوهش، استخراج می‌کنیم. در مرحله بعد به کمک پرسش‌نامه و مطالعه آماری داده‌ها به مطالعه تأثیر متغیرهای اجتماعی سن و جنسیت در چندمعنایی این واژه می‌پردازیم. داده‌های اولیه برای طراحی پرسش‌نامه از دو فرهنگ‌نامه فرهنگ بزرگ سخن و فرهنگ‌نامه فارسی فرهنگ معاصر استخراج شده است و پرسش‌نامه پیوست از ۲۰۰ نمونه آماری که به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند گردآوری شده است. آزمودنی‌ها ۲۰۰ نفر شامل ۱۰۰ زن و ۱۰۰ مرد در چهار گروه سنی: زیر ۱۸ سال؛ بین ۱۸-۳۰ سال؛ بین ۳۰-۶۰ سال؛ بالای ۶۰ سال (هر گروه سنی ۲۵ نفر) هستند.

پس از گردآوری معانی مختلف واژه «شیرین» از فرهنگ‌نامه‌های مورد پژوهش، به کمک پرسش‌نامه اولیه (ضمیمه ۱) به بررسی معانی واژه از نظر گویشوران می‌پردازیم. بعد با همه معانی واژه که از سرجمع معانی گردآمده از فرهنگ‌نامه‌ها و پرسش‌نامه اولیه به دست آمده پرسش‌نامه دیگری (ضمیمه ۲) که متناسب کار آماری است تهیه می‌شود و به این صورت به گردآوری داده‌ها برای مطالعه آماری می‌پردازیم. برای تجزیه و تحلیل کمی داده‌ها از آمار توصیفی و برای نشان دادن وابستگی بین متغیرهای کیفی و طبقه‌ای پژوهش از جدول توافقی استفاده شده است. نتایج در پایان مقاله مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

۲. پیشینه: زبان‌شناسی اجتماعی شناختی

زبان‌شناسی اجتماعی شناختی حوزه‌ای جدید و نوپا در زبان‌شناسی است که به انجام پژوهش در ابعاد شناختی - اجتماعی زبان در سطحی کاربرد - بنیاد می‌پردازد (گیررتس^۱، کریستینسن^۲، و پیرسمن^۳، ۲۰۱۰: ۱). این رویکرد در پی دستیابی به هم‌گرایی و هم‌افزایی زبان‌شناسی شناختی و زبان‌شناسی اجتماعی است. هم زبان‌شناسی شناختی و هم زبان‌شناسی اجتماعی به کاربرد واقعی زبان توجه زیادی دارند. زبان‌شناسان شناختی همیشه رویکرد کاربردمحور به زبان را تشویق کرده‌اند، تا آنجا که این

مسئله یکی از اصول اساسی زبان‌شناسی شناختی به حساب می‌آید. این رویکرد بر این فرض مبتنی است که زبان تنها مخزنی از واحدهای صورت-معنا نیست که در کاربرد روزمره مورد استفاده قرار می‌گیرد، بلکه نظام زبان خود، محصول همین کاربرد روزمره است (بای بی ۲۰۰۷، ۲۰۱۰). بنابراین، معنا اساساً امری تجربی است و تنوعات در معنا (شامل تغییرات معنایی) از استنباط‌هایی ایجاد می‌شود که در کاربرد زبان ریشه دارند (تراگوت ° ۱۹۸۹، تراگوت و داشر ۲۰۰۲). بدیهی است که داده‌های کاربردی واقعی به کمک روش‌های تجربی مورد استفاده در زبان‌شناسی پیکره‌ای گردآوری می‌شود.

در زبان‌شناسی شناختی، چندمعنایی نوعی مقوله‌بندی محسوب می‌شود، به همین دلیل بسیاری از پژوهش‌ها در مورد چندمعنایی روی مقوله‌بندی متمرکز شده‌اند و نشان می‌دهند که چندمعنایی را می‌توان بر اساس الگوهای شباهت‌های خانوادگی مطالعه کرد که در آن معانی حاشیه‌ای حول یک معنای اصلی مقوله‌بندی می‌شوند (ن.ک. لیکاف (۱۹۸۷)، ایوانز و گرین (۱۹۸۸)). اما علی‌رغم وجود این پیشینه، در مورد تفاوت الگوهای چندمعنایی در میان گویشوران یک زبان کار زیادی انجام نشده است. مثلاً این پرسش مهم که آیا معنای سرنمونی و تعداد معانی واژه‌های چندمعنا برای همه گویشوران ثابت است یا خیر؟ سبزواری (۱۳۹۹:۲۱۰) می‌گوید: نکته‌ای که در مورد نگرش زبان‌شناسی شناختی مشترک است این فرض است که معنای یک عبارت زبانی ابتدا باید در ذهن کاربر زبان جست‌وجو شود. به لحاظ نظری، زبان‌شناسی اجتماعی شناختی وجود تنوعات معنایی در جامعه را می‌پذیرد. با وجود این، پژوهش‌های بسیار محدودی در این حوزه انجام شده که بتوانند ارتباط الگوهای کاربرد زبانی با مقولات برون‌زبانی را به‌طور مستقیم نشان دهند و مبانی اجتماعی - فرهنگی تأثیرگذار را تبیین کنند (استثناهای مهم، پژوهش‌های گیرتس و همکاران (۱۹۹۴) و (۲۰۱۰)، کریستین‌سن و دیرون ۲۰۰۸، پوترز^۷ و همکاران (۲۰۱۴)، و رابینسون^۸ (۲۰۱۲) هستند). پژوهش حاضر بر روی واژه چندمعنای «شیرین» به دنبال نشان دادن تنوع معنا نزد گویشوران فارسی و تأثیر متغیرهای سن و جنس بر این تنوع است.

۳. چارچوب: مدل رابینسون (۲۰۱۲)

مطالعه چندمعنایی یکی از حوزه‌های مهمی است که ذهن زبان‌شناسان اجتماعی شناختی را به خود مشغول داشته است. در این میان، پژوهش‌های جوستینا رابینسون روی واژه‌های انگلیسی awesome (۲۰۱۰)، gay (۲۰۱۲ب)، skinny (۲۰۱۲الف) و بررسی واژه‌های gay، wicked و awesome

(۲۰۱۴) حائز اهمیت بسیار است. در مقاله حاضر، تحلیل رابینسون از واژه skinny را بررسی کرده، شیوه او را به عنوان چارچوب پژوهش مورد استفاده قرار می‌دهیم.

