

زبان شعار

سید محمد تقی طیب

بتول علی نژاد

چکیده

شعار پدیده‌ای است زبانی و یکی از انواع کلام محسوب می‌شود. در سراسر جهان، هر جا که نیاز به حضوری یکپارچه برای بیان اهداف و دیدگاهها احساس شود، کلام جمع به صورت شعار جلوه‌گر می‌شود. شعار لازمه هر تظاهرات هدفداری است. بنابراین باید دارای ویژگیهای خاصی باشد که آن را برای بیان گروهی و به صورت هماهنگ مطلوب می‌سازد. خوشبختانه تاریخ انقلاب اسلامی ایران گنجینه عظیم و بی‌سابقه‌ای از این متون را برای تحقیق در اختیار ما می‌گذارد. در این مقاله برآنیم که از رهگذر علم زبان‌شناسی به کدشکنی و دوباره خوانی کدهایی که در این متون فرهنگی وجود دارد پردازیم و در لابه‌لای سطوح مختلف ساختار زبانی، انگیزشهای آوایی، واژگانی، نحوی، معنایی و کلامی این متون شعاری را بازشناسیم. در این مقاله چگونگی بهره‌گیری پارسی‌گویان از دانش زبانی خود جهت فراسازی متون شعاری و نحوه دستکاری کلام عادی به منظور انتقال هرچه مؤثرتر پیام در شرایط خاص نشان داده شده است.

در این تحقیق، با بهره‌گیری از تمهیدات زبان‌شناختی، شعارهایی که به صورت طبیعی و خودجوش توسط مردم عادی بدون برنامه‌ریزی ساخته شده از شعارهایی که توسط قشر تحصیلکرده متمایل به گروههای خاص از قبل ساخته و پرداخته شده، متمایز می‌گردد.

نتایج بسیار مهم نظری و کاربردی (اجتماعی) این مقاله نشان‌دهنده توان علم زبان‌شناسی در تجزیه و تحلیل و ژرف‌نگری در این پدیده زبانی است؛ در این میان همسویی اطلاعات و

نحوه ارائه آن در سطوح مختلف زبان‌شناختی بسیار جالب توجه است و این خود پاسخی است به این پرسش که چرا شعار، به‌عنوان بخش ضروری و لاینفک هر تظاهرات در سراسر جهان، حضور خود را در مقابل عام و خاص به نمایش می‌گذارد. در پایان به‌نظر می‌رسد این ادعا قابل دفاع باشد که شعار یک پدیدهٔ زبانی عام و جهانی است، چون شرایطی که منجر به تولید شعار می‌شود (بافت موقعیتی) تأثیرات مشابهی را بر زبانی که به‌کار می‌رود به‌جا می‌گذارد. امید است، همان‌گونه که سعی نویسندگان مقاله بوده است، خوانندگان محترم نیز خود را از پیش‌داوری و جبهه‌گیریهای سیاسی به‌دور داشته باشند و صرفاً جنبه‌های زبانی شعار را در نظر بگیرند تا بتوانند با این متون فرهنگی-سیاسی برخورد علمی داشته باشند.*

۱ مقدمه

بدیهی است در هر تظاهرات آنچه بجز کثرت جمعیت توجه را به خود جلب می‌کند شعاری است که داده می‌شود. شعار دارای چنان انگیزندگی و تحرک‌بخشی است که در واقع جزء ضروری هر تظاهرات محسوب می‌گردد، به‌طوری که نمی‌توان تظاهراتی را بدون دادن شعار اعم از ملفوظ یا مکتوب تصور کرد. از آنجا که زبان‌شناسی به بررسی علمی زبان می‌پردازد، بیشتر به داده‌هایی علاقه‌مند است که توسط زبانمندان در شرایط طبیعی گفتار بیان می‌شود. از این‌رو، در این تحقیق صرفاً شعارهای بدو‌پروزی انقلاب اسلامی ایران (حدود سالهای ۵۸-۱۳۵۷)، به دلیل خودجوش و طبیعی بودن (و به بیانی دیگر مردمی بودن) اکثراً مورد بررسی قرار گرفت. شعارهای دوره‌های بعد دارای ویژگیهایی هستند که آنها را از این شعارهای عام متمایز می‌سازد. در این راستا، حدود ۲۰۰۰ شعار مورد بررسی قرار گرفت.

در این تحقیق، فرض اساسی ما این است که شعار بخش اعظم ویژگی برانگیزندگی و تحرک‌بخشی خود را از ساختار کلامی خود می‌گیرد، گرچه عوامل غیرکلامی نیز تأثیرات خاصی را به شنونده منتقل می‌کند. بنابراین، اساس این بررسی مبتنی بر تحلیل جنبه‌های مختلف کلامی متون شعاری خواهد بود. در لغتنامه‌ها تعاریف مشابهی از شعار ارائه شده است. به‌طور مثال در آکسفورد در مدخل slogan چنین می‌بینیم:

-a word or phrase that is easy to remember used as a motto ...

