

رویکردی شناختی اجتماعی به چندمعنایی واژگانی مطالعه موردی: «جیگر»

سید محمود متشرعی^{۱*}، فاطمه یوسفی راد^۲
۱. دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی
۲. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور

دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۲۲ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۲۸

A Cognitive Sociolinguistic Approach to Lexical Polysemy: A Case Study of Persian Word /jigar/

Seyyed Mahmoud Motesharrei^{1*}, Fatemeh Yousefi Rad²

1. Ph.D. in Linguistics, Allameh Tabataba'i University
2. Assistant Professor of Linguistics, Payam-e Noor University

Received: 2019/08/13

Accepted: 2019/09/19

Abstract

This paper aims to investigate the polysemy of the Persian word /jigar/ from the perspective of cognitive sociolinguistics. The primary objective is to show the capability of cognitive sociolinguistic approach to explain lexical polysemy compared to cognitive linguistics. In cognitive sociolinguistics, polysemy cannot be reduced to a static concept that is fixed in all language speakers, and social variables such as age, gender, social class, literacy level, and so on are effective. In this paper, following Robinson's model (2010, 2012a, 2012b, and 2014), the effect of two social variables of age and gender on the number and prominence of each of the meanings of the polysemous word /jigar/ in speakers is examined. The data are gathered through library research (e.g., using Persian dictionaries), interviews, and questionnaires. Field method and descriptive approach were used to collect data and the data were examined using qualitative and quantitative analyses. The results showed that sociological cognitive linguistics could more accurately explain the semantic diversity of polysemous words and the effect of gender and age social variables on the number and prominence of each of the meanings. In other words, the results showed that different meanings of the polysemous words do not have the same distribution among male and female speakers of different age groups and are not random, but are significantly influenced by age and gender.

Keywords: Cognitive sociolinguistics, Polysemy, Age, Gender, Social variables.

چکیده

این مقاله به بررسی چندمعنایی واژه «جیگر» در زبان فارسی در چارچوب زبان‌شناسی شناختی اجتماعی می‌پردازد. با این هدف که نشان دهد رویکرد زبان‌شناسی شناختی اجتماعی بهتر از رویکرد زبان‌شناسی شناختی می‌تواند از عهده تبیین انعطاف در معانی مختلف واژه‌های چندمعنا برآید. در زبان‌شناسی شناختی چندمعنایی واژگانی را نمی‌توان به مفهومی ایستا که نزد همه گویشوران زبان ثابت است، تقلیل داد و متغیرهای اجتماعی مثل سن، جنسیت، طبقه اجتماعی، سطح سواد و غیره در آن مؤثرند. در این مقاله به پیروی از مدل رابینسون (۲۰۱۰، ۲۰۱۲، الف، ۲۰۱۲ ب و ۲۰۱۴) به‌طور خاص تأثیر دو متغیر اجتماعی سن و جنسیت بر تعداد و برجستگی هر یک از معانی واژه چندمعنای «جیگر» نزد گویشوران بررسی می‌شود. اطلاعات به روش کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسش‌نامه جمع‌آوری شده‌اند. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و نیز میدانی، و روش تحلیل داده‌ها تلفیقی (کمی و کیفی) است. نتایج نشان داد که زبان‌شناسی شناختی اجتماعی می‌تواند تنوع معنایی واژه‌های چندمعنا و تأثیر متغیرهای اجتماعی جنسیت و سن بر تعداد و برجستگی هر یک از معانی را دقیق‌تر تبیین کند. به عبارت دیگر، نتایج نشان داد که معانی مختلف واژه چندمعنای مذکور در میان گویشوران زن و مرد متعلق به گروه‌های سنی متفاوت، توزیع یکسانی ندارد و تصادفی نیست، بلکه به میزان چشمگیری تحت تأثیر سن و جنسیت است.

کلیدواژه‌ها: زبان‌شناسی شناختی اجتماعی، چندمعنایی، سن، جنسیت، متغیرهای اجتماعی.

مقدمه

در این مقاله رویکرد زبان‌شناسی شناختی اجتماعی را معرفی و چندمعنایی^۱ واژگانی را در چارچوب آن بررسی می‌کنیم و نشان می‌دهیم که رویکرد زبان‌شناسی شناختی اجتماعی بهتر می‌تواند از عهده تبیین انعطاف در شبکه‌های معنایی واژه‌های چندمعنا برآید. در واقع نشان می‌دهیم چندمعنایی اقسام واژگانی چندمعنا را نمی‌توان به مفهومی ایستا، که نزد تمام گویشوران یک زبان ثابت است، تقلیل داد، بلکه متغیرهای اجتماعی چون سن و جنسیت می‌توانند در نگرش فرد به معانی مختلف واژه چندمعنا و میزان برجستگی هریک از معناها تأثیرگذار باشند.

روش پژوهش

اطلاعات این پژوهش از طریق کتابخانه و مصاحبه رودرو مبتنی بر پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. روش پژوهش نیز توصیفی تحلیلی، کتابخانه‌ای و میدانی بود. در ابتدا، از طریق مطالعه کتابخانه‌ای، الگوی زبان‌شناسی شناختی اجتماعی را و دستاوردهایی که تاکنون داشته است معرفی، و توصیف می‌کنیم. در قسمت دوم، نخست از طریق مطالعه کتابخانه‌ای، معانی صفت موردنظر را استخراج می‌کنیم و در مرحله بعد از طریق پرسشنامه و مطالعه آماری داده‌ها بررسی می‌کنیم که آیا متغیرهای سن و جنسیت تأثیری در چندمعنایی واژه مذکور دارد یا خیر.

برای گردآوری اطلاعات در این مقاله از دو فرهنگ لغت فرهنگ بزرگ سخن و فرهنگ‌نامه فارسی فرهنگ معاصر و مصاحبه به‌منظور کشف معانی رایج صفت «جیگر» و پرسش‌نامه آماری به‌هدف مطالعه آماری استفاده شده است. این پژوهش در تهران، محله نارمک، صورت گرفته و آزمودنی‌ها همگی گویشوران زبان فارسی اعم از زن و مرد در طبقات سنی مختلف این منطقه بوده‌اند. شیوه نمونه‌گیری تصادفی است. به این ترتیب که ۲۰۰ نفر شامل ۱۰۰ زن و ۱۰۰ مرد در چهار گروه سنی زیر ۱۸ سال، ۱۸ تا ۳۰ سال، ۳۰ تا ۶۰ سال و بالای ۶۰ سال (از هر گروه سنی ۲۵ نفر) پژوهش شده‌اند.

در ابتدا معانی «جیگر» (البته با ضبط «جگر») را از واژه‌نامه‌های موردنظر استخراج کردیم. سپس باتوجه به پرسش‌نامه اولیه (ر.ک. ضمیمه ۱)، طراحی شده براساس

پرسش‌نامه رایبسون^۲ (۲۰۱۰، ۲۰۱۲، الف، ۲۰۱۲ ب و ۲۰۱۴) معانی آن را نزد گویشوران زبان معرفی و بررسی کردیم. در مرحله بعد با استفاده از تنوع معنای واژه که از سرجمع معانی فرهنگ‌نامه‌ای و پرسش‌نامه باز اولیه به دست آمده بود، پرسش‌نامه دیگری به نام پرسش‌نامه ثانویه (ر.ک. ضمیمه ۲) متناسب با کار آماری تهیه کردیم و داده‌های جمع‌آوری شده را از نظر آماری تحلیل کردیم. آن‌گاه نتایج را به صورت جدول، نمودار، درصد و توصیفات آماری نمایش دادیم. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل رگرسیون لجستیک^۳ با نرم‌افزار SPSS و همچنین از جدول توافقی^۴ استفاده کردیم.

مبانی نظری

زبان‌شناسی شناختی اجتماعی

زبان‌شناسی شناختی یکی از نگرش‌های مسلط در زبان‌شناسی امروز و رویکردی در مطالعه زبان است که آغاز آن به دهه هفتاد میلادی برمی‌گردد (کرافت و کروز^۵، ۲۰۰۴: ۱). در این رویکرد، زبان نظامی برای سازمان‌دهی، پردازش و انتقال اطلاعات است که بازتابی از نظام مفهومی ذهن است. از نظر دبیرمقدم (۱۳۸۳: ۶۶) در زبان‌شناسی شناختی:

زبان نظامی ذهنی و شناختی است، بنابراین مسئله استقلال زبان از دیگر قوای شناختی مطرح نیست و درک جامع نظام زبان بدون درک و شناخت کامل نظام شناختی میسر نیست. همچنین استقلال حوزه‌های زبان نیز مردود است و منظور از معناشناسی نیز معنای تحت‌اللفظی یا زبان‌شناختی که اصطلاحاً به معنای فرهنگ‌وار معروف است و نیز قائل بودن به مشخصه‌های معنایی نیست، بلکه معنای تحت‌اللفظی و غیرتحت‌اللفظی، مجازی، استعاری و متکی بر بافت که اصطلاحاً معنای دائرةالمعارف‌وار نامیده می‌شود موردنظر است. به عبارتی دیگر، در اینجا تفکیک و تمایزی بین معناشناسی و کاربردشناسی زبان مطرح نیست.

