



2nd National Conference on
Farsi Language Teaching and Linguistics

شیراز، سومین حرم اهل بیت (ع)
تاریخ برگزاری همایش: ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت ۱۳۹۲

بررسی تعدیل در زبان فارسی بر اساس نظریه نقش‌گرای هلیدی در متون مطبوعاتی و تبلیغاتی

محمدرضا پهلوان‌نژاد

زهرا حامدی شیروان

دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

pahlavan@um.ac.ir

hamedishirvan@gmail.com

چکیده

هلیدی درجات بینابین بین دو قطب مثبت و منفی را هلیدی به طور کلی تحت عنوان وجهیت (modality) مطرح می‌کند. او می‌گوید کاری که نظام وجهیت به عهده دارد این است که فضای عدم قطعیت بین دو قطب مثبت و منفی را تجزیه کند. او همچنین معتقد است بین این دو قطب بیش از یک مسیر وجود دارد و بیان می‌کند فضای بین yes و no برای گزاره‌ها^۱ و پیشنهاده‌ها^۲ متفاوت است. او عدم قطعیت در فضای بینابین yes و no برای گزاره‌ها را تحت عنوان وجهی‌شدگی (modalization) مطرح کرده و همچنین عدم قطعیت در فضای بینابین yes و no برای پیشنهاده‌ها را تحت عنوان تعدیل (modulation) مطرح می‌کند. در این پژوهش به بررسی تعدیل و انواع آن و همچنین کاربرد استعاری آن در برخی از متون تبلیغاتی و مطبوعاتی زبان فارسی در چارچوب نقش‌گرایی هلیدی پرداخته شده است.

کلیدواژه‌ها: نقش‌گرایی، هلیدی، وجهیت، تعدیل، استعاره بینافردی

۱. مقدمه

هلیدی سه نقش اصلی یا فرانش را برای زبان در نظر می‌گیرد. فرانش تجربی یا اندیشگانی بدین معنا که از زبان برای انتقال اطلاعات و بیان تجربیات درونی و بیرونی استفاده می‌شود. فرانش بینافردی بدین معنا که از زبان برای ایجاد ارتباط با دیگران و تعامل با اطرافیان استفاده می‌شود. نهایتاً فرانش متنی بدین معنا که برای سازماندهی و دسته‌بندی مطالب برای انتقال به مخاطب استفاده می‌شود.

علاوه بر نقش‌های اصلی زبان که در بالا ذکر شد، زبان نقش‌های فرعی اما مهمی نیز دارد. یکی از نقش‌های فرعی زبان، نقش ترغیبی آن است؛ که علاوه بر نقش اطلاع‌رسانی در کارکرد متون تبلیغاتی و مطبوعاتی نقش اساسی و بارز است. چرا که این متون خواننده را به انجام دادن کاری ترغیب می‌کنند. این نقش زبان در این متون گاهی به صورت صریح و گاهی به صورت غیرصریح اعمال می‌شود. می‌توان گفت یکی از عواملی که تأثیر زیادی در فرانش بینافردی و همچنین

¹ propositions

² proposals

نقش ترغیبی زبان دارد وجهیت است. هلیدی وجهیت را به دوشاخه وجهی‌شدگی و تعدیل تقسیم می‌کند.

در این نوشتار برانیم مشخص کنیم مقوله تعدیل در زبان فارسی چگونه و به چه صورت‌هایی بیان می‌شود و این نمودهای صوری چه نقشی را در زبان ایفا می‌کنند و چه معانی را منتقل می‌کنند؟ پس از آن به بررسی این مقوله در پاره‌ای از متون تبلیغاتی و مطبوعاتی می‌پردازیم تا تأثیر تعدیل را در ترغیب و اقناع مخاطبان نشان دهیم. برای واژه‌های تبلیغات و آگهی در منابع مختلف تعاریف متعددی آورده شده که در اینجا به چند نمونه از آنها اشاره می‌شود. لازم به ذکر است که مقصود از تبلیغات هر نوع فعالیت تبلیغاتی است که در فضاهای عمومی شهری و کشوری، محیطی و رسانه‌ای (نوشتاری، سمعی و بصری مانند مطبوعات و رادیو و تلویزیون و غیره) با هدف معرفی و عرضه کالا، اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات توسط ابزارهای مربوطه در سطح محدود و یا گسترده صورت می‌گیرد.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. وجهیت و انواع آن در نظریه نقش‌گرای هلیدی

همانطور که می‌دانیم بین دو قطب مثبت و منفی، همیشه درجات بینابین و حدوسطی هم وجود دارد. این درجات بینابین بین دو قطب مثبت و منفی را هلیدی به طور کلی تحت عنوان وجهیت (modality) مطرح می‌کند. او می‌گوید کاری که نظام وجهیت به عهده دارد این است که فضای عدم قطعیت بین دو قطب مثبت و منفی را تجزیه کند. (هلیدی و متیسن، ۲۰۰۴: ص ۱۴۶)