-a short catchy phrase ...

* این مقاله برگرفته از رسالهٔ کارشناسی ارشد در رشتهٔ زبان‌شناسی همگانی با عنوان «بررسی متون شعاری انقلاب اسلامی ایران از دیدگاه تحلیل کلام» است که بتول علی‌نژاد به راهنمایی دکتر سیدمحمدتقی طیب نوشته و در شهریور ۷۷ در دانشگاه اصفهان دفاع گردیده است. در ضمن، این پایان‌نامه در چهارمین دورهٔ معرفی پژوهش فرهنگی برگزیدهٔ سال موفق به دریافت عنوان «پژوهش فرهنگی سال» شده است.

در فرهنگ دهخدا در مدخل شعار (ص ۳۹۰) چنین آمده: «شعار اخیراً در تداول عامه، گفتن مطلبی بر سر جمع به بانگ بلند، در موافقت یا مخالفت با عقیده‌ای یا شخصی برای تهییج و دمسازکردن دیگران به‌کار می‌رود.»

اما به تعبیر ما، «شعار بیان دسته جمعی قطعات زبانی ساده، روان و سریع‌الانتقالی است که به موجزترین و کوتاهترین شکل ممکن برای بیان خواستهای مردم به‌کار می‌رود و در نهایت به بازسازی نظام فکری و ایدئولوژیک آنها می‌پردازد.» بستر ظهور شعارگفتار و نوشتار است که هر کدام تأثیرات خاص خود را بر شنونده دارد.

در این مقاله ضمن طرح سطوح چهارگانهٔ ساختاری متون شعاری، به مناسبت به برخی از اصول و نظریات زبان‌شناختی مربوط به آنها اشاره خواهیم کرد.

بخشهای زیر قسمتهای دیگر این مقاله را تشکیل می‌دهد:
انگیزش ساختاری در سطوح: آوایی، واژگانی، نحوی، معنایی-کلامی
ارتباطات غیرکلامی
نتیجه‌گیری

۲ انگیزش ساختار آوایی

آواهای یک زبان و چگونگی بیان آنها از اساسیترین و ابتداییترین عناصری هستند که به هنگام رشد انسان برای انتقال احساسات، عواطف و القای افکاری خاص در انسان به صورت درونی و نهادینه درمی‌آیند (کارتر ۱۹۹۸: ۳۸). در این بخش می‌خواهیم شعارهای انقلاب را از جهت انگیزش آوایی آنها بررسی کنیم تا مشخص گردد که چه جنبه‌هایی از ساختار آوایی (به صورت مثبت یا منفی) در انگیزندگی شعارها مؤثر می‌باشند؛ از این رو، موسیقی زبانی شعارها را از حیث وزن که خود توسط عوامل مختلفی به وجود می‌آید و همین‌طور با توجه به نام آواها، اشعار عامیانه و تأثیر آواها مورد تعمق قرار می‌دهیم.

۲-۱ موسیقی کلامی: وزن

اگر انبوه شعارها را از نظر بگذرانیم در می‌یابیم که همهٔ آنها از نوعی وزن خاص بهره می‌برند، به طوری که حتی در صورت ظاهر در بعضی از آنها وزنی احساس نمی‌شود ولی شعار دهندگان با نوعی تکرار، آهنگی خاص به آن می‌دهند. پرواضح است که منظور ما از وزن، وزن خاص عروضی نیست بلکه موسیقی و آهنگ کلام مدنظر است.

خانلری (۱۳۴۵: ۵) در تعریف وزن آورده است: «وزن نوعی از تناسب است، تناسب کیفیتی

است حاصل از ادراک وحدتی در میان اجزاء متعدد. تناسب اگر در مکان واقع شود آن را قرینه می‌خوانند و اگر در زمان واقع شد وزن خوانده می‌شود.» تأثیرات بسیار زیاد و جالبی را برای وزن برشمرده‌اند، از آن جمله (خانلری، همانجا) چون کلمات برطبق ضرب و وزنی معهود و آشنا با هم تلفیق شود، ذهن آنها را آسانتر ادراک می‌کند و از کوشش ذهنی که باید برای حفظ و ضبط مجموعه‌ای از کلمات به‌کار رود تا روابط آنها با یکدیگر و سپس معنی کلام دریافت شود، کاسته می‌شود. همین مسئله کم‌کوشی برای درک سریعتر، راحت‌تر و منظم‌تر به شنونده احساس لذت و رضایت می‌دهد.