زبان‌شناسی شناختی اجتماعی حوزه‌ای نوظهور و در حال شکوفایی در حوزه تحقیقات زبان‌شناسی است که به دنبال

2. Robinson
3. logistic regression
4. Cross Tab
5. Croft & Cruse

1. polysemy

اساسی زبان شناسی شناختی شده است. زبان شناسی کاربردمحور ریشه در این فرض دارد که زبان نه تنها مخزنی از واحدهای صورت و معنا است که در کاربرد روزمره استفاده می شود، بلکه خود نظام زبان محصول این کاربرد روزمره است و ریشه در تجربه کاربران زبان دارد (بای بی^۵، ۲۰۰۷ و ۲۰۱۰ و لانگاکر، ۱۹۸۷ و ۲۰۰۰). به این ترتیب، زبان شناسی کاربردمحور ادعا می کند که تمام معنا دارای طبیعتی تجربی است (بای بی، ۲۰۰۶) و اینکه تنوعات در معنا (از جمله تغییرات معنایی) از استنباط‌هایی برمی خیزد که ریشه در رخدادهای کاربرد دارند (تراگوت^۶، ۱۹۸۹، تراگوت و داشر^۷، ۲۰۰۲). طبیعتاً گردآوری داده‌های کاربردی واقعی مستلزم روش‌های تجربی مورد استفاده در زبان شناسی پیکره‌ای است.

در همین راستا، گروندلرز، گیرتس و اسپیلمن^۸ (۲۰۰۷)، گرایس و استفانویچ^۹ (۲۰۰۶ و جز آن) از جمله پژوهشگرانی هستند که نماینده گروه بسیاری از زبان‌شناسان شناختی هستند که جهت‌گیری روش شناختی‌شان از شیوه‌های نسبتاً کیفی (و گاه حتی صرفاً شمی) فاصله می‌گیرد و به سمت کارهای کمی پیش می‌رود. همان گونه که ویراستاران جلد متأخری از نشریه شیوه‌های زبان شناسی شناختی^{۱۰} می‌گویند: «امروزه این آگاهی وجود دارد که نظریه زبانی باید مبتنی بر مشاهده کاربرد زبانی، یعنی مبتنی بر آزمون‌های تجربی و نیز مبتنی بر دانش عمومی از نقش شناختی آن باشد.» (گروندلرز، گیرتس، اسپیلمن، ۲۰۰۷: xxii).

حال زبان شناسی شناختی اجتماعی زاده شده است، پس از گذشت چندین دهه از شکل‌گیری، رشد و بلوغ زبان شناسی شناختی به‌عنوان الگوی شناختی برای بررسی و شناخت زبان، به‌عنوان رویکردی که توجه خود را معطوف به کاربرد زبان در لایه‌های متفاوت جامعه می‌کند. این الگوی نو با بررسی عوامل متنوع اجتماعی همچون سن، جنسیت، میزان تحصیلات و... که در تعبیری کلی هویت یک جامعه زبانی را تشکیل می‌دهند، به دنبال این است که باتوجه به ابزارهایی که زبان شناسی اجتماعی و نیز زبان شناسی شناختی در اختیارمان قرار می‌دهد و مطالعه

انجام تحقیقاتی در ابعاد شناختی اجتماعی زبان در سطحی کاربردینباد است (گیرتس، کریستن سن و پیرسمن^۱، ۲۰۱۰: ۱). این نام اولین بار در مجموعه تنوعات زبانی، الگوهای فرهنگی و نظام‌های اجتماعی^۲ (کریستن سن و دیرون^۳، ۲۰۰۸) مطرح شد.

این مجموعه برای اولین بار با ارائه مثال‌های متنوع و متعدد به حوزه‌ای پرداخت که به‌زعم آن فصل اشتراک زبان شناسی شناختی و زبان شناسی اجتماعی بود و نیز از این طریق چشم‌انداز نسبتاً وسیعی را به روی حوزه‌ای جدید در زبان شناسی شناختی گشود، حوزه‌ای که در آن زبان شناسی اجتماعی و زبان شناسی شناختی با یکدیگر تلاقی دارند.

زبان شناسی شناختی اجتماعی را می‌توان تلاشی برای دستیابی به هم‌گرایی زبان شناسی شناختی و رویکرد اجتماعی به زبان دانست (گیرتس، کریستن سن و پیرسمن، ۲۰۱۰: ۲). در واقع، در این چارچوب تلاش می‌شود با استفاده از نمونه‌هایی که به طریق طبیعی از پیکره‌های مأخوذ از افراد جامعه به دست می‌آید به مطالعه مفاهیم زبان شناسی شناختی پرداخته شود که برگرفته از شناخت انسان از محیط خود است.

گفتنی است که حتی پیش از آنکه این رویکرد رسماً پا به عرصه مطالعات زبانی بگذارد، پژوهشگران متعددی از لزوم تلفیق آموزه‌های دو رویکرد زبان شناسی شناختی و زبان شناسی اجتماعی سخن گفته‌اند. مثلاً لانگاکر^۴ (۱۹۹۹: ۳۷۶) تأکید می‌کند که ضرورت دارد زبان شناسی شناختی به حوزه‌های گفتمان و تعامل اجتماعی هم بپردازد:

تأکید بر ماهیت پویای ساختارهای مفهومی و دستوری ما را به پویایی گفتمان و تعامل اجتماعی رهنمون می‌شود. اگرچه این دو حوزه از ابتدا بخشی از دستور شناختی محسوب می‌شده‌اند، اما قطعاً اهمیتی را که شایسته آن بوده است دریافت نکرده‌اند.

در هر دو حیطه زبان شناسی شناختی و زبان شناسی اجتماعی، به کاربرد واقعی نظام زبان و دانش‌گوینده از این کاربرد اهمیتی بسیار داده می‌شود. زبان‌شناسان شناختی همواره اتخاذ رویکرد کاربردمحور به زبان را تبلیغ و تشویق کرده‌اند، آن گونه که این امر یکی از اصول

5. Bybee

6. Traugott

7. Traugott & Dasher

8. Grondelaers, Geeraerts & Speelman

9. Gries & Stefanowitch

10. *Methods in Cognitive Linguistics*

1. Geeraerts, Kristiansen & Peirsman

2. *Cognitive Sociolinguistics: Language Variation, Cultural Models, Social Systems*

3. Kristiansen & Dirven

4. Langacker

آماري پيشرفته آن‌ها تلاش کند تا به بررسي و درک هرچه بيشتر پديده چندمعنايي نائل آيد.

مطالعه چندمعنايي در چارچوب زبان‌شناسي شناختي اجتماعي، رابينسون (۲۰۱۲)

در زبان‌شناسي شناختي، چندمعنايي نه صرفاً ويژگي برخي واژه‌ها، بلکه نوعي مقوله‌بندي محسوب مي‌شود، بنا بر اين بخش زيادي از پژوهش‌ها در مورد چندمعنايي بر روي الگوهاي مقوله‌بندي متمرکز شده است و مطالعات نشان مي‌دهد که دانش معنايي را مي‌توان بر اساس الگوهاي شباهت خانوادگي مقوله‌بندي کرد که در آن معاني حاشيه‌اي حول يک معنای اصلي و نوع نخست خوشه‌بندي مي‌شوند.

با وجود اين، در مورد تفاوت الگوهاي چندمعنايي نزد گویشوران مختلف يک زبان کار چنداني انجام نشده است. مثلاً آیا مي‌توان فرض کرد که معنای نوع نخست و مرکزي واژه‌هاي چندمعنا براي همه گویشوران يک جامعه گفتاري يکسان است؟ بخش وسيعي از پژوهش‌هاي زبان‌شناسي اجتماعي به اين نکته اشاره مي‌کنند که کاربردهاي زباني گویشوران مختلف درون يک جامعه گفتاري متفاوت است. به لحاظ نظري، زبان‌شناسي شناختي مباني اجتماعي تنوعات زباني را مي‌پذيرد، چراکه ماهيت معنا را تجربي^۱ و چشم‌اندازانه^۲ مي‌داند. با وجود اين، پژوهش‌هايي که ارتباط الگوهاي کاربرد زباني مقولات برون‌زباني را مستقيماً نشان دهند و مباني اجتماعي فرهنگي مقوله‌بندي را تبیین کنند بسيار کم‌اند. در اين زمينه آثار گيررتس و همکاران (۱۹۹۴) و (۲۰۱۰) کریستن سن و ديرون (۲۰۰۸) پوتس و همکاران (۲۰۱۲)، ريف^۳ و همکاران (۲۰۱۳) و رابينسون (۲۰۱۲) جزو استثنائاتند.