هلیدی (۲۰۰۴) معتقد است بین این دو قطب بیش از یک مسیر وجود دارد. آنها می‌گویند فضای بین yes و no برای گزاره‌ها^۳ و پیشنهادها^۴ متفاوت است. او عدم قطعیت در فضای بینابین yes و no برای گزاره‌ها را تحت عنوان وجهی‌شدگی (modalization) مطرح می‌کند که به این جنبه از وجهیت در این پژوهش مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. آنها همچنین عدم قطعیت در فضای بینابین yes و no برای پیشنهادها را تحت عنوان تعدیل (modulation) مطرح می‌کنند. (همان ۲۰۰۴: ص ۱۴۷-۱۴۶)

در یک پیشنهاد، معنای قطب‌های مثبت و منفی، تجویز / امر کردن و نهی کردن است. یعنی «آن را انجام بده» یا «آن را انجام نده». در بین هر کدام از این دو قطب، بسته به اینکه نقش گفتار ما فرمان و دستور باشد یا پیشنهاد، درجات بینابینی وجود دارد. در مورد فرمان این نقاط حدوسط درجات اجبار را نشان می‌دهند. مثل عبارات allowed to, supposed to, required to, ... در یک پیشنهاد این نقاط حدوسط درجات تمایل را نشان می‌دهند. مثل willing to, determined to, anxious to. به این مقیاس‌های تمایل و اجبار به طور کلی تعدیل گفته می‌شود.

³ propositions

² proposals

آنها معتقد اند اجبار و تمایل را از نظر صوری به دو روش می‌توان بیان کرد.

(۱) با یک عملگر وجهی زمان‌دار (finite modal operator)

(۲) با گسترش گزاره (الف) با یک فعل مجهول : You are supposed to know that

I'm anxious to help them

(ب) با یک صفت :

پیشنهادهای مثبت یا منفی، در واقع نوعی تبادل کالاها و خدمات‌اند بین گوینده و شنونده که در آنها گوینده (۱) پیشنهاد انجام کاری را می‌دهد یا (۲) از شنونده تقاضای انجام کاری را می‌کند و (۳) به شنونده پیشنهاد می‌دهد که با هم کاری را انجام دهند. این جملات معمولاً به ندرت فاعل سوم شخص دارند به جز در دعاها و سوگندها. هنگامی که این بندها یک فاعل سوم شخص را به طور ضمنی در خود دارند، در واقع نوعی گزاره هستند نه پیشنهاد؛ چرا که برای فرد مخاطب، آنها اطلاعاتی را منتقل می‌کنند و دیگر تبادل کالاها و خدمات نیستند.

هلییدی علاوه بر تقسیم‌بندی وجهیت به از نظر نوع به دو نوع وجهی شدگی و تعدیل، از سه جنبه دیگر نیز وجهیت را در نظر می‌گیرد. یعنی از جنبه‌های ارزش^۵، جهت‌گیری^۶ و قطبیت^۷.

از جنبه ارزش و وجهیت می‌تواند دارای ارزش بالا، متوسط و پایین^۸ باشد.

از نظر جهت‌گیری می‌تواند ذهنی و شخصی باشد یا عینی و بی‌طرف^۹ و همچنین آشکار یا پنهان^{۱۰} باشد.

و در نهایت از نظر قطبیت هم می‌تواند مثبت یا منفی باشد که منفی می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم باشد.

تامپسون این جنبه‌های وجهیت را به صورت دیگری بیان کرده است. او ارزش را تحت عنوان درجه تعهد وجهیت^{۱۱} ذکر کرده و بیان کرده است که وجهیت درجات و حدودی دارد. برای مثال ممکن است گوینده در مورد ارزش یک گزاره درجات متفاوتی از اطمینان را بیان کند (it will rain / it may rain) یا درجات مختلفی از فشار را برای انجام یک دستور بر شخصی اعمال کند. (برای مثال می‌تواند به فرد بگوید

You must یا you should). او معتقد است سه ارزش بالا، متوسط و پایین در واقع میزان تعهد گوینده به ارزش گفته خود را نشان می‌دهند.

³ value

⁴ orientation

⁵ polarity

⁶ high, median, low

⁷ subjective and objective

⁸ implicit and explicit

⁹ modal commitment

(تامپسون ، ۱۹۹۶: ص ۶۰ - ۵۹)