رابینسون (۲۰۱۲) پژوهش خود را از نخستین گام‌ها در راستای بررسی چندمعنایی در چارچوب زبان‌شناسی اجتماعی شناختی می‌داند. او در پی آن است که نشان دهد آیا تنوع معنایی^۱، ساختار و توزیع اجتماعی - جمعیت شناختی^۱ دارد یا خیر؟ در پژوهش وی، ۷۲ گویشور از یورکشایر جنوبی که بین ۱۱ تا ۹۴ سال سن داشتند شرکت کردند. شرکت‌کنندگان نیمی زن و نیمی مرد و از طبقات مختلف اجتماعی - اقتصادی بودند. آن‌ها نخست در یک مصاحبه شرکت کردند و به سؤالات پژوهشگر جواب می‌دادند که در آن‌ها از گویشور، نخست در مورد مصداق^{۱۱} آن صفت سؤال می‌شد و سپس از او پرسیده می‌شد که چرا از آن صفت برای آن مدلول خاص استفاده می‌کند. برای نمونه، پرسش و پاسخ رد و بدل شده برای صفت استخونی "skinny" (استخونی) را ببینید.

سؤال: به کی یا چی، استخونی می‌گن؟

جواب: به سگ من.

سؤال: چرا می‌گی سگت استخونیه؟

جواب: آخه خیلی لاغره.

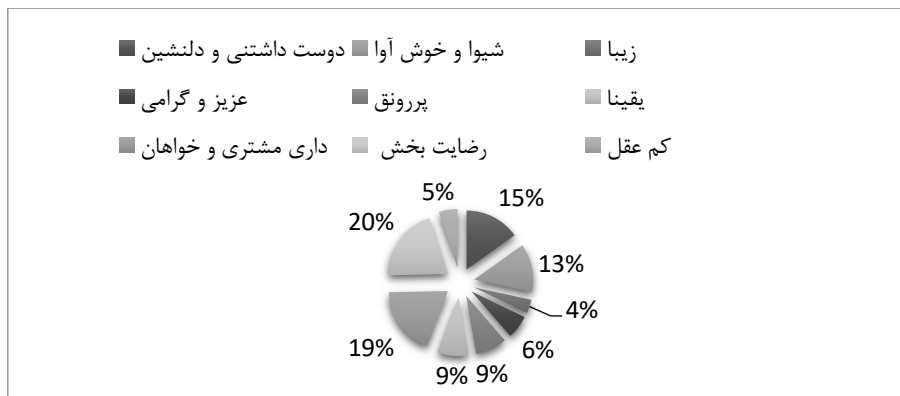
در پژوهش، به همه شرکت‌کنندگان آموزش داده شده که پاسخ‌هایی را که زودتر به ذهنشان آمده ثبت کنند و به آن‌ها اطمینان داده شد که هر آنچه به ذهنشان می‌آید بگویند، زیرا هیچ پاسخی غلط نیست. در ادامه، داده‌ها به کمک آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شده که دقیقاً همین ساختار در مقاله حاضر نیز به کار رفته است. به این ترتیب که آنچه اینجا برای واژه «شیرین» انجام می‌دهیم دقیقاً مطابق با چارچوب نظری جوستینا رابینسون (۲۰۱۰، ۲۰۱۲، ۲۰۱۴) است که به دلیل اجتناب از طولانی شدن مقاله از درج تحلیل‌ها و جداولی که رابینسون برای صفات مورد مطالعه خود (از جمله skinny2010) خودداری می‌کنیم. با وجود این تأکید می‌کنیم که دقیقاً همان شیوه گام به گام در مقاله حاضر رعایت شده است.

۴. بحث و بررسی: چندمعنایی «شیرین»

در دو واژه‌نامه فرهنگ بزرگ سخن و فرهنگ‌نامه فارسی فرهنگ معاصر معانی زیر برای واژه «شیرین» یافت شد:

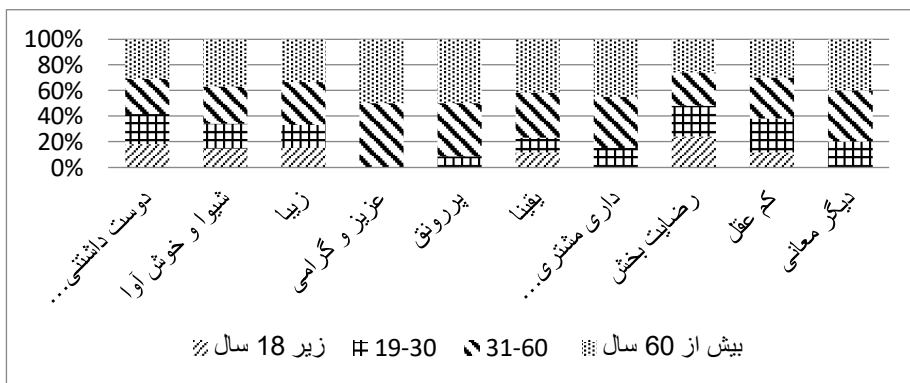
- زیبا
- شیوا، خوش آوا
- پررونق
- عزیز، گرمی (چیزها، خاطرات،...)
- یقیناً، مطمئناً، به راحتی
- رضایت بخش، دلپذیر، مطبوع
- دارای خواهان و مشتری بیشتر

البته معنای سرنمونی «مزه شیرین» به دلیل عدم ارتباط با موضوع مورد مطالعه از پژوهش کنار گذاشته شد، زیرا این پژوهش به مطالعه آن دسته از معانی واژه مورد نظر می پردازد که فرض می کنیم در میان گویشوران به صورت یکسان توزیع نشده اند. نکته دیگر اینکه پس از بررسی نتایج مصاحبه دیده شد که گویشوران این واژه را در معانی «دوست داشتنی و دلنشین» و «کم عقل» نیز به کار می برند که در دو واژه نامه مورد مطالعه دیده نمی شوند. در نهایت جمعاً به ۹ معنا از واژه مورد مطالعه دست یافتیم که در ادامه به بررسی و تفسیر آن ها می پردازیم.