از موارد مهمي که ذهن زبان‌شناسان شناختي اجتماعي را به خود مشغول کرده است، بررسي چندمعنايي در اين چارچوب جديد است. در اين ميان، مقاله جوستينا رابينسون در دانشگاه ساسکس^۴ به بحث فوق اختصاص يافته و مقاله‌هاي مستخرج از آن در مجلاتي مهم به چاپ رسیده است. مطالعات وي بر واژه‌هاي awesome (۲۰۱۰)، gay (۲۰۱۲) ب)، skinny (۲۰۱۲ الف) و مطالعه gay, wicked,

و awesome (۲۰۱۴) است.

در اين بخش از مقاله نگارندگان تحليل رابينسون از واژه skinny را بررسي کرده و شيوه مورد استفاده او را به‌عنوان مدل در تحقيق خود به کار مي‌برند. به اين ترتيب که تنظيم پرسش‌نامه‌ها و نيز تحليل آماري مطابق آن خواهد بود. مي‌توان گفت استفاده از چنين تحليل‌هاي آماري پيشرفته چند سالي است که وارد مطالعات زبان‌شناسي شناختي شده است؛ يعني مطالعه از سمت کيفي به کمي پيکره‌بنديافته که بر پایه روش‌هاي آماري دقيق انجام مي‌شود. رابينسون در اين مقاله‌ها در پي آن است که مزايای اتخاذ رويکرد زبان‌شناسي شناختي اجتماعي در بررسي چندمعنايي واژگاني را نشان دهد.

رابينسون (۲۰۱۲ الف) در مقاله خود سعی کرده است تغييرات معنايي را با تاکيد بر تغييرات مفهوم شناختي^۵ در حال وقوع بررسي زبان‌شناختي اجتماعي کند. او نخست به اين پرسش مي‌پردازد که آیا تنوع معنايي^۶ ساختاري اجتماعي دموگرافيکي دارد يا خير. او تنوع معنايي را اين‌گونه تعريف مي‌کند: «تغييرات بين گویشوران مختلف در بسامد کاربرد معاني برجسته (گونه معنايي)^۷ از واژه چندمعنا (متغير معنايي)^۸».

او همچنين مي‌خواهد ببيند آیا ساختار اجتماعي همان‌طور که در کاربرد آوايي يا صرفي نحوي گویشوران منعکس مي‌شود، در کاربرد معنايي‌شان نيز منعکس مي‌شود يا خير و تلاش مي‌کند تا ببيند آیا مي‌توان تغييرات معنايي در حال وقوع را کشف کرد يا نه. رابينسون مي‌گويد علاوه بر شيوه سنتي لباو^۹ در مطالعه تغييرات زباني، از ديگر منابع داده مانند شواهد پيکره‌اي و لغت‌نامه‌اي هم استفاده کرده است (رابينسون الف، ۲۰۱۲: ۲۰۱).

در انجام اين پژوهش ۷۲ گویشور از يورکشایر^{۱۰} جنوبي داوطلب شدند که بين ۱۱ تا ۹۴ سال سن داشته، نيمي زن و نيمي مرد و متعلق به طبقات مختلف اجتماعي اقتصادي بودند. شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌اي رودرو شرکت کردند که پژوهشگر از آن‌ها تعدادي سؤال مي‌پرسيد و در پي آن بود که برجسته‌ترين کاربردهاي صفت‌هاي مورد نظر را استخراج

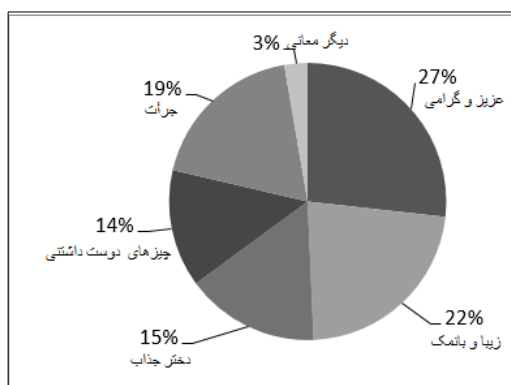
5. semasiological
6. semantic variation
7. semantic variant
8. semantic variable
9. W. Labov
10. Yorkshire

1. experiential
2. perspectival
3. M. Reif
4. Sussex

نیز به کار می‌برند. در این میان دو معنای پرسامد تحت عنوان دو معنای مستقل، و معنای کم‌پسامد تحت قسمت «معنای دیگر» مطابق زیر در نظر گرفته شد:

چیزهای زیبا و دوست‌داشتنی (اشیا، حیوانات و ...)
زیبا و بانمک
دیگر معانی

نگارندگان، با کنار گذاشتن معنای دیگر، به این ترتیب به پنج معنا از این واژه دست یافتند که در اینجا به تفصیل به بررسی و تفسیر آماری آن‌ها خواهیم پرداخت. مهم آنکه هرچند به وضوح مشخص است واژه «جیگر» در مفاهیم یادشده از واژه اسم ذات «جگر» به معنای «کبد» گرفته شده است، پی خواهیم برد این واژه دچار تغییر معنایی شده به طوری که به زعم نویسندگان، بهتر است به عنوان مدخلی جداگانه در فرهنگ‌نامه‌ها ثبت گردد.



نمودار ۱. میزان فراوانی هر یک از معنای واژه «جیگر» در میان کل جامعه آماری (۲۰۰ نفر)

با توجه به نمودار ۱ بیشترین کاربرد معنایی واژه جگر در معنای «عزیز و معشوق»، «زیبا و بانمک» و «جرئت» به ترتیب ۲۷ و ۲۲ و ۱۹ درصد است.

در بین مردان ۱۹ تا ۳۰ سال بیشترین معنی به کاررفته «دختر جذاب» و در بین مردان بیش از ۶۰ سال به معنای «جرئت» است (نمودار ۲).

در بین زنان زیر ۱۸ سال بیشترین معنی به کاررفته معنای «زیبا و بانمک» و در بین زنان ۱۹ تا ۳۰ سال «عزیز و معشوق» است (نمودار ۳).

کند. سؤال‌ها این گونه بود که از گویشور در مورد مصداق^۱ آن صفت سؤال می‌شد و سپس از او پرسیده می‌شد که به چه دلیلی از آن صفت برای آن مدلول استفاده کرده است. مثلاً برای صفت skinny از آزمودنی‌ها سؤال زیر پرسیده شد که جواب‌های زیر را دادند.

سؤال: به کی یا چی می‌گن استخونی؟
جواب: سگ من.

سؤال: سگ شما چرا استخونیه؟
جواب: چون خیلی لاغره.

رابینسون در دفاع از روش خود می‌گوید این روش بهتر از روشی است که مستقیماً از آزمودنی در مورد معنای صفت پرسیده شود، چرا که روش اول پاسخ‌های طبیعی‌تر و واقعی‌تر واژه را به دست می‌دهد. همچنین به پیروی از مطالعات معناشناسی شناختی متعدد (گیررتس و کویکنز^۲،

۲۰۰۷) کاربردهای برجسته‌تر یک واژه برای گویشوری مفروض، به احتمال زیاد زودتر از کاربردهای حاشیه‌ای تر آن به یاد می‌آیند؛ بنابراین، اگرچه ممکن است در این روش همه کاربردهای یک صفت برای گویشور مفروض استخراج نشود، اما آن کاربردهایی که استخراج می‌شود، کاربردهایی هستند که برای گویشور مهم‌تر بوده‌اند. همچنین، به همه شرکت‌کنندگان آموزش داده شده بود که پاسخ‌هایی را بدهند که زودتر به ذهنشان آمده و به آن‌ها اطمینان داده شده بود که باید آنچه را دوست داشتند بگویند، چرا که پاسخ غلط یا بدی وجود ندارد.