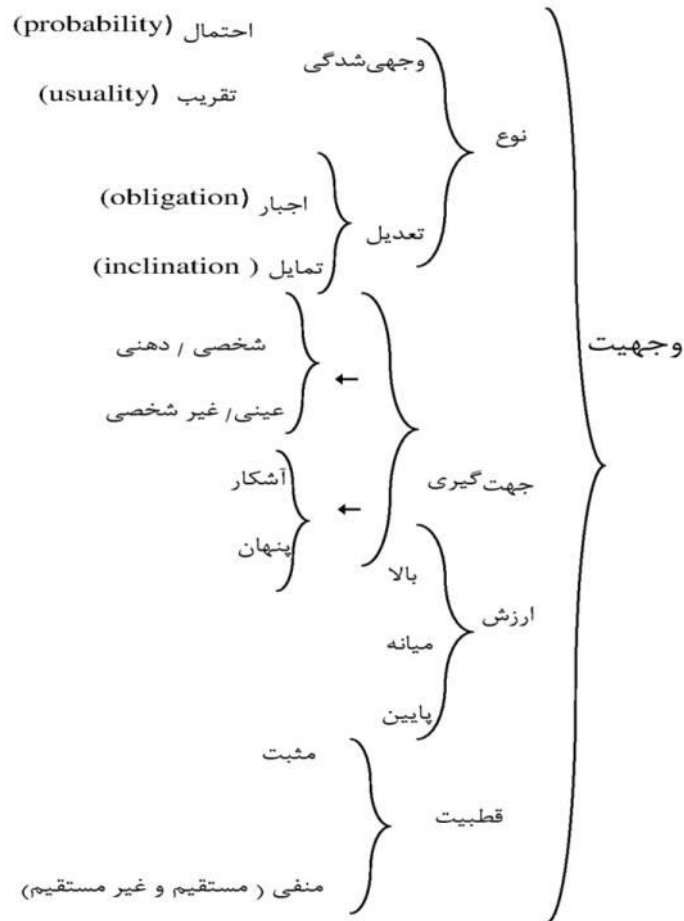
تامپسون جنبه جهت‌گیری وجهیت را تحت عنوان مسئولیت وجهیت^{۱۰} ذکر کرده است به این معنا که گوینده تا چه حدی مسئولیت گفته خود را می‌پذیرد. گوینده می‌تواند دیدگاه خود را طوری بیان کند که کاملاً مشخص باشد که این دیدگاه شخصی اوست یا آن را به طریقی بیان کند که دیدگاهی غیرشخصی به نظر برسد؛ به طوری که گویی آن یک مشخصه خود رخداد است و نه نظر شخصی او. این عینی‌سازی و غیرشخصی کردن دیدگاه هنگامی خیلی واضح است که وجهیت در یک بند مجزا بیان شود. هنگامی که وجهیت در همان بند گزاره اصلی بیان شود وجهیت پنهان (implicit) در نظر گرفته می‌شود. اما هنگامی که در بند دیگری به صورت مجزا بیان شود وجهیت (explicit) یا آشکار است. در مثال‌های a و b زیر وجهیت پنهان و در مثال‌های c و d آشکار است:

- (a) You must not go there anymore.
- (b) A cathedral is supposed to be old.
- (c) I don't advise you to drink it.
- (d) It's essential that you leave at once.

(همان: ۶۳ - ۶۰)

بنابراین نمودار کلی نظام وجهیت از دیدگاه هلیدی به صورت زیر است:

¹⁰ modal responsibility



نمودار کلی وجهیت (هلیدی، ۲۰۰۴:ص ۱۵۰)

۲-۲. استعاره دستوری و استعاره وجهیت

اما علاوه بر نمودهای صوری رایج بیان وجهیت که در بخش پیش به آنها اشاره شد، در زبان‌های دنیا نمودهای غیر رایج هم برای بیان وجهیت وجود دارد که از آنها تحت عنوان استعاره دستوری یا به طور خاص‌تر استعاره وجهیت یاد می‌شود. استعاره دستوری بیان یک معنا از طریق یک صورت واژی - دستوری است که در اصل برای بیان نوع دیگری از معنا به وجود آمده است. این-

گونه بیان معنا با توجه به بیان رایج همان معنا، استعاری است. (تامپسون، ۱۹۹۶: ۱۶۵)

لازم به ذکر است که استعاره صرفاً نتیجه طبیعی چندنقشی بودن و انعطاف پذیر بودن زبان است.

مثالی که هلیدی در بحث استعاره وجهیت مطرح کرده است بدین صورت است، در جمله زیر:

I don't believe that pudding will ever be cooked.

بخش I don't believe در واقع برای بیان وجهیت به کاررفته است. دلیلی که او مطرح می‌کند این

است که سؤال کوتاه این جمله will it? است و نه I? do .

هلیدی می‌گوید در این جمله، بند ذهنی I don't believe نمود استعاری امکان (possibility) است و در واقع این بند به عنوان یک افزوده وجهی^{۱۳} مثل probably عمل می‌کند. (هلیدی، ۲۰۰۴:ص ۶۱۵ - ۶۱۴)

حال به مثال زیر توجه کنید:

You know what's happening at five o'clock tomorrow, don't you?

در این مثال عبارت You know در معنای رایج و غیر استعاری به کار رفته است و همانطور که ملاحظه می‌شود در سؤال کوتاه هم خود آن به کار رفته است.