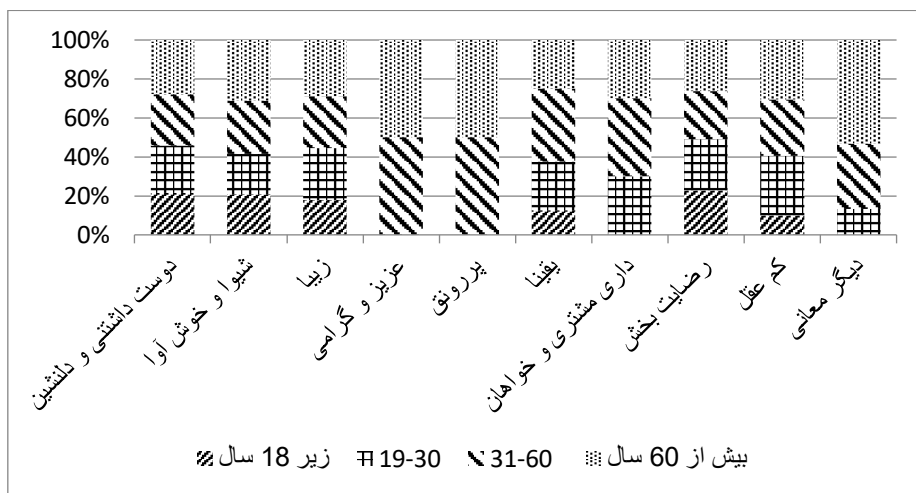
نمودار ۱. فراوانی هر یک از معانی واژه «شیرین» در جامعه آماری (۲۰۰ نفر)

همانطور که نمودار ۱ نشان می دهد، بیشترین کاربرد واژه «شیرین» در معانی «دوست داشتنی و دلنشین»، «کم عقل»، و «رضایت بخش» به ترتیب با ۲۰ و ۱۹ و ۱۵ درصد است.



نمودار ۲. فراوانی هر یک از معانی واژه «شیرین» در میان مردان

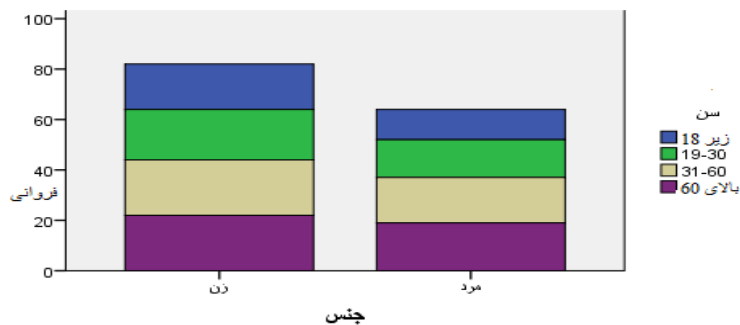
مطابق نمودار، پربسامدترین معنای واژه بین مردان «دوست‌داشتنی و دلنشین» و «یقیناً» و «داری خواهان و مشتری» و «کم عقل» در بین مردان بیش از ۶۰ سال، و پس از آن معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین» در مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال است.



نمودار ۳. فراوانی هر یک از معانی واژه «شیرین» در میان زنان

بیشترین معانی که در میان زنان استفاده می‌شود معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین» در بین زنان بیش از ۶۰ سال و بین ۳۱ تا ۶۰ و ۱۹ تا ۳۰ و کمتر از ۱۸ سال است. در جایگاه بعد، معنای «کم عقل» نیز در بین زنان بیش از ۶۰ سال و ۱۹ تا ۳۰ سال بیش از سایر گروه‌های سنی استفاده می‌شود.

۱-۴. «شیرین» به معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین»



نمودار ۴. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین»

همانطور که نمودار نشان می‌دهد این معنا در همه گروه‌های سنی و در میان هر دو گروه زنان و مردان استفاده می‌شود. اما کاربرد آن در میان زنان بیش از مردان است. همچنین با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز به دست می‌آید:

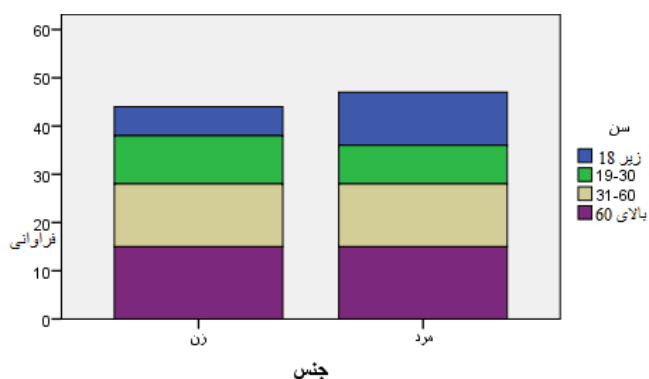
جدول ۱. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین»

			سن		Total
			زن	مرد	
سن	زیر ۱۸	Count	18	12	30
		% of Total	12.3%	8.2%	20.5%
	19-30	Count	20	15	35
		% of Total	13.7%	10.3%	24.0%
	31-60	Count	22	18	40
		% of Total	14.5%	11.5%	26.0%

		% of Total	15.1%	12.3%	27.4%
	61 از بیشتر	Count	22	19	41
		% of Total	15.1%	13.0%	28.1%
Total	Total	Count	82	64	146
		% of Total	56.2%	43.8%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان بالاتر از سال ۶۰ با ۱۵/۱ درصد و ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۱ درصد و ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۳/۷ درصد و در گروه مردان بیش از سال ۶۰ با ۱۳/۰ درصد است. کمترین کاربرد هم در گروه مردان کمتر از ۱۸ سال با ۸/۲ درصد است.

۲-۴. «شیرین» به معنای «شیوا و خوش‌آوا»



نمودار ۵. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «شیوا و خوش‌آوا»

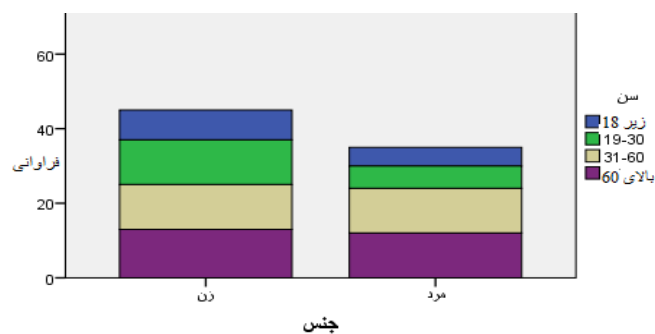
بیشترین کاربرد واژه «شیرین» به معنای «شیوا و خوش‌آوا» در میان مردان و زنان گروه‌های سنی بیش از ۳۰ سال است. این کاربرد در گروه‌های سنی زیر ۳۰ سال کمتر است. همچنین با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز به دست می‌آید:

جدول ۲. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «شیوا و خوش‌آوا»

			جنس		Total	
			زن	مرد		
سن	زیر ۱۸	Count	10	6	16	
		% of Total	11.2%	6.7%	18.0%	
	19-30	Count	10	8	18	
		% of Total	11.2%	9.0%	20.2%	
	31-60	Count	13	12	25	
		% of Total	14.6%	13.5%	28.1%	
	61 از بیشتر	Count	15	15	30	
		% of Total	16.9%	16.9%	33.7%	
	Total		Count	48	41	89
			% of Total	53.9%	46.1%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان و مردان بیش از ۶۰ سال با ۱۶/۹ درصد و پس از آن در گروه زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۶ درصد و زنان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۱/۲ درصد و سپس زنان کمتر از ۱۸ سال با ۱۱/۲ درصد است. کمترین کاربرد هم در میان مردان کمتر از ۱۸ سال با ۶/۷ درصد است.

۳-۴. «شیرین» به معنای «زیبا»



نمودار ۶. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «زیبا»

می‌بینیم که کاربرد واژه شیرین به معنای «زیبا» در میان زنان در تمام گروه‌های سنی و به‌ویژه در گروه سنی بیش از ۳۰ سال بیشتر از مردان است. همچنین با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز به‌دست می‌آید:

جدول ۳. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «زیبا»

			جنس		Total	
			زن	مرد		
سن	زیر ۱۸	Count	8	5	13	
		% of Total	10.3%	6.4%	16.7%	
	۱۹-۳۰	Count	12	6	18	
		% of Total	15.4%	7.7%	23.1%	
	۳۱-۶۰	Count	12	11	23	
		% of Total	15.4%	14.1%	29.5%	
	بالای ۶۰	Count	13	11	24	
		% of Total	16.7%	14.1%	30.8%	
	Total		Count	45	33	78
			% of Total	57.7%	42.3%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان بیش از سال ۶۰ با ۱۶/۷ درصد و پس از آن در گروه زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۴ درصد و زنان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۵/۴ درصد و مردان بیش از ۶۰ سال با ۱۴/۱ درصد و سپس مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۱ درصد است. کمترین کاربرد هم در گروه سنی مردان کمتر از ۱۸ سال به میزان ۶/۴ درصد است.

۴-۴. «شیرین» به معنای «عزیز و گرامی»



نمودار ۷. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «عزیز و گرامی»

همانطور که نمودار فوق نشان می‌دهد، کاربرد واژه «شیرین» به معنای «عزیز و گرامی» توزیع محدودی دارد و فقط زنان و مردان بیش از ۳۰ سال به طور محدود از آن استفاده می‌کنند. این نتیجه همچنین با توجه به جدول توافقی زیر نیز قابل حصول است:

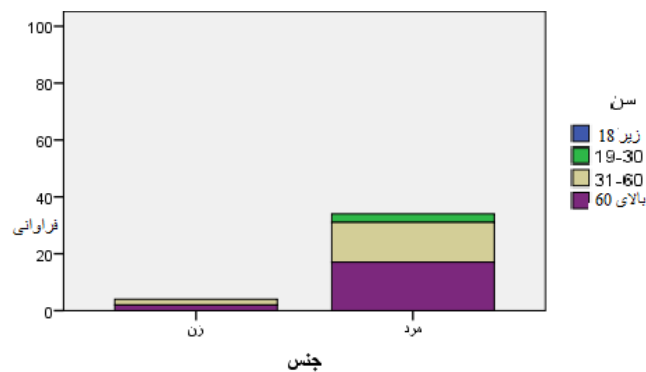
جدول ۴. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «عزیز و گرامی»

				جنس		Total
				زن	مرد	
سن	۶۰-۳۱	عزیز و گرامی	Count	6	5	11
		% of Total	27.3%	22.7%	50.0%	
	بالاتر ۶۰	عزیز و گرامی	Count	6	5	11
		% of Total	27.3%	22.7%	50.0%	
Total		عزیز و گرامی	Count	12	10	22
		% of Total	54.5%	45.5%	100.0%	

بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان بیش از ۶۰ سال و بین ۳۰ تا ۶۰ سال با ۲۷/۳ درصد و پس از

آن در گروه مردان ۳۱ تا ۶۰ سال و بیش از ۶۰ سال با ۲۲/۷۴ درصد است. جالب اینکه این معنا در میان زنان و مردان زیر ۳۰ سال به کار نمی‌رود و این گواه منسوخ شدن تدریجی آن نزد گویشوران است.

۴-۵. شیرین به معنای «پروونق»



نمودار ۸. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «پروونق»

همانطور که نمودار ۸ نشان می‌دهد این معنا در میان مردان بیشتر از زنان و در میان گروه‌های سنی بیش از ۳۰ سال استفاده می‌شود. همچنین با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز به دست می‌آید.

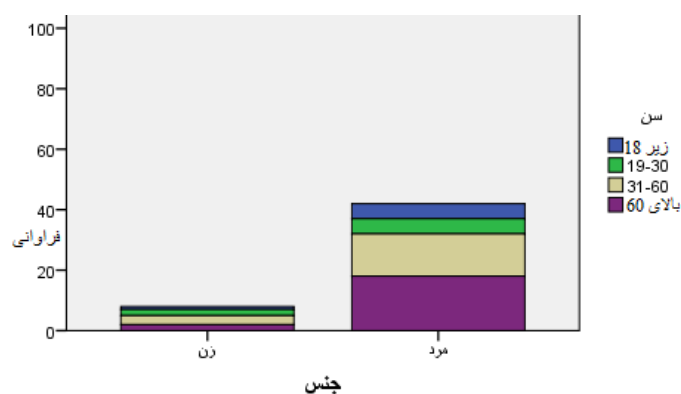
جدول ۵. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «پروونق»

			جنس		Total	
			زن	مرد		
سن	۱۹-۳۰	Count	0	3	3	
		% of Total	0.0%	7.9%	7.9%	
	۳۱-۶۰	Count	2	14	16	
		% of Total	5.3%	36.8%	42.1%	
	61 از بیشتر		Count	2	17	19

		جنس		Total
		زن	مرد	
Total	% of Total	5.3%	44.7%	50.0%
	Count	4	34	38
	% of Total	10.5%	89.5%	100.0%

دیده می‌شود که بیشترین کاربرد این معنا در گروه مردان بیش از ۶۰ سال با ۴۴/۷ درصد و پس از آن در گروه مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۳۶/۸ درصد است و کمترین کاربرد را هم در بین زنان دارد. از سوی دیگر، این معنا در گروه زنان کمتر از ۲۰ سال و مردان کمتر از ۱۸ سال استفاده نمی‌شود.