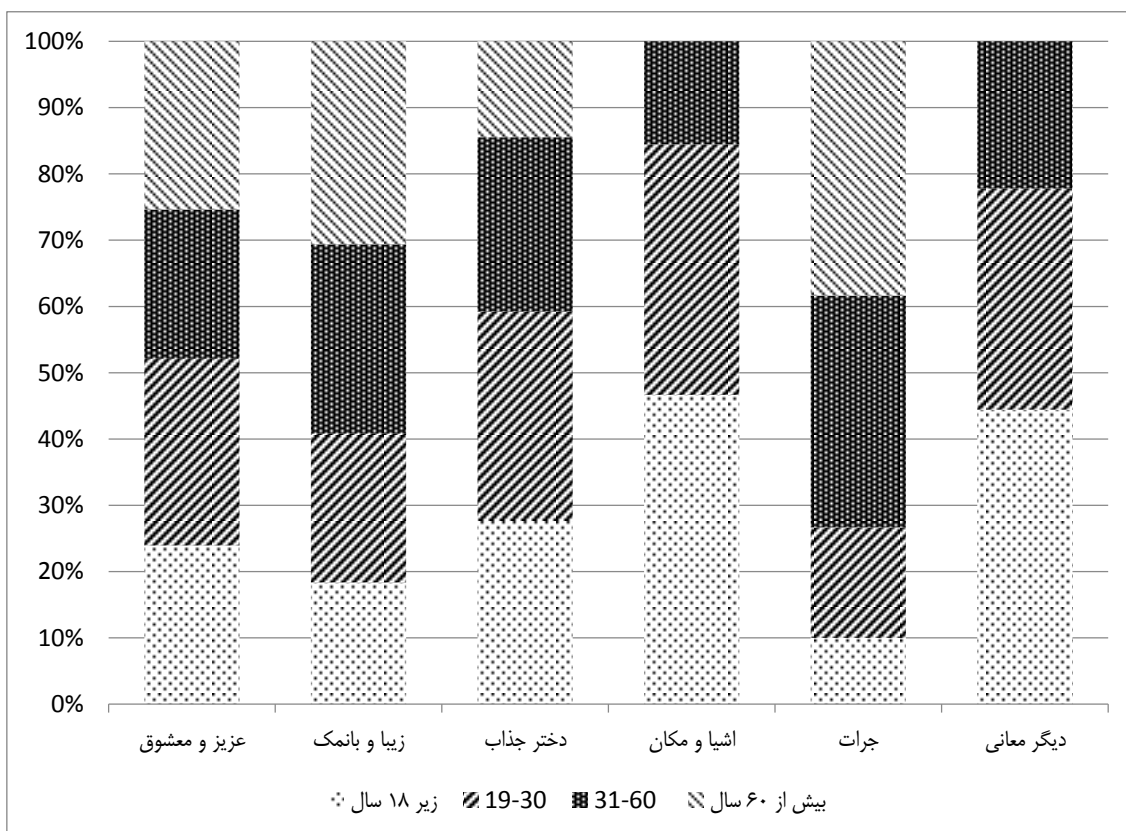
بررسی چندمعنایی واژه «جیگر»

نگارندگان با بررسی دو فرهنگ لغت فرهنگ بزرگ سخن و فرهنگ‌نامه فارسی فرهنگ معاصر به معنای زیر از واژه «جگر/جیگر» دست یافتند:

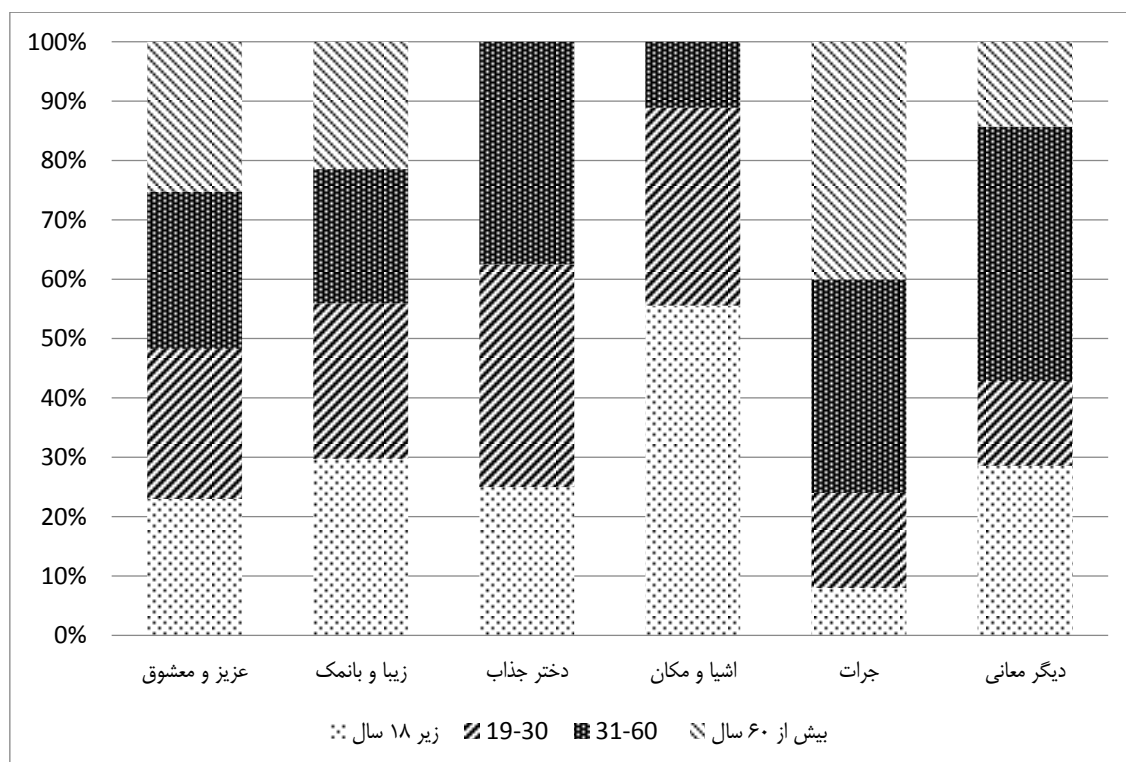
گرامی، عزیز، معشوقه
زن یا دختر جذاب و زیبا
جرئت

لازم به ذکر است که سه معنای «کبد» و «محل عواطف» و «خوراک» به دلیل عدم ارتباط با موضوع مورد مطالعه ما از پژوهش کنار گذاشته شدند. همچنین پس از مطالعه مصاحبه به عمل آمده از مصاحبه‌شوندگان دیده شد گویشوران معاصر زبان فارسی این واژه را در معنای دیگری

1. referent
2. Geeraerts & Cuyckens,

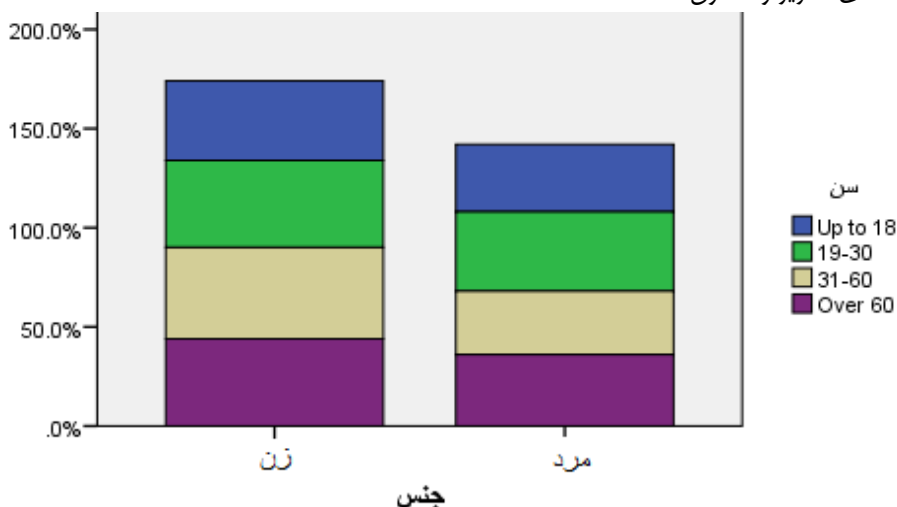


نمودار ۲. میزان فراوانی هر یک از معانی واژه «جیگر» در میان مردان



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

۱. «جیگر» به معنای «عزیز و معشوق»



نمودار ۴. بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد واژه «جیگر» در معنای «عزیز و معشوقه»

همان‌طور که از نمودار مشاهده می‌شود این معنا در همه گروه‌های سنی و هر دو جنس استفاده می‌شود. اما در گروه زنان کاربرد این معنا بیش از گروه مردان است. همچنین با توجه به جدول توافقی، نتایج زیر نیز قابل حصول است:

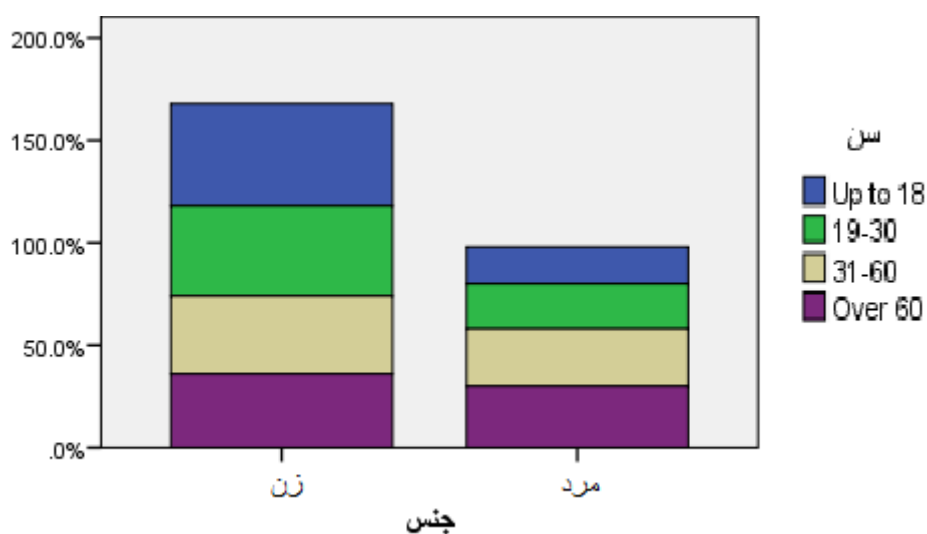
جدول ۱. جدول توافقی کاربرد واژه «جیگر» در معنای «عزیز و معشوق»

Age		Gender		Total
		Female	Male	
Up to 18	Count	20	17	37
	% of Total	12.7%	10.8%	23.4%
19-30	Count	22	20	42
	% of Total	13.9%	12.7%	26.6%
31-60	Count	23	16	39
	% of Total	14.6%	10.1%	24.7%
Over 60	Count	22	18	40
	% of Total	13.9%	11.4%	25.3%
Total	Count	87	71	158
	% of Total	55.1%	44.9%	100.0%

کاربرد این معنا در گروه مردان کمتر از ۱۸ سال با ۱۰/۸ درصد است.

۲. «جیگر» به معنای «زیبا و بانمک»

بیشترین کاربرد این معنا در گروه خانم‌های ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۶ درصد و بعداز آن گروه خانم‌های ۱۹ تا ۳۰ و بالای ۶۰ سال با نسبت مساوی ۱۳/۹ درصد است و کمترین



نمودار ۵. بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد واژه «جیگر» در معنای «زیبا بانمک»

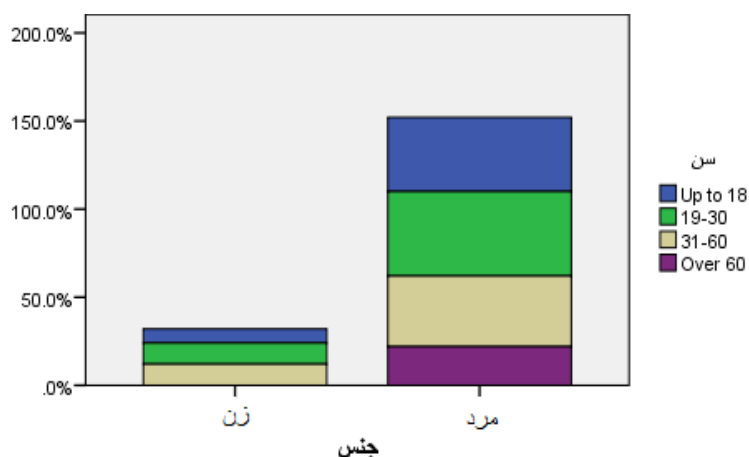
همان‌طور که از نمودار پیداست این معنا در تمام گروه‌های سنی کاربرد دارد و جالب آن‌که این معنا در بین خانم‌ها بسیار بیشتر از مردان و در تمام گروه‌های سنی به نسبت تقریباً مساوی است. همچنین با استفاده از جدول توافقی نتایج جدول ۲ حاصل می‌شود:

جدول ۲. جدول توافقی کاربرد واژه «جیگر» در معنای «کودک زیبا و بانمک»

Age		Gender		Total
		Female	Male	
Up to 18	Count	25	9	34
	% of Total	18.8%	6.8%	25.6%
19-30	Count	22	11	33
	% of Total	16.5%	8.3%	24.8%
31-60	Count	19	14	33
	% of Total	14.3%	10.5%	24.8%
Over 60	Count	18	15	33
	% of Total	13.5%	11.3%	24.8%
Total	Count	84	49	133
	% of Total	63.2%	36.8%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان کمتر از ۱۸، بعد از آن بین ۱۹ تا ۳۱ و ۳۱ تا ۶۰ و در نهایت بیش از ۶۱ سال، به ترتیب با درصد ۱۸/۸ و ۱۶/۵ و ۱۴/۳ و ۱۳/۵ است و ۳. «جیگر» به معنای «دختر جذاب»

کمترین کاربرد این معنا در بین مردان زیر ۱۸ سال با ۶/۸ درصد است.



نمودار ۶. بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر معنای «دختر جذاب» واژه «جیگر»

۶۰ سال استفاده می‌شود؛ و در خانمها اصلاً در گروه سنی بیش از ۶۰ سال به کار می‌رود. همچنین با استفاده از جدول توافقی، نتایج زیر حاصل می‌شود.

همان‌طور که از نمودار ملاحظه می‌شود کاربرد این معنا در گروه مردان بسیار بیش‌تر از خانمها است و در گروه مردان نیز در سه گروه سنی زیر ۶۰ سال بیش از گروه سنی بیش از

جدول ۳. جدول توافقی کاربرد واژه «جیگر» در معنای «دختر جذاب»

Age		Gender		Total
		Female	Male	
Up to 18	Count	4	21	25
	% of Total	4.3%	22.8%	27.2%
19-30	Count	6	24	30
	% of Total	6.5%	26.1%	32.6%
31-60	Count	6	20	26
	% of Total	6.5%	21.7%	28.3%
Over 60	Count	0	11	11
	% of Total	0.0%	12.0%	12.0%
Total	Count	16	76	92
	% of Total	17.4%	82.6%	100.0%

بیشتر متغیرهای گروه‌های سنی در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار است و متغیر جنسیت در این مدل در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار نیست. چون در این مدل متغیرهای گروه‌های سنی به‌صورت گسسته است و برای استفاده در رگرسیون لجستیک باید این متغیرها با استفاده از دستور متغیر مقوله‌ای^۳ به متغیر پیوسته تبدیل شود. به‌منظور این تبدیل از روش هلمرت^۴ استفاده می‌کنیم. در این

بیشترین گروهی که از این معنا استفاده می‌کنند مردان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۲۶/۱ درصد و مردان زیر ۱۸ سال با ۲۲/۸ درصد و مردان ۳۱ تا ۶۰ سال ۲۱/۷ درصد هستند اما خانم‌های بیش از ۶۰ سال با این معنا آشنا نیستند. همچنین با توجه به مقدار مناسب ضرایب کاکس^۱ و ناگلکرک^۲ که به ترتیب برابر ۰/۴۱ و ۰/۵۴۸ است، استفاده از رگرسیون لجستیک در مورد این معنا صحیح است.