تامپسون یک راهبرد رایج در متون اقناعی (persuasive) را عینی‌سازی عقاید وسیله اسم‌سازی می‌داند زیرا در اینصورت برای مخاطب مخالفت با آن عقاید دشوار می‌گردد. او همچنین می‌گوید غیر قابل بحث‌بودن و مسلم بودن همرا با اسم‌سازی، می‌تواند ابزاری قدرتمند باشد در مواردی که نویسنده یا گوینده به هر دلیلی میخواهد از بحث خودداری کند، چرا که بحث خود می‌تواند حاصل اعتراض باشد. (تامپسون، ۱۹۹۶:ص ۱۷۳)

او همچنین بیان می‌کند که وجهیت را می‌توان با اسم‌سازی هم نشان داد. اسم‌سازی می‌تواند ابزاری برای انسجام متن باشد یا اینکه به عنوان ابزاری برای پنهان‌سازی منبع وجهیت و در نتیجه دشواری زیر سؤال بردن آن باشد. اسم‌سازی همچنین باعث می‌شود که حقایق عینی‌تر و حقیقی‌تر به نظر برسند. تامپسون همچنین بیان می‌کند که در پیوستار وجهیت، وجهیت عینی آشکار ضرورتاً استعاری است.

۳. پژوهش‌های پیشین

در اغلب کتابهای دستور و مقالات زبان فارسی در مورد وجه و نه وجهیت سخن گفته شده است که به اختصار به برخی از در اینجا به آنها اشاره می‌شود. خانلری (۱۹۸:۱۳۶۶) وجه را شیوه‌ای از استعمال فعل می‌داند که گوینده به وسیله آن موقعیت خود را نسبت به جریان فعل بیان می‌دارد. وی پنج نوع وجه اخباری، التزامی، شرطی، امری و تمنایی را برای زبان فارسی برمی‌شمارد. شفایی (۱۳۶۳:ص ۸۸) وجه را مناسبات گوینده یا نویسنده نسبت به طرز اجرای عملی که توسط فعل بیان می‌شود، تعریف می‌کند.

رحیمیان (۱۳۷۸) به توصیف وجه و انواع آن در فارسی امروز پرداخته است. او بین وجه به عنوان یک مقوله دستوری و وجه به منزله یک مقوله معنایی تمایز قائل شده است. از نظر او وجه از نظر معنایی به نگرش متکلم به وقوع یک رخداد اطلاق می‌شود. (رحیمیان، ۱۳۷۸:ص ۴۵). او همچنین وجه را از نظر صورت به دو دسته کلی اخباری و غیراخباری تقسیم می‌کند که وجه غیر اخباری خود به دو دسته التزامی و امری تقسیم می‌شود. (همان:ص ۴۵)

⁹ mood adjunct

علامه فلسفی (۱۳۸۱) وجوه فعل را سه وجه اخباری، التزامی و امری می‌داند. او می‌گوید اگر مطلبی یا خبری را به صورت قطعی و یقین بیان کنیم وجه فعل اخباری است. هنگامی که وجه فعل با شک و تردید یا آرزو و میل و تمنا بیان شود وجه فعل التزامی و اگر دستور یا فرمانی داده شود وجه فعل امری است. (علامه فلسفی، ۱۳۸۱: ص ۱۸۳ - ۱۸۲)

ماهوتیان (۱۳۷۸) سه وجه اصلی امری، خبری و التزامی را در نظر گرفته است، لازم به ذکر است که منظور او از وجه mood است نه وجهیت modality. او همچنین نقش‌های مختلفی چون نقش دعائی، منظوری، بایدی برای وجه در نظر گرفته است. او همچنین از پنج نوع وجه دیگر یعنی وجوه اجازه‌ای، هشدار، روائی، احتمالی و پیمانی یاد کرده است. (ماهوتیان، شهرزاد: ص ۲۳۹ - ۲۳۱)

وحیدیان کامیار (۱۳۸۲) وجه را یک ویژگی جمله و نه فقط فعل میدانند؛ تعریفی که او از وجه ارائه داده است عبارتست از " تلقی گوینده یا نویسنده از جمله، یعنی مسلم و نامسلم بودن یا امری بودن یا نبودن فعل را وجه گویند." در فارسی امروز سه وجه اصلی اخباری، التزامی و امری وجود دارد. اگر گوینده به وقوع فعل یقین داشته باشد یا سخنش را قطعی مطرح سازد یا به تعبیری بی طرف باشد آن فعل از وجه اخباری است. فعل در صورتی به وجه التزامی به کار میرود که وقوع آن به صورت الزام، تردید، آرزو، توصیه، شرط، دعا یا میل مطرح شود. جمله‌ای که در وجه التزامی باشد با یکی از عوامل التزامی ساز باید، شاید، کاش، اگر، مبادا و برخی از افعال چون خواستن و توانستن همراه است. (وحیدیان کامیار، ۱۳۸۲: ص ۵۵ - ۵۴)

فرشیدورد (۱۳۸۳) وجه فعل را جنبه‌ای از فعل می‌داند که بر اخبار و احتمال و امر و آرزو و تمنی و تأکید و امید و بعضی امور دیگر دلالت می‌کند. او شش وجه را برای فعل در نظر می‌گیرد، چهار وجه اصلی اخباری، التزامی، امری و تأکیدی و دو وجه فرعی یا غیر متصرف مصدری و وصفی. منظور او وجه وصفی صفت مفعولی است که نقش فعل را بازی می‌کند و وجه مصدری فعلی است که به صورت مصدر درآمده باشد.