۴-۶. «شیرین» به معنای «یقیناً»



نمودار ۹. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «یقیناً»

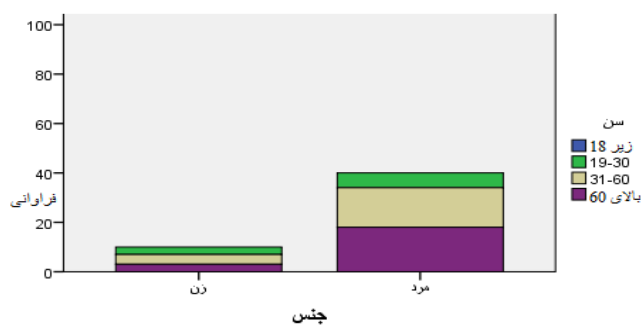
همانطور که نمودار نشان می‌دهد معنای «یقیناً» به طور محسوس کم‌کاربرد است، اگرچه هنوز هم در تمام گروه‌های سنی کاربرد دارد. همچنین با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز قابل توجه است:

جدول ۶. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «یقیناً»

			جنس		Total	
			زن	مرد		
سن	زیر ۱۸	Count	1	5	6	
		% of Total	2.0%	10.0%	12.0%	
	۱۹-۳۰	Count	2	5	7	
		% of Total	4.0%	10.0%	14.0%	
	۳۱-۶۰	Count	3	14	17	
		% of Total	6.0%	28.0%	34.0%	
	بالای ۶۰	Count	2	18	20	
		% of Total	4.0%	36.0%	40.0%	
	Total		Count	8	42	50
			% of Total	16.0%	84.0%	100.0%

به این ترتیب، این معنا بیشترین کاربرد را در گروه مردان بیش از ۶۰ سال با ۳۶/۰ درصد و پس از آن میان مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۲۸/۰ درصد دارد. دیگر آنکه، این معنا در بین زنان کاربرد کمتری نسبت به مردان دارد.

۷-۴. «شیرین» به معنای «دارای مشتری و خواهان»



نمودار ۱۰. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «دارای مشتری و خواهان»

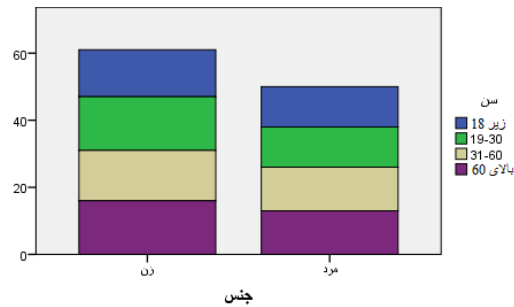
همانطور که نمودار نشان می‌دهد معنای «دارای مشتری و خواهان» به صورت ملموسی کم‌کاربرد است. این معنا در میان مردان و زنان زیر ۱۸ سال کاربرد ندارد. همچنین دیده می‌شود که کاربرد آن در میان مردان بیش از زنان است. از سوی دیگر، با توجه به جدول توافقی نتایج زیر نیز به دست می‌آید.

جدول ۷. توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «دارای خواهان و مشتری»

				جنس		Total
				زن	مرد	
سن	۳۰-۱۹	Count	3	6	9	
		% of Total	6.0%	12.0%	18.0%	
	۶۰-۳۱	Count	4	16	20	
		% of Total	8.0%	32.0%	40.0%	
	بالای ۶۰	Count	3	18	21	
		% of Total	6.0%	36.0%	42.0%	
Total		Count	10	40	50	
		% of Total	20.0%	80.0%	100.0%	

بیشترین کاربرد این معنا در میان مردان بیش از ۶۰ سال با ۳۶/۰ درصد و پس از آن، بین مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال به میزان ۳۲/۰ درصد دیده می‌شود. همچنین کمترین کاربرد را در بین زنان دارد. نکته دیگر اینکه، این معنا در گروه سنی کم‌تر از ۱۸ سال در میان زنان و مردان اصلاً استفاده نمی‌شود.

۸-۴. «شیرین» به معنای «رضایت‌بخش»



نمودار ۱۱. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد «شیرین» در معنای «رضایت‌بخش»

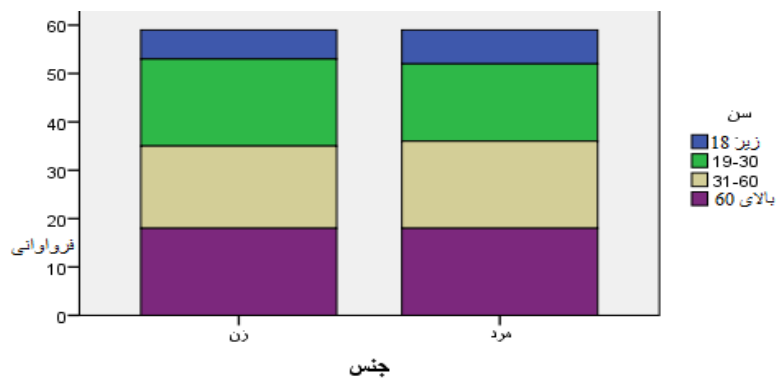
همانطور که نمودار بالا نشان می‌دهد، معنای «رضایت‌بخش» در میان تمام گروه‌های سنی هم در میان زنان و هم در میان مردان استفاده می‌شود، اگرچه در بین خانم‌ها رایج‌تر است. همچنین به کمک جدول توافقی، نتایج زیر نیز به دست می‌آید:

جدول ۸. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «رضایت‌بخش»

			جنس		Total	
			زن	مرد		
سن	زیر ۱۸	Count	14	12	26	
		% of Total	12.6%	10.8%	23.4%	
	۳۰-۱۹	Count	16	12	28	
		% of Total	14.4%	10.8%	25.2%	
	۶۰-۳۱	Count	15	13	28	
		% of Total	13.5%	11.7%	25.2%	
	بالای ۶۰	Count	16	13	29	
		% of Total	14.4%	11.7%	26.1%	
	Total		Count	61	50	111
			% of Total	55.0%	45.0%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا به ترتیب در گروه زنان بیش از ۶۰ سال و ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۴/۴ درصد و زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۳/۵ درصد و زنان کمتر از ۱۸ سال با ۱۲/۶ درصد، و کمترین کاربرد هم در میان مردان کمتر از ۱۸ سال با ۱۰/۸ درصد است.