3. categorial variable
4. Helmert

1. Cox
2. Nagelkerke

معنادار نیست چون میزان کاربرد این معنا در گروه زیر ۱۸ با ۱۹ تا ۳۰ تفاوت چندانی ندارد؛ اما ضریب سن ۲ و ۳ معنادار هستند و چون مقدار EXP(B) به ترتیب ۵/۳۵۹ و ۸/۷۸۰ است که هر دو بزرگ‌تر از ۱ است نشان می‌دهد با افزایش میزان سن کاربرد این معنا کمتر می‌شود:

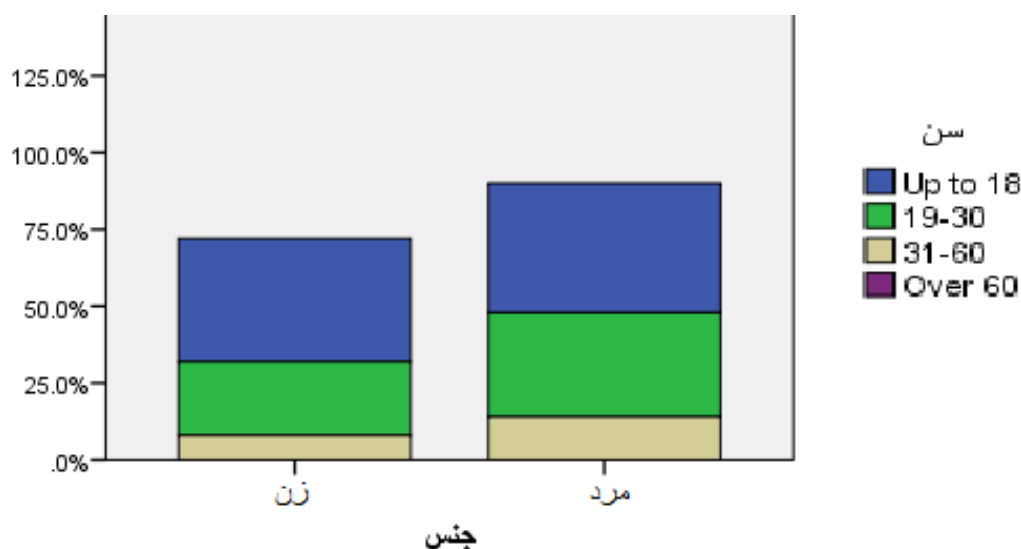
روش تفاوت نسبت دو گروه سنی قبل و بعد مقایسه می‌شود؛ یعنی سن ۱ نشان‌دهنده مقایسه گروه سنی کمتر از ۱۸ با گروه سنی بین ۱۸ تا ۳۰ و ضریب سن ۲ نشان‌دهنده مقایسه گروه سنی بین ۱۸ تا ۳۰ با گروه سنی بین ۳۱ تا ۶۰ و ضریب سن ۳ نشان‌دهنده مقایسه گروه سنی بین ۳۱ تا ۶۰ با گروه سنی بیش از ۶۰ است. ضریب سن ۱ در این مدل

جدول ۴. لجستیک رگرسیون کاربرد واژه «جیگر» در معنای «دختر جذاب»

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
سن			22.750	3	.000	
سن ۱	.376	.448	.701	1	.402	1.456
سن ۲	1.679	.502	11.173	1	.001	5.359
سن ۳	2.172	.585	13.783	1	.000	8.780
جنس ۱	-3.364	.439	58.730	1	.000	.035
Constant	.282	.194	2.115	1	.146	.755

Variable(s) entered on step 1: سن، جنس

۴. «جیگر» به معنای «چیزهای دوست‌داشتنی»



نمودار ۷. بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد واژه «جیگر» در معنای «چیزهای دوست‌داشتنی»

در بین مردان و زنان بیش از ۶۰ سال کاربرد ندارد. این مطالب را به تفصیل در جدول توافقی زیر نیز می‌توان ملاحظه کرد:

همان‌طور که از نمودار پیداست این معنا در بین مردان به‌ویژه مردان کمتر از ۳۰ سال کاربرد بیشتری دارد، ولی اصلاً

جدول ۵. جدول توافقی کاربرد واژه «جیگر» در معنای «چیزهای دوست‌داشتنی»

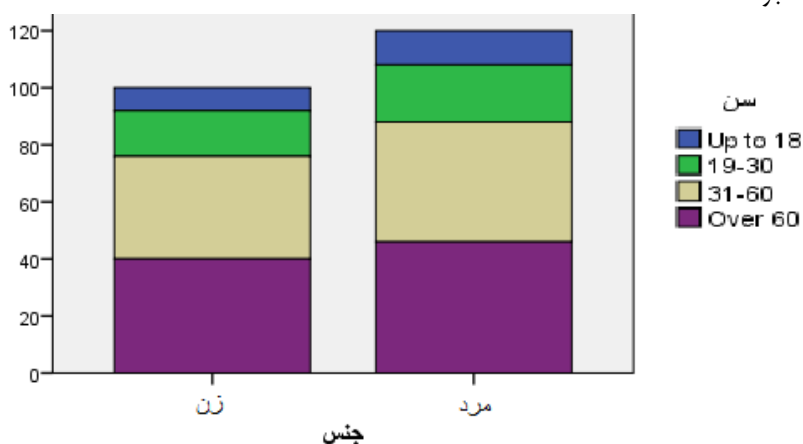
Age		Gender		Total
		Female	Male	
Up to 18	Count	20	21	41
	% of Total	24.7%	25.9%	50.6%
19-30	Count	12	17	29
	% of Total	14.8%	21.0%	35.8%
31-60	Count	4	7	11
	% of Total	4.9%	8.6%	13.6%
Total	Count	36	45	81
	% of Total	44.4%	55.6%	100.0%

بیشترین کاربرد این معنا در بین مردان و زنان زیر ۱۸ به ترتیب با ۲۵/۹ و ۲۴/۷ درصد است و در بین مردان و زنان

بیشترین کاربرد این معنا در بین مردان و زنان زیر ۱۸ به ترتیب با ۲۵/۹ و ۲۴/۷ درصد است و در بین مردان و زنان

«جیگر» به معنای «جرئت»

۵. «جیگر» به معنای «جرئت»



نمودار ۸. بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و سن بر کاربرد واژه «جیگر» در معنای «جرئت»

کاربرد این معنا در گروه خانم‌های بیش از ۳۰ سال بیش از خانم‌های کمتر از ۳۰ سال است. این ادعا را جدول توافقی زیر نیز تأیید می‌کند:

نمودار فوق نشان می‌دهد کاربرد واژه «جیگر» به معنای «جرئت» در گروه مردان به‌ویژه مردان بین ۳۰ تا ۶۰ سال و مردان بیش از ۶۰ سال بیش‌تر از خانم‌ها است. همچنین

جدول ۶. جدول توافقی کاربرد واژه «جیگر» در معنای «جرئت»

Age		Gender		Total
		Female	Male	
Up to 18	Count	4	6	10
	% of Total	3.6%	5.5%	9.1%
19-30	Count	8	10	18
	% of Total	7.3%	9.1%	16.4%
31-60	Count	18	21	39
	% of Total	16.4%	19.1%	35.5%
Over 60	Count	20	23	43
	% of Total	18.2%	20.9%	39.1%
Total	Count	50	60	110
	% of Total	45.5%	54.5%	100.0%

برازش مدل رگرسیون لجستیک همچنین باتوجه به مقدار مناسب و ضرایب ماکس و ناگلکرک که به ترتیب برابر ۰/۲۹۴ و ۰/۳۹۳ است، استفاده از رگرسیون لجستیک در مورد این معنا صحیح است.

بیشترین کاربرد این معنا در گروه مردان بیش از ۶۰ سال با ۲۰/۹ درصد و پس‌از آن گروه مردان بین ۳۰ تا ۶۰ سال با ۱۹/۱ درصد و گروه خانم‌های بیش از ۶۰ با ۱۸/۲ درصد کاربرد معنا بیشترین استفاده کنندگان از این معنا هستند. در

جدول ۷. جدول لجستیک رگرسیون کاربرد واژه «جیگر» در معنای «جرت»

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
سن			52.224	3	.000	
سن ۱	-2.263	.413	29.991	1	.000	.104
سن ۲	-2.156	.403	28.637	1	.000	.116
سن ۳	-.557	.535	1.082	1	.298	.573
جنس ۱	-.594	.349	2.891	1	.089	.552
Constant	.284	.177	2.575	1	.109	1.329

a. Variable(s) entered on step 1: سن، جنس

ب) «جیگر» به معنای «کودک زیبا و بانمک»
نتایج نشان داد این معنا در تمام گروه‌های سنی کاربرد دارد و جالب آنکه در بین خانم‌ها بسیار بیشتر از مردان و در تمام گروه‌های سنی به نسبت تقریباً مساوی است. لذا می‌توان به‌وضوح دید توزیع این معنا در میان زنان بسیار بیشتر است. بیشترین کاربرد این معنا در گروه زنان کمتر از ۱۸، بعد از آن بین ۱۹ تا ۳۱ و ۳۱ تا ۶۰ و در نهایت در بیش از ۶۰ سال به ترتیب با درصد ۱۸/۸ و ۱۶/۵ و ۱۴/۳ و ۱۳/۵ است و کمترین کاربرد این معنا در بین مردان زیر ۱۸ سال با ۶/۸ درصد است.