(فرشیدورد، ۱۳۸۳: ص ۲۹۶ - ۲۹۵)

مشکوٰۃ‌الدینی (۱۳۸۴) مقوله‌ای را تحت عنوان وجه یا وجهیت بیان نمی‌کند و فقط دسته‌ای از افعال را تحت عنوان فعل وجهی بیان می‌کند که مفاهیم خاصی را مثل الزام، اجبار، امکان داشتن، توانایی داشتن، اجازه‌داشتن و غیره به فعل جمله اضافه می‌کنند. (مشکوٰۃ‌الدینی، ۱۳۸۴: ص ۹۳ - ۹۶)

اما همانطور که مشاهده می‌شود به تقسیم‌بندی وجهیت ارائه‌شده توسط هلیدی در هیچکدام از این منابع اشاره‌ای نشده است. فقط صفوی (۱۳۷۸) وجه را از نظر معنایی به دو دسته معرفتی^۹ و

^۹ epistemic

تصمیمی^{۱۵} تقسیم کرده است و می‌گوید جملات دارای وجه تصمیمی می‌توانند در معنای امر کردن یا اجازه دادن استفاده شوند و وجه معرفتی را هم بیانگر واقعیتی در جهان خارج و نشانگر قضاوت ما درباره آن می‌داند. اما به جزئیات این موضوع نپرداخته است. (صفوی، ۱۳۷۸: ص ۳۴۴ - ۳۴۳). لازم به ذکر است که هلیدی اشاره کرده است که در اصطلاحات معناشناسی فلسفی وجهی‌شدگی معادل وجه معرفتی و تعدیل معادل وجه تصمیمی است. (هلیدی و متیسن، ۲۰۰۴: ص ۶۱۸)

علاوه بر این در همه این منابع، تمایزی بین وجه و وجهیت قائل نشده‌اند و همچنین مشخص نیست که منظور آنها از وجه mood است یا modality. در واقع در بسیاری از تعاریف، ابتدا تعریفی از وجهیت ارائه شده در حالی که در تقسیم‌بندی‌های بعدی انواع وجه مطرح شده است. بدون اینکه شاید نویسنده از تمایز این دو آگاه باشد.

اخیراً عموزاده و شاه‌ناصری (۱۳۹۰) در مقاله خود، بین وجه و وجهیت تمایز قائل شده و وجه را مقوله‌ای دستوری و وجهیت را مقوله‌ای معنایی دانسته‌اند. آنها در پژوهش خود وجهیت را مطابق تعریف لاینز (۱۹۹۵)، نگرش کنشگر بیانی به میزان قطعیت وقوع گزاره که از طریق پاره‌گفت نمود عینی می‌یابد، در نظر گرفته‌اند. (عموزاده و شاه‌ناصری، ۱۳۹۰: ص ۱۰)

عموزاده و رضایی هم در مقاله خود، وجهیت را یک مقوله معنایی دانسته که درجه امکان یا ضرورت گزاره مطرح‌شده را نشان می‌دهد و تظاهر دستوری آن نمود است. (عموزاده و رضایی، ۱۳۸۹: ص ۵۹ - ۵۸)

۴. روش تحقیق

واحد اصلی تحلیل در این پژوهش جمله است. داده‌های این پژوهش متشکل از ۴۰ متن مطبوعاتی از هشت روزنامه صبح امروز، سلام، خرداد، آریا، کیهان، رسالت، ابرار، قدس (۲۶۳۷۰ کلمه) و ۲۰۰ آگهی بازرگانی (۱۴۲۳۷ کلمه) است که توسط پژوهشگران از مجلات، روزنامه‌ها و بروشورهای تبلیغاتی به صورت دستی جمع‌آوری شده‌اند. شیوه انتخاب نمونه، نمونه-گیری سهل‌الوصول^{۱۶} بود، یعنی نمونه‌هایی انتخاب شدند که نویسندگان به آن‌ها دسترسی داشتند. در انتخاب آگهی‌ها دقت شد که حداقل از یک پاراگراف تشکیل شده باشند تا از نظر زبانی قابل بررسی باشند.

پس از انتخاب نمونه تمامی این متون توسط نگارندگان به دقت مطالعه و بررسی شدند و نتایج حاصل از آنها مورد تفسیر قرار گرفت؛ در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها نمونه‌هایی از جملات این متون آورده شده است.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

۵-۱. بررسی تعدیل در متون مطبوعاتی و تبلیغاتی زبان فارسی

¹⁰ deontic

¹⁶ Convenience sampling

در این بخش نمونه‌هایی از انواع وجهیت معرفی شده در بخش پیشین از داده‌های پژوهش آورده می‌شوند.

الف) نمونه‌هایی از وجهیت عینی آشکار (explicit objective)

بهتر است آقایان دست از سر توسعه سیاسی و آزادی بردارند تا ...