۹-۴. «شیرین» به معنای «کم عقل»



نمودار ۱۲. تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر معنای «شیرین» در معنای «کم عقل»

همانطور که نمودار نشان می‌دهد، معنای «کم عقل» در میان تمام گروه‌های سنی هم بین زنان و هم بین مردان استفاده می‌شود. آشکار است که کاربرد این معنا در گروه‌های سنی بیش از ۱۸ سال در هر دو گروه مردان و زنان بیشتر از گروه زیر ۱۸ سال است. همچنین به کمک جدول توافقی، نتایج زیر نیز دیده می‌شود:

جدول ۹. جدول توافقی کاربرد واژه «شیرین» در معنای «کم عقل»

				جنس		Total
				زن	مرد	
	زیر ۱۸	Count	6	7	13	
		% of Total	5.1%	5.9%	11.0%	
	۳۰-۱۹	Count	18	16	34	

	سن		% of Total	15.3%	13.6%	28.8%
		۶۰-۳۱	Count	17	18	35
			% of Total	14.4%	15.3%	29.7%
	بالای ۶۰	Count	18	18	36	
		% of Total	15.3%	15.3%	30.5%	
	Total	Count	59	59	118	
% of Total		50.0%	50.0%	100.0%		

بیشترین کاربرد این معنا در میان زنان بیش از ۶۰ سال و ۱۹ تا ۳۰ سال و مردان بیش از ۶۰ سال و ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۳ درصد، و کمترین کاربرد در گروه زنان کمتر از ۱۸ سال با ۵/۱ درصد است. در مجموع، نتایج کلی به دست آمده از این پژوهش نشان داد که بیشترین کاربرد واژه «شیرین» در به ترتیب معانی «دوست‌داشتنی و دلنشین»، «کم‌عقل»، و «رضایت‌بخش»، با ۲۰ و ۱۹ و ۱۵ درصد است. همچنین در گروه مردان بیشترین معانی مورد استفاده، «دوست‌داشتنی و دلنشین» در بین مردان بالای ۶۰ سال و «یقیناً» و «دارای خواهان و مشتری» و «کم‌عقل» باز هم در بین مردان بالای ۶۰ سال و پس از آن معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین» در میان مردان ۳۱ تا ۶۰ سال است. از سوی دیگر، بیشترین معنای واژه که در میان زنان استفاده می‌شود معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین» در بین زنان بالای ۶۰ سال و گروه زنان بین ۳۱ تا ۶۰ سال و سپس زنان بین ۱۹ تا ۳۰ و زنان زیر ۱۸ سال است. پس از آن معنای «کم‌عقل» نیز در بین زنان بالای ۶۰ سال، و زنان بین ۱۹ تا ۳۰ سال بیش از سایر گروه‌های سنی استفاده می‌شود.

• «شیرین» در معنای «دوست‌داشتنی و دلنشین»

این معنای واژه در همه گروه‌های سنی و در میان هر دو گروه مردان و زنان استفاده می‌شود، اما کاربرد این معنا در میان زنان بیش از مردان است. بیشترین کاربرد این معنا در زنان بالای ۶۰ سال با ۱۵/۱ درصد و سپس ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۱ درصد و ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۳/۷ درصد و بعد از آن مردان بالای ۶۰ سال با ۱۳ درصد است. همچنین کمترین کاربرد این معنا در میان مردان زیر ۱۸ سال با ۸/۲ درصد است. در مجموع می‌توان گفت هر دو متغیر سن و جنس در توزیع این معنا تأثیرگذارند، با این توضیح که کاربرد این معنا در میان افراد مسن تر، بیشتر است. دیگر آنکه کاربرد این معنا در میان زنان

بیش از مردان است.

• «شیرین» در معنای «شیوا و خوش‌آوا»

بیشترین کاربرد معنای «شیوا و خوش‌آوا» در میان مردان و زنان گروه‌های سنی بالای ۳۰ سال است و میزان کاربرد آن در گروه‌های سنی زیر ۳۰ سال کاهش می‌یابد. بیشترین کاربرد در میان مردان و زنان بیش از ۶۰ سال با ۱۶/۹ درصد و پس از آن در زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۶ درصد و زنان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۱/۲ درصد و زنان زیر ۱۸ سال با ۱۱/۲ درصد است. همچنین کمترین کاربرد را می‌توان در گروه مردان کمتر از ۱۸ سال با ۶/۷ درصد یافت. به این ترتیب می‌توان گفت که کاربرد این معنای واژه در جامعه زبانی رو به افول است.

• «شیرین» در معنای «زیبا»

کاربرد معنای «زیبا» در میان زنان تمام گروه‌های سنی، به‌طور خاص در گروه سنی بالای ۳۰ سال، بیش از مردان است. بیشترین کاربرد در گروه زنان بالای ۶۰ سال با ۱۶/۷ درصد، سپس در گروه زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۴ درصد و نیز زنان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۵/۴ درصد و مردان بیش از ۶۰ سال با ۱۴/۱ درصد و نیز مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۱ درصد است. کمترین کاربرد هم در میان مردان گروه سنی زیر ۱۸ سال و به میزان ۶/۴ درصد دیده می‌شود.

• «شیرین» در معنای «عزیز و گرامی»

معنای «عزیز و گرامی» دارای کاربرد نسبتاً کمی است و به‌طور محدود و صرفاً توسط زنان و مردان بیش از ۳۰ سال مورد استفاده می‌گیرد. بیشترین کاربرد این معنا در میان زنان بالای ۶۰ سال و بین ۳۰ تا ۶۰ سال با ۲۷/۳ درصد و پس از آن در گروه مردان ۳۱ تا ۶۰ سال و بیش از ۶۰ سال با ۲۲/۷۴ درصد است. اما در گروه‌های زیر ۳۰ سال چه زنان و چه مردان این معنا به‌کار نمی‌رود. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که این معنا به مرور زمان در حال ناپدید شدن است.