ضریب سن ۱ و سن ۲ و سن ۳ در این مدل داری مقدار EXP(B) به ترتیب ۰/۱۰۴ و ۰/۱۱۶ و ۰/۵۷۳ است که هر سه کمتر از ۱ است نشان می‌دهد، لذا با افزایش میزان سن، کاربرد این معنا بیشتر می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری درباره نحوه کاربرد معنای واژه «جیگر»

نتایج حاصل از این پژوهش در مورد واژه «جیگر» در چهار گروه سنی تعیین شده (زنان و مردان) شواهد درخور توجهی را به دست داد که اهم این نتایج به شرح ذیل‌اند:
در بین مردان بیشترین معنای که استفاده می‌شود معنای «دختر جذاب» در بین مردان ۱۹ تا ۳۰ سال و «جرت» در بین مردان بیش از ۶۰ سال است. در بین زنان بیشترین معنای که استفاده می‌شود معنای «زیبا و بانمک» در بین زنان زیر ۱۸ سال و «عزیز و معشوقه» در بین زنان ۱۹ تا ۳۰ سال است.

ج) «جیگر» به معنای «دختر جذاب»

از بررسی داده‌ها به این نتیجه رسیدیم که کاربرد این معنا در گروه مردان بسیار بیش از خانم‌ها است و در گروه مردان نیز در سه گروه سنی زیر ۶۰ سال بیش از گروه سنی بیش از ۶۰ سال استفاده می‌شود و در خانم‌ها اصلاً در گروه سنی بیش از ۶۰ سال استفاده نمی‌شود. بیشترین گروهی که از این معنا استفاده می‌کنند مردان ۱۹ تا ۳۰ سال با ۲۶/۱ درصد و مردان زیر ۱۸ سال با ۲۲/۸ درصد و مردان ۳۱ تا ۶۰ سال ۲۱/۷ درصد هستند. اما خانم‌های بیش از ۶۰ سال با این معنا آشنا نیستند. به‌طور خلاصه دیده می‌شود که این معنا برای واژه «جیگر» به‌شدت مردانه است و متغیر جنسیت پیش‌بینی‌کننده قوی برای آن محسوب می‌شود. از سوی دیگر متغیر سن نیز در کاربرد این معنای واژه بی‌تأثیر نیست به‌این ترتیب که همان‌طور که دیدیم مردان بالای ۶۰ سال

الف) «جیگر» به معنای «عزیز و معشوقه»

نتایج نشان داد این معنا در همه گروه‌های سنی در هر دو جنس استفاده می‌شود. اما در گروه زنان کاربرد این معنا بیش از گروه مردان است. بیشترین کاربرد این معنا در گروه خانم‌های ۳۱ تا ۶۰ سال با ۱۴/۶ درصد و بعد از آن گروه خانم‌های ۱۹ تا ۳۰ و بالای ۶۰ سال با نسبت مساوی ۱۳/۹ درصد است و کمترین کاربرد این معنا در گروه مردان کمتر از ۱۸ سال با ۱۰/۸ درصد است.

داد، بلکه متغیرهای اجتماعی چون جنسیت و سن در نگرش افراد به معانی مختلف واژه چندمعنا و میزان برجستگی هریک از معناها تأثیرگذار است. همچنین نشان دادیم که رویکرد زبان شناسی شناختی معیار به چندمعنایی از کفایت لازم برای تبیین این پدیده برخوردار نیست و رویکرد بهینه برای این منظور زبان شناسی شناختی اجتماعی است که بر تکنیک‌های آماری و رویکرد پیکره‌بنیاد استوار است.

نکته دیگر اینکه نشان دادیم کاربرد واژه چندمعنا در یک معنای خاص می‌تواند به عنوان نشانگر اجتماعی عمل کند، بدان معنا که تعلق فرد به یک گروه اجتماعی خاص را نشان دهد. در این مقاله گروه‌های مختلف سنی و جنسی مدنظر بود، ولی می‌توان این امر را به گروه‌های دیگر مانند طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات و غیره نیز بسط داد. این نکته از آن جهت حائز اهمیت است که در کتاب‌های پایه زبان شناسی و نیز زبان شناسی اجتماعی، نشانگرهای اجتماعی معمولاً از نوع آوایی، صرفی و نحوی هستند (مثل تلفظ یا عدم تلفظ /t/ در انگلیسی، استفاده از دو علامت منفی ساز در یک جمله^۱ و غیره). در این میان، افزودن متغیرهای معنایی به نشانگرهای اجتماعی دستاورد مهم این مقاله است.

از سوی دیگر، یکی از اصول زبان شناسی شناختی این است که مرز پرننگی بین معناشناسی و کاربردشناسی وجود ندارد و معنا و کاربرد در واقع یکی، و دو روی سکه‌اند. این وضعیت در زبان شناسی شناختی اجتماعی نیز وجود دارد و حتی پرننگ‌تر از قبل دیده می‌شود. بر همین اساس می‌توان گفت مرز پرننگی بین فرهنگ‌نامه‌ها (که معنای زبانی واژه‌ها را ارائه می‌کنند) و دانش‌نامه‌ها (که اطلاعاتی از جهان واقعی به دست می‌دهند) وجود ندارد. در این مقاله نیز مشاهده شد که اطلاعات مربوط به کاربر (به‌طور خاص سن و جنسیت) تأثیر انکارناپذیری بر معنای واژه نزد وی دارد.

در حقیقت، اگرچه زبان‌شناسان شناختی تا پیش از رواج زبان‌شناسی شناختی اجتماعی این شعار را سرلوحه خود قرار داده بودند، با این حال، از نظر نگارندگان، روح کامل این کلام را تنها در زبان‌شناسی شناختی اجتماعی می‌توان دید. مثلاً در مطالعات چندمعنایی واژگانی در چارچوب زبان شناسی شناختی استاندارد، معانی یک واژه از طریق مطالعات مختلف میدانی، پیکره‌ای و غیره کشف، و شبکه معنایی آن ترسیم می‌شود، شبکه‌ای که هنوز در خلأ بود و به متغیرهای اجتماعی وابستگی نداشت.

نیز از این معنا کم‌تر استفاده می‌کنند و زنان بالای ۶۰ اصلاً از این معنا استفاده نمی‌کنند. در یک کلام، مردان جوان بیشترین استفاده‌کنندگان این معنا هستند.

د: «جیگر» به معنای «چیزهای دوست‌داشتنی»

نتایج نشان می‌دهد این معنا در بین مردان به‌ویژه مردان کمتر از ۳۰ سال کاربرد بیشتری دارد ولی اصلاً در بین مردان و زنان بیش از ۶۰ سال کاربرد ندارد. بیشترین کاربرد این معنا در بین مردان و زنان زیر ۱۸ به ترتیب با ۲۵/۹ و ۲۴/۷ درصد است و در بین مردان و زنان بیش از ۶۰ سال این معنا کاربرد ندارد. می‌توان نتیجه گرفت معنای فوق، معنایی نوظهور است چراکه در میان جوان‌ترین گروه سنی چه در میان زنان و چه در میان مردان بیشترین کاربرد را دارد، لذا می‌توان پیش‌بینی کرد که در آینده کاربرد این معنای واژه به گروه‌های سنی بزرگ‌تر نیز تسری یابد.

ه: «جیگر» به معنای «جرئت»

بررسی‌ها نشان داد کاربرد واژه «جیگر» به معنای جرئت در گروه مردان به‌ویژه مردان بین ۳۰ تا ۶۰ سال و مردان بیش از ۶۰ سال بیشتر از خانم‌ها است. همچنین کاربرد این معنا در گروه خانم‌ها بیش از ۳۰ سال بیشتر از خانم‌های کمتر از ۳۰ سال است. بیشترین کاربرد این معنا در گروه مردان بیش از ۶۰ سال با ۲۰/۹ درصد و پس از آن گروه مردان بین ۳۰ تا ۶۰ سال با ۱۹/۱ درصد و گروه خانم‌های بیش از ۶۰ با ۱۸/۲ درصد کاربرد بیشترین استفاده‌کنندگان از این معنا هستند. به‌طور کلی می‌توان گفت هر دو متغیر در کاربرد این معنای واژه تأثیرگذارند به این ترتیب که اولاً با افزایش میزان سن کاربرد این معنا بیشتر می‌شود و ثانیاً مردان بیشتر از زنان از این معنا استفاده می‌کنند. بیشترین کاربرد این معنا در گروه مردان بالای ۶۰ و بین ۳۰ تا ۶۰ سال است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله پس از معرفی زبان‌شناسی شناختی اجتماعی رویکرد این چارچوب نوین به مسئله چندمعنایی را معرفی کردیم و نشان دادیم که رویکرد زبان شناسی شناختی اجتماعی به مراتب بهتر از رویکرد زبان شناسی شناختی می‌تواند از تبیین انعطاف معنایی در مطالعه واژه‌های چندمعنا برآید. در واقع نشان دادیم که چندمعنایی واژه‌ها را نمی‌توان به یک مفهوم ایستا که نزد تمامی گویشوران زبان ثابت است تقلیل