روزنامه صبح امروز ۷۸/۲/۴: اگر کسی احساس می‌کند برخی کالاهای ضروری فرهنگی تولید ... خوب بهتر است آستین بالا بزند و خودش این کار را انجام دهد.

خوب است آقایان از خود بیرسند چرا با این همه امکانات نتوانسته‌اند کالای فرهنگی تولید ...

خوب است نمایندگان مخالف دولت با توجه به آنچه در دو هفته گذشته در سطح کشور اتفاق افتاد و نتیجه‌ای که عایدشان شد قدری اندیشه کنند.

پس بهتر است در تضعیف مجلس شعری نگویند که چند صباح دیگر در قافیه آن بمانند.

... که بهتر است به جای مسموم کردن فضا و جنجال‌آفرینی اجازه داده شود که ...

انتظار می‌رود نمایندگان موافق ... در مجموعه سخنان خود در صحن مجلس از طرح مسائل جناحی و گروهی پرهیزند.

بنظر می‌رسد بازنگری مجدد شیوه‌ها و راهکارهای ... می‌تواند از اقدامات اولیه ... پس از کسب رای اعتماد بشمار رود.

به منظور ایجاد پوشش بیشتر و طولانی‌تر بهتر است هر دو ساعت یکبار تکرار شود.

همانطور که مشاهده می‌شود وجهیت در این مثال‌ها در بندهای مجزا آمده است، بنابراین آشکار است و چون نشانی از گوینده وجود ندارد و بندها به صورت عمومی و کلی بیان شده‌اند، وجهیت از نوع عینی و غیرشخصی است.

ب) نمونه‌هایی از وجهیت عینی پنهان (Implicit objective)

نمی‌توان چشم بر روی ضرورتها و نیازهای جامعه بست و در یک فضای تخیلی و آرمانی صرف به ارزیابی عملکرد مدیران یک حوزه پرداخت.

هنگام نقد استیضاح کنندگان می‌توان سیاست‌های دوگانه در کشور را عیان کرد...

هیچ کس نمی‌تواند نگرانی خود را از ساختار شکل گرفته شده در عرصه فرهنگ کشور پنهان کند...

نکته‌ای که نباید به فراموشی سپرده شود، ضرورت اقدامی کارساز برای اصلاح امور است...

... و آنچه در این میان نباید فراموش شود ...، ضرورت اقدامی جدی برای مقابله با روند ناسالم امور در برخی عرصه‌های فرهنگ و هنر کشور است.

موضع‌گیری شفاف رئیس جمهور، همه را و ... ، می‌بایست به انتخاب راهکارهای مناسب و منطبق با دیدگاههای رئیس جمهور وا دارد ...

وزارت فرهنگ برای یاری رساندن به رئیس دولت نمی‌بایست اجازه دهد که ...

استفاده طولانی مدت پس از قطع درمان آکنه توصیه می‌شود.

میتوان بسته به نیاز از این کرم در طول شبانه روز چندین بار استفاده کرد.

برای انواع موها بخصوص موهای رنگ‌شده و آسیب دیده توصیه می‌شود.

این محصول جهت بهبود ترک‌خوردگی پای ورزشکاران نیز مناسب می‌باشد.

همراه با پن پوست چرب و جوشدار توصیه می‌شود.

جهت استفاده برای پوست حساس اطفال و بزرگسالان و افراد مسن توصیه می‌شود.

برای رسیدن به نتیجه بهتر، روزانه سه بار به مدت حداقل دوماه توصیه می‌شود.

در این نمونه‌ها وجهیت در همان بند گزاره اصلی بیان شده بنابراین پنهان است، و چون عبارات به صورت کلی بیان شده‌اند و گوینده واضح نیست وجهیت عینی و غیرشخصی است.

می‌توان نمونه‌های وجهیت عینی پنهان را در جداولی خلاصه کرد:

جهت گیری / ارزش	اجبار عینی آشکار	اجبار عینی پنهان
بالا	_____	نباید / باید
میانه	_____	نمی‌بایست / می‌بایست
پایین	_____	توصیه می‌شود

جهت گیری / ارزش	تمایل عینی آشکار	تمایل عینی پنهان
بالا	_____	_____
میانه	خوب است / بهتر است	_____
پایین	به نظر می‌رسد، انتظار می‌رود	می‌توان / نمی‌توان / نمی‌تواند

ج) نمونه‌هایی از وجهیت شخصی پنهان (implicit subjective)

... نمایندگان موافق و مطبوعات طرفدار حقیقت می‌توانند دیدگاه‌های منحرف از انقلاب و اسلام را با تمام قدرت افشا کنند.

روزنامه صبح امروز ۷۸/۲/۴: ... نمایندگان ملت باید توجه داشته باشند که تا چه حد خواسته‌های ملتی را که مشروعیت خویش را از آنها گرفته‌اند در نظر گرفته و معیار قرار داده‌اند. صبح امروز، ۷۸/۲/۱۱: نمایندگان مجلس شورای اسلامی فردا به هنگام رأی دادن به طرح استیضاح باید به این پرسش با تأمل بیندیشند.