• «شیرین» در معنای «پررواق»

نتایج نشان داد مردان این معنا را بیشتر از زنان به‌کار می‌برند، اگرچه تنها در گروه‌های سنی بیش از ۳۰ سال استفاده می‌شود. همچنین بیشترین کاربرد در گروه مردان بالای ۶۰ سال با ۴۴/۷ درصد و سپس مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۳۶/۸ درصد است. از سوی دیگر، زنان کمتر از مردان از این معنا استفاده می‌کنند. همچنین در زنان کمتر از ۳۰ سال و مردان کمتر از ۱۸ سال آقایان این معنا اصلاً دیده نمی‌شود. بنابراین این معنا نیز در جامعه زبانی رو به کاهش دارد و شتاب افول آن در میان زنان نسبت

به مردان بیشتر است.

• «شیرین» در معنای «یقیناً»

کاربرد معنای «یقیناً» برای واژه «شیرین» خیلی گسترده نیست، با این حال، هنوز در تمام گروه‌های سنی کاربرد دارد. بیشترین کاربرد در میان مردان بیش از ۶۰ سال با ۳۶ درصد، و سپس مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال با ۲۸ درصد است. این معنا در میان زنان کاربرد کمتری نسبت به مردان دارد. کمترین کاربرد هم در گروه زنان زیر ۱۸ سال با ۲ درصد است. به این ترتیب، این معنا نیز مثل معنای قبل در حال کم‌رنگ شدن است، با وجود این برخلاف معنای قبلی توزیع آن در گروه‌های سنی جوان‌تر هنوز به صفر نرسیده، اگرچه مسیر کاهشی دارد. در مجموع، این کاربرد در نسل‌های قبل‌تر کاربرد داشته و در نسل‌های جدید در حال رنگ باختن است.

• «شیرین» در معنای «دارای مشتری و خواهان»

«شیرین» در این معنا در گروه سنی زیر ۱۸ سال چه در میان مردان و چه در میان زنان کاربرد ندارد. بیشترین کاربرد در میان مردان بالای ۶۰ سال با ۳۶ درصد، و پس از آن مردان بین ۳۱ تا ۶۰ سال به میزان ۳۲ درصد است. همچنین زنان آن را کمتر از مردان به کار می‌برند. نکته دیگر اینکه، این معنا در میان مردان و زنان زیر ۱۸ سال استفاده نمی‌شود. از سوی دیگر این معنا در میان مردان در همه گروه‌های سنی، بیشتر به چشم می‌خورد، به استثنای گروه سنی زیر ۱۸ سال که نه زنان و نه مردان اصلاً از آن استفاده نکرده‌اند. لذا این معنا نیز اندک اندک در حال کم‌رنگ شدن است.

• «شیرین» در معنای «رضایت‌بخش»

«شیرین» در معنای «رضایت‌بخش» در تمام گروه‌های سنی هم در میان مردان و هم زنان استفاده می‌شود، اگرچه کاربرد آن در بین زنان بیشتر است. بالاترین میزان کاربرد به ترتیب در میان زنان بالاتر از ۶۰ سال و ۱۹ تا ۳۰ سال با ۱۴/۴ درصد و زنان ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۳/۵ درصد و کمتر از ۱۸ سال با ۱۲/۶ درصد است. همچنین کمترین میزان کاربرد در میان مردان زیر ۱۸ سال با ۱۰/۸ درصد است.

• «شیرین» در معنای «کم‌عقل»

معنای «کم‌عقل» برای واژه «شیرین» در تمام گروه‌های سنی هم در میان زنان و هم در میان مردان مشاهده می‌شود. همچنین کاربرد این معنا در گروه‌های سنی بالای ۱۸ سال هم در میان مردان و هم در میان زنان بیشتر از گروه سنی پایین ۱۸ سال است. بیشترین کاربرد در میان زنان بالای ۶۰ سال و ۱۹ تا ۳۰ سال و نیز مردان بالای ۶۰ سال و ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۵/۳ درصد، و کمترین میزان کاربرد در

میان زنان کمتر از ۱۸ سال با ۵/۱ درصد است. کمترین کاربرد به ترتیب برای زنان و پس از آن مردان زیر ۱۸ سال است. شاید بتوان این نتیجه را چنین تبیین کرد که دختران و پسران زیر ۱۸ سال فارسی‌زبان امروزه اصطلاحات و واژه‌های متنوع‌تر و جدیدتری (مثل شلغم، بیو...) برای دلالت بر این معنا در اختیار دارند.

۵. نتیجه

جرجانی در *اسرارالبلاغه* می‌گوید هیچ واژه‌ای را ندیدم که فقط در یک معنی به کار رود و بشود معنی‌اش را از قبل معلوم کرد. همان روزی که تمامی معانی یک واژه را معلوم کنیم می‌بینیم که آن واژه جای دیگری و به معنی دیگری به کار رفته است. روح حاکم بر مقاله حاضر، تأیید این سخن جرجانی است. در این مقاله پس از معرفی زبان‌شناسی اجتماعی شناختی، مدل رابینسون به چندمعنایی را توصیف کردیم. سپس با تحلیل چندمعنایی واژه «شیرین» در چارچوب این مدل و تأثیر متغیرهای سن و جنس در توزیع معانی نزد گویشوران زبان فارسی نشان دادیم که چندمعنایی واژه‌ها را نباید به مفهومی ایستا که نزد تمامی گویشوران زبان ثابت است تقلیل داد، بلکه متغیرهای اجتماعی چون جنسیت و سن در میزان برجستگی هر یک از معانی نزد گویشوران تأثیرگذارند. در انتهای بخش تحلیل داده‌ها برای معانی مختلف واژه شیرین دیدیم که برخی معانی نزد مردان پررنگ‌ترند (مثلاً شیرین در معنای پررونق)، و برخی معانی نزد زنان (شیرین در معنای عزیز و گرمی) و برخی معانی در حال کم‌رنگ شدن در جامعه زبانی هستند، چراکه نسل جوان‌تر کم‌تر از نسل‌های پیشین از این واژه خاص برای دلالت بر آن معانی استفاده می‌کند (مثلاً شیرین در معنای کم‌عقل). نکته مهم اینکه، برعکس مطالعه پیشین در همین چارچوب بر روی واژه شاخ (یوسفی راد و همکاران، ۲۰۱۹) که نشان داد تأثیر متغیر سن بر تنوع معانی واژه «شاخ» بیشتر از متغیر جنسیت است، مطالعه حاضر در مورد «شیرین» چنین چیزی را نشان نداد. به عبارت دیگر هر دو متغیر سن و جنس تأثیر کم و بیش یکسانی داشتند. علت را شاید بتوان در ظهور معانی جدید برای واژه شاخ در دهه اخیر و به طور خاص کاربرد آن در فضای مجازی دانست که خصلتی جوان‌پسندتر به برخی معانی آن داده است. در مورد واژه شیرین چنین چیزی دیده نشد.