1. double negation

استعانت از نظر وی نتیجه می‌گیریم مطالعه زبان‌شناسی شناختی هم اساساً از ابتدا اجتماعی بوده و این امر در شعارهای مختلف زبان‌شناسی شناختی از ابتدا دیده می‌شده است (از جمله اینکه «معنا امری دایره‌المعارفی است، معنا امری انعطاف‌پذیر و پویاست، معنا امری مبتنی بر کاربرد و تجربه است، معنا مبتنی بر زاویه دید است.»). با این حال، گویا این شعارها در عرصه عمل به بوتۀ فراموشی سپرده شده‌اند و تلنگری لازم بود تا شعارهای اساسی زبان‌شناسی شناختی را یادآوری کند. تلنگری که به واسطه زبان‌شناسی شناختی اجتماعی زده شد. این همان نکته‌ای است که گیرترس (۲۰۰۳ و ۲۰۰۵) هم بر آن تأکید داشت که کاربردمحور بودن زبان‌شناسی شناختی لزوماً منجر به اتخاذ رویکرد زبان‌شناسی شناختی اجتماعی می‌شود که خود بر مطالعه تنوع زبانی تأکید دارد. به بیانی کلی‌تر، می‌توان نتیجه گرفت که زبان‌شناسی شناختی اجتماعی نه انقلابی در زبان‌شناسی شناختی بلکه ادامه منطقی آن است.

شاید بتوان گفت مهم‌ترین نقد وارد بر مطالعات زبان‌شناسی اجتماعی این است که چنین مطالعاتی عمدتاً متمرکز بر «معنای تنوع» بوده‌اند و مطالعه «تنوع معنا» را به کناری نهاده‌اند. علت این امر البته دشوار بودن مطالعات نظام‌مند معنا و نیز طبیعت مرحله‌ای معناست. در این مقاله به کمک دستاوردهای زبان‌شناسی شناختی اجتماعی به مطالعه مسئله مهم تنوع معنا پرداختیم. مقاله حاضر همچنین نشان داد که این تنوعات معنایی را می‌توان به صورت نظام‌مند مطالعه کرد. در واقع، این پژوهش رویکرد کاربردمحور داشت که حامل این پیام است که زبان‌شناسی شناختی باید مطالعات تنوعات اجتماعی زبان را هم مدنظر قرار دهد.

لباو (۱۹۹۷: ۲۳) زمانی تأکید کرده بود در برابر به‌کاربردن واژه زبان‌شناسی اجتماعی مقاومت می‌کند، چراکه این امر به‌طور ضمنی این مفهوم را در بر داشت که نظریه موفق زبانی که اجتماعی نباشد نیز می‌تواند وجود داشته باشد. از نظر لباو مطالعه زبان‌شناسی اساساً رویکرد اجتماعی دارد. با

منابع

و متشرعی (۱۳۹۷). زبان‌شناسی شناختی اجتماعی: رویکردی نوین به معنا و تنوعات زبانی. فصلنامه زبان‌شناسی اجتماعی. دوره ۲. ش ۲: ۲۰-۲۹. صدی افشار، غلامحسین و نسرين حکمی (۱۳۸۸). فرهنگنامه فارسی (دوره سه جلدی). تهران: فرهنگ معاصر.

انوری، حسن (۱۳۸۱). فرهنگ بزرگ سخن (دوره هشتم جلدی). تهران: انتشارات سخن.
دبیرقدم، محمد (۱۳۸۳). زبان‌شناسی نظری، پیدایش و تکوین دستور زایشی (ویراست دوم). تهران: سمت.
دبیرقدم، محمد، فاطمه یوسفی‌راد، ویدا شقاقی و سیدمحمود

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.
Croft, W. & Cruse, D. (2004). *Cognitive linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
Geeraerts, D. (2003). 'Usage-based' implies 'Variational': On the inevitability of cognitive sociolinguistics. Plenary lecture presented at the 8th International Cognitive Linguistics Conference: *Cognitive Linguistics, Functionalism, and Discourse Studies: Common Ground and New Directions*. Logrono.

Geeraerts, D. (2005). Lacteal variation and empirical data in cognitive linguistics. In F. J. Ruiz de Mendoza Ibanez & M. S. P. Carvel (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., & Peirsman, Y. (Eds.) (2010). *Advances in cognitive sociolinguistics*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
Gries, S. T., & Stefanowitch, A. (Eds.) (2006). *Corpora in cognitive linguistics: Corpus-based approaches to syntax and lexis*. Berlin/ New York: Mouton de Gruyter.

- Grondelares, S., Geeraerts, D., & 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 Benjamin.
- Talmy, L. (2007). Foreword. In M. Gonzales-Marquez, & I. Mittelberg. (Eds.) *Methods in cognitive linguistics*. John Benjamin Publishing Company.
- Kristiansen, G. & Dirven, R. (2008). Introduction: Cognitive linguistics: Rationale, methods & scope. In G. Kristiansen, & R. Dirven (Eds.). *Cognitive sociolinguistics: Language variation, cultural models, social systems*. Mouton de Gruyter.
- Labov, W. (1997). Linguistics and sociolinguistics. In N. Coupland, & A. Jaworski (Eds.) *Sociolinguistics: Modern linguistics series*. Palgrave: London.
- 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, & Y. Piersman. (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): 38-54.
- Robinson, J. (2014). Quantifying polysemy in cognitive sociolinguistics (pp. 87-115). *Corpus methods for semantics*. John Benjamins Publishing Co.
- Traugott, E. C. (1989). On the rise of epistemic meaning in English: An example of subjectification in semantic change. *Language*, 65, 33-65.
- Traugott, E. C., & Dasher R. B. (2002). *Regularity in semantic change*. Cambridge: Cambridge University Press.

ضمیمه ۱: پرسش‌نامه مصاحبه توصیفی

لطفاً به پرسش‌نامه زیر با دقت پاسخ دهید: جنس..... سن..... شغل..... زبان مادری.....
تحصیلات.....
واژه..... را در نظر بگیرید.
در گفتار و مکالمات روزمره خود به چه میزان از این واژه استفاده می‌کنید؟
اغلب..... به ندرت..... هیچ‌وقت.....
حال فکر کنید این واژه را به چه چیز یا چه شخصی می‌گویید؟ همچنین جمله‌هایی را که با این واژه به خاطر می‌آورید بنویسید.
لطفاً یادداشت کنید چه معناهایی را از این واژه درک می‌کنید. (بدون رعایت ادب)

آیا کاربردها یا معناهایی از این واژه به ذهن‌تان می‌رسد که شنیده باشید ولی خودتان به کار نبرید؟ آن‌ها را یادداشت کنید و بنویسید
چرا شما این واژه را در معنای موردنظر به کار نمی‌برید.

با سپاس از همکاری شما

ضمیمه ۲: پرسشنامه آماری مورد استفاده در این رساله

ضمن تشکر از همکاری شما خواهشمندیم در پاسخگویی به عبارات زیر کمال دقت و صداقت را رعایت فرمایید و توجه داشته باشید که برای تمامی گویه‌های پیش‌رو پاسخی را از میان گزینه‌های موجود انتخاب کنید.
نیاز به ذکر نام و نام‌خانوادگی نیست و اطلاعات کاملاً تصادفی و نامشخص گردآوری خواهد شد.
پیشاپیش از همکاری و حسن توجه حضرت‌عالی سپاسگزارم.

آقای / خانم شماره تماس: ایمیل:

سن: زیر ۱۸ سال بین ۱۹ تا ۳۰ سال بین ۳۱ تا ۶۰ سال بالای ۶۰ سال

جنس: مرد زن تحصیلات: دیپلم و زیر دیپلم کاردانی کارشناسی کارشناسی ارشد دکتری زبان مادری

خواهشمندیم میزان موافقت و مخالفت خود را درباره معانی واژگان مندرج با درج تیک تعیین کنید.

واژه	معانی	بلی	خیر
جیگر	گرامی، عزیز		
	دوست‌داشتنی، زیبا تودل‌پرو		
	زن یا دختر جذاب و زیبا		
	چیزهای زیبا و دوست‌داشتنی (اشیاء، حیوانات و...)		
	جرئت		
	دیگر معانی		