نمایندگان محترم مجلس باید به این پرسش با تأمل پاسخ دهند. مجلس باید خواسته، موکلین خود را با نظر به نتایج انتخابات شوراها، تشخیص دهد ... هیچ نماینده‌ای نمی‌تواند از وضع آشفته فرهنگ کشور اظهار رضایت کند. نکته‌ای که به یقین هیچکدام از نمایندگان موافق و مخالف و حتی نمایندگان بی‌رأی و ممتنع نمی‌توانند و نباید ضرورت آن را انکار کنند...

همه گروه‌های فکری و سیاسی موافق و مخالف، در چارچوب قانون می‌بایست براساس میزان مقبولیت اجتماعی و مردمی خود مورد اعتنا قرار گیرند، هر گروه و اندیشه‌ای که مردم به آن اقبال نشان دادند می‌بایست از امکانات ملی بهره جوید.

اگر خواهان کاهش وزن ماندگار هستید، لازم است با مطالعه این کتاب، آگاهی‌های لازم را کسب کنید.

با توصیه کودکانان به خواندن ... و معرفی آن به بچه‌ها اهمیت سلامتی را به آنها گوشزد کنید. سپرده سرمایه‌گذاری ... را به شما پیشنهاد می‌کنیم اگر...

دقت نمایید کرم ضد آفتاب حداقل دو ساعت یکبار باید تجدید شود. برای اینکه بتوانید آسیب‌ها را بازسازی کنید و ... از فرآورده‌های ... کمک بگیرید. هرگز از آب داغ استفاده نکنید...

هرگز موی خود را در حالت خویس شانه نکنید.

(د) نمونه‌هایی از وجهیت شخصی اشکار (explicit subjective)

اما امیدواریم اکثریت نمایندگان محترم مجلس با استیضاح کنندگان همراهی نکنند و اینک امیدواریم ایشان برای ایجاد ارتباط و برقراری تفاهم با این جمع کثیر و رو به افزایش، تدبیری جدی بیندیشد.

همواره یادت باشد تو سزاوار بهترین‌ها هستی
اجازه بدین به یادموندنی‌ترین خاطره از بهترین شب زندگیتونو ما بهتون هدیه بدیم.

دقت نمایند کرم ضد آفتاب حداقل دو ساعت یکبار باید تجدید شود. دیگر لازم نیست وقت خود را در رفت و آمد بین آموزشگاه هدر دهید. در این نمونه‌ها وجهیت در بندی غیر از گزاره اصلی بیان شده و بنابراین آشکار است و از آنجایی که گوینده هم مشخص است پس وجهیت شخصی است.

جهت گیری	اجبار شخصی آشکار	اجبار شخصی پنهان
ارزش		
بالا	دیگر لازم نیست	نباید / باید / هرگز
میانه	همواره یادت باشد / دقت نمایند	می‌بایست / کمک بگیرید
پایین	اجازه بدین	نمی‌توانند / می‌توانند

جهت گیری	تمایل شخصی آشکار	تمایل شخصی پنهان
ارزش		
بالا	_____	پیشنهاد می‌کنیم
میانه	امیدواریم	_____
پایین	_____	

۵-۲. بررسی کاربرد استعاری تعدیل در متون

منطقی‌ترین برخورد این است که ضمن بازنگری در سیاست‌های فرهنگی یکی دو سال گذشته ... : همانطور که بیان شد اسم‌سازی یکی از نمودهای بارز کاربرد استعاری و وجهیت است، این جمله می‌توانست بدین صورت بیان شود: باید به صورت منطقی در سیاست‌های فرهنگی یکی دو سال گذشته بازنگری کرد و برخورد کرد. اما از اسم‌سازی استفاده شده است. اسم‌سازی در اینجا باعث پنهان شدن گوینده و غیر مستقیم شدن حالت اجبار و امری شده است.

با توصیه کودکانان به خواندن ... : در اینجا هم اسم‌سازی داریم و وجهیت به صورت استعاری آمده است. در واقع گوینده به صورت غیر مستقیم امر می‌کند.

استفاده طولانی پس از قطع درمان آکنه توصیه می‌شود. این جمله را می‌توان به صورت زیر نیز بیان کرد:

توصیه می‌کنیم پس از قطع درمان آکنه به مدت طولانی استفاده کنید. اما به صورت اسم‌سازی بیان شده است.

با رسیدن فصل گرما و آفتاب، مراقبت از پوست یک امر غیر قابل اجتناب می‌گردد. در این جمله هم اسم‌سازی منبع وجهیت را پنهان و بار امری بودن جمله را کاهش می‌دهد و مراقبت از پوست امری مسلم و به صورت یک واقعیت نشان داده می‌شود.

... می‌تواند پاسخ قاطعی به درمان ریزش موی شما باشد. در این جمله هم منبع وجهیت آشکار نیست و از گوینده به نوعی سلب مسئولیت شده است.