درنهایت، این مقاله همچنین مهر تأییدی بر این فرض زبان‌شناسی شناختی زد که معنا امری ماهیتاً دائرةالمعارفی است و متغیرهای اجتماعی که عملاً بخشی از «بافت» محسوب می‌شوند کاملاً بخشی از معنا هستند. بنابراین این مقاله بار دیگر بر این حقیقت تأکید کرد که «کلمات ظرفی برای معنا نیستند»، بلکه بسته

به اینکه چه کسی، با چه جنسیت و سنی، کلمه را به کار می‌برد، معنای واژه می‌تواند متفاوت باشد که این امر تأیید مجدد این اصل معروف در زبان‌شناسی شناختی است که «معنا اساساً کاربرد - بنیاد است». یکی از مهم‌ترین نقدهایی که به مطالعات زبان‌شناسی اجتماعی وارد می‌شود این است که این مطالعات عمدتاً به مطالعه معنای تنوع پرداخته و تنوع معنا را به کنار نهاده‌اند. علت این نقص البته روشن است، چراکه مطالعه نظام‌مند معنا که سرشتی فازی دارد دشوار است. پژوهش حاضر به کمک دستاوردهای زبان‌شناسی اجتماعی شناختی به مطالعه مسئله خطیر تنوع معنا پرداخت و نشان داد که این تنوعات معنایی را می‌توان به صورت نظام‌مند مطالعه کرد.

۶. پی‌نوشت‌ها

1. D. Geeraerts
2. G. Kristiansen
3. Y. Peirsman
4. J. Bybee
5. E. C. Traugott
6. R. B. Dasher
7. M. Pütz
8. J. Robinson
9. Semantic variation
10. demographic
11. referent

۷. منابع

- Anvari, H (1381). Farhange Bozorge Sokhan(8 volumes). Tehran. Sokhan Pub. Co.
- Bybee, J. (2006). From Usage to Grammar: The Mind's Response to Repetition. Language, 82, 711-733.
- Bybee, J. (2007). Frequency of Use and the Organization of Language. Oxford: Oxford University Press.
- Bybee, J. (2010). Language, Usage, and Cognition. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dabir Moghaddam, M., ET AL.(1397), Zabanshenasiye Shenakhti Ejtemayi, Ruykardi Novin Be Ma'na va Tanavvo'ate Zabani. Faslnameye Zabanshenasie Ejtemayi, vol.2, No.

3, pp. 20-29.

- Geeraerts, D. (2005). Llectal Variation and Empirical Data in Cognitive Linguistics. In: F. J. Ruiz de Mendoza Ibanez & M. S. P. Cervel (Eds.) *Cognitive Linguistics: Internal Dynamics and Interdisciplinary interaction*, (pp.163-189). Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Geeraerts, D., Cuyckens, H. (Eds.) (2007). *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Geeraerts, D. Kristiansen, G., and Peirsman, Y. (Eds.) (2010). *Advances in Cognitive Sociolinguistics*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Gries, S. Th., & Stefanowitch, A. (Eds.). (2006). *Corpora in Cognitive Linguistics. Corpus –based approaches to syntax and lexis*. Berlin/ New York: Mouton de Gruyter.
- Grondelares, S., D. Geeraerts, & Speelman, D. (2007). A Case for a Cognitive Corpus Linguistics. In: M. Gonzalez-Marquez, I. Mittelberg, S. Coulson & M. J. Spivey (Eds.), *Methods in Cognitive Linguistics*, (pp. 149- 169). Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Gonzales-Marquez, M., Mittelberg, I., (Eds.) (2007). Foreword: Talmy, Leonard, *Methods in Cognitive Linguistics*, John Benjamin Publishing Company.
- Kristiansen, G. and Dirven, R. (2008). Introduction: *Cognitive Linguistics: Rationale, methods & Scope, Cognitive Sociolinguistics: Language Variation, Cultural Models, Social Systems*, Edited by: Gitte Kristiansen & Rene Dirven, Mouton de Gruyter.
- Labov, W. (1966). *The Social Stratification of English in New York City*. (1966). Cambridge: Cambridge University Press .
- Langacker, R. W. (1987). *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Langacker, R. W. (1999). *Grammar and Conceptualization*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Langacker, R. W. (2000). A Dynamic Usage-based Model. In: M. Barlow & S. Kemmer

- (Eds.), Usage-based Models of Language, (pp. 1-64). Stanford, CA: CSLI Publications.
- Robinson, J. A. (2010). Awesome Insights into Semantics Variation. In: D. Geeraerts, G. Kristiansen & Piersman, Y. (Eds.), *Advances in Cognitive Sociolinguistics*, (pp. 85-109). Berlin/ New York: Mouton de Gruyter .
 - Robinson, J. A. (2012a). A Sociolinguistic Perspective on Semantic Change. In: K. Allen & J. A. Robinson (Eds.), *Current Methods in Historical Linguistics*, (pp. 191-231). Berlin/ New York: Mouton de Gruyter .
 - Robinson, J. A. (2012b). A Gay Paper: Why Should Sociolinguistics Bother with Semantics? *English Today*, 28(4), pp. 38-54.
 - Robinson, J. (2014). Quantifying Polysemy in Cognitive Sociolinguistics, *Corpus Methods for Semantics*, John Benjamins Publishing Co. pp. 87-115.
 - Sabzevari, Mahdi(1399). Barrasiye Ebhame Manaayi-ye Vazhgani dar Zabane Farsi Ba Ruykarde Shenakhti. in *Jostarhaye Zabani*. vol(6).(consecutive 60),pp201-227.
 - Sadri Afshar, G. et al(1388). *Farhangnameye Farsi*(3 volumes), Tehran, Farhange Mo'aser Pub. Co.
 - Traugott, E. C. (1989). On the Rise of Epistemic Meaning in English: An Example of Subjectification in Semantive Change. *Language*, Vol. 65. pp. 33-65.
 - Traugott, E. C. & Dasher R. B. (2002). *Regularity in Semantic Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Yousefi Rad, F. et al(2019), A Cognitive Sociolinguistic Approach to Lexical Polysemy, a case study: Persian /sax/. *International Journal of Humanities*.vol26(2).pp70-86.