این زمان بهترین فرصت برای رساندن مواد مغذی به پوست می‌باشد.

بهترین انتخاب برای کسانی که ضعف پایه‌ای ریاضی دارند : در این دو جمله هم، ادعای گوینده با اسم‌سازی به صورت مسلم و غیر قابل بحث مطرح شده است، همچنین بار امری و اجباری به حداقل خود رسیده است و داشتن حق انتخاب به مخاطب القا شده است .

برای رسیدن به نتیجه بهتر، روزانه سه بار به مدت حداقل سه ماه ، توصیه می‌شود.

با توصیه کودکانتان به خواندن ... : در این دو جمله هم گروه حرف اضافه‌ای و اسم‌سازی متمم حرف اضافه ، از بار اجبار عبارت می‌کاهد و ادعا به صورت حقیقت بیان می‌شود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

همانطور که در بررسی متون مشاهده شد، در زبان فارسی تعدیل به صورت‌های زیر بیان می‌شود"

(۱) با یک عملگر وجهی زمان دار : افعال وجهی باید، می‌بایست و صورت منفی آنها، صورت-

های مختلف مثبت و منفی توانستن

(۲) توسط برخی قیود بیانگر اجبار یا تمایل : هرگز، همواره و ...

(۳) با فعل اصلی واژگانی در معانی توصیه و اجبار و پیشنهاد : انتظار داشتن، پیشنهاد کردن،

ملزم کردن، امیدوار بودن، به نظر رسیدن، توصیه کردن

(۴) با گسترش گزاره } الف) با یک فعل مجهول : توصیه می‌شود، پیشنهاد می‌شود، ...
ب) با ترکیب صفت و فعل اسنادی : خوب است، بهتر است

(۵) تعدیل می‌تواند به صورت یک بند مجزا هم بیان می‌شود، مثل نمونه‌های دقت نمایید،

هماتره یادت باشد، دیگر لازم نیست، اجازه بدین و ...

علاوه بر این ، تعدیل به صورت استعاری نیز در متون مطبوعاتی و مخصوصاً تبلیغاتی فارسی کاربرد فراوانی دارد. همانطوری که مشاهده شد بیان تعدیل به صورت اسم‌سازی ، در این متون ، اسم‌سازی می‌تواند منبع آن را پنهان کند و ادعا یا پیشنهاد مطرح شده را به صورت یک حقیقت و امری مسلم، غیر شخصی و عینی جلوه دهد. علاوه بر این اسم‌سازی اجبار از سوی گوینده را به

صفر می‌رساند و بار مؤدبانه متن بسیار بیشتر شده و به مخاطب القا می‌شود که حق انتخاب داشته و هیچ امر و اجباری در کار نیست؛ بنابراین تأثیر سخن گوینده دوچندان می‌شود.

۷. منابع پژوهش

احمدی گیوی، حسن (۱۳۸۰)، *دستور تاریخی فعل*، جلد دوم، تهران: نشر قطره
انوری، حسن و حسن احمدی گیوی (۱۳۸۵)، *دستور زبان فارسی ۱*، ویرایش دوم، تهران: انتشارات فاطمی

_____ (۱۳۸۵)، *دستور زبان فارسی ۲*، تهران: انتشارات

فاطمی

رحیمیان، جلال (۱۳۷۸)، «وجه فعل در فارسی امروز»، *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*، دوره چهاردهم، شماره ۲، بهار ۱۳۷۸ (پیاپی ۲۸)

عموزاده، محمد و شادی شاه‌ناصری (۱۳۹۰)، «بررسی پیامدهای ترجمه از انگلیسی بر مقوله وجهیت در فارسی»، *مجله پژوهش‌های زبانی*، دوره ۲، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

عموزاده، محمد و حدائق رضایی، «*ابعاد معناشناختی باید در زبان فارسی*»، *مجله پژوهش‌های زبانی بهار و تابستان ۱۳۸۹*؛ ۱(۱): ۵۷-۷۸.

علامه فلسفی، احمد (۱۳۸۱)، *روش نوین دستور زبان فارسی*، تهران: انتشارات پیام آزادی
ماهوتیان، شهرزاد (۱۳۷۸)، *دستور زبان فارسی از دیدگاه رده‌شناسی*، ترجمه مهدی سمائی، تهران: نشر مرکز

ناتل خانلری، پرویز (۱۳۷۲)، *دستور تاریخی زبان فارسی*، تهران: انتشارات توس

_____ (۱۳۷۷)، *دستور زبان فارسی*، تهران: انتشارات قدس

وحیدیان کامیار، تقی، عمرانی، غلامرضا (۱۳۸۲)، *دستور زبان فارسی (۱)*، تهران، انتشارات سمت

Halliday, M.A.K. (1994). *An Introduction to Functional Grammar (2nd edition)*. London: Arnold

Halliday, M.A.K. (2004), *an Introduction to Functional Grammar*, 3rd edition, revised by Christian M.I.M Mattheissen, London: Arnold Publication

Thompson, G. (1996). *Introducing Functional Grammar*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press