پرواضح است در تظاهراتی که هر لحظه خطر از هم پاشیده شدن آن را تهدید می‌کند، هرگونه ابزاری جهت ایجاد کلام کوتاه‌تر، وزینتر و آشناتر شایان توجه است. در زبان فارسی وزن از طریق عواملی چند از جمله قافیه، ردیف، هماهنگیهای صوتی، تکیه، آهنگ کلام و قرینه‌سازی اعاده می‌شود. در اینجا برای جلوگیری از اطناب به‌طور خلاصه به تعریف این عوامل می‌پردازیم و از میان انبوه متون شعاری نمونه‌هایی می‌آوریم: علاقه‌مندان جهت مطالعه کاملتر این عوامل می‌توانند به شفیی کدکنی (۱۳۷۰) مراجعه کنند.

الف) قافیه با توجه به تعاریفی که از قافیه ارائه شده است، نکات زیر از آن مستفاد می‌گردد:
 "ماهیت قافیه صوت است. قافیه در اثر تکرار تحقق می‌یابد. در شعر سنتی قافیه در پایان مصراعها یا بیتهاست اما در شعر نو قافیه در هر جایگاهی می‌تواند باشد. قافیه پایانی-میانی-آغازی و ... و صداهای مکرر بایستی جزئی از کلمه و نه تمام کلمه باشد" (طیب ۱۳۷۳: ۲۵۰).

شفیی کدکنی (همانجا) تا ۱۵ نقش مختلف برای قافیه برشمرده است، از جمله احساس لذت و خشنودی، تشبیه فکر و احساس، کمک به حافظه و سرعت انتقال، کمک به تداعی معانی، القای مفهوم از راه آهنگ و ... این تأثیرات قافیه که بیشتر هم از اعتبار روانی برخوردار است گویای بسامد بالای آن در متون مورد نظر ماست. به‌طور مثال، در شعارهای آشنای زیر:

رهبر ما خمینی	نهضت ما حسینی
در بهار آزادی	جای شهدا خالی

ب) ردیف کلمه‌ای است که بعد از قافیه می‌آید و ماهیت آن تکرار است و می‌تواند یک کلمه مستقل یا بیشتر باشد. ردیف نمی‌تواند قسمتی از کلمه باشد؛ کلمات تکرار شده باید به یک معنی باشند (شفیی کدکنی، همانجا). تأثیرات برشمرده برای ردیف عبارت‌اند از زیبایی بخشیدن به شعر از طریق تکمیل موسیقی قافیه، کمک به درک معانی و تداعیهای شاعر، مجال تأمل بیشتر برای درک مفهوم و ... (شفیی کدکنی ۱۳۷۰: ۱۲۳) بدیهی است بسیاری از شعارها برانگیزندگی خاص

خود را مرهون این ابزارهای شعری هستند که به صورت ناآگاهانه به خدمت گرفته شده‌اند:

سینه ما سپر شده اسلحه بی‌اثر شده
این طلوع آزادی است جای شهدا خالی است

ج) هماهنگیهای صوتی یکی دیگر از عوامل مؤثر در آهنگین شدن کلام وجود هماهنگیهای صوتی در داخل زنجیره گفتار است. این عناصر آوایی به لحاظ اشتراک صامت‌ها و مصوت‌ها در سراسر زنجیره مشاهده می‌شود. سهم بسیار عمده‌ای از موسیقی کلام در همین بخش هماهنگی صوتی عبارات نهفته است:

متحد و متفق شاه ترا می‌کشیم
شاه ترا می‌کشیم به خاک و خون می‌کشیم

د) تکیه منظور از تکیه همان نشاندار کردن یک هجا در هر واژه به عنوان حامل برجستگی است (هایمن ۱۳۶۸: ۳۱۶). در بسیاری از شعارها وزنی احساس می‌شود که زائیده هیچ‌کدام از عوامل قافیه، ردیف و ... نیست بلکه از طریق تکیه بر هجاهای اول کلمات و ایجاد تعادل و توازن در کشش هجایی بقیه کلام این وزن خاص توسط زبانمند بومی خلق می‌گردد که کلام او را آهنگین می‌سازد:

تفرقه، تفرقه سلاح دشمن ماست
بگو مرگ بر شاه بگو مرگ بر شاه

ه) تأثیرات آوایی این نوع انگیزش آوایی در نحوه تولید صامت‌ها و خاصیت القاکنندگی آنها نهفته است که در اینجا فقط به یک نوع از آنها اشاره می‌کنیم.

آواهای انسدادی. این نوع آواها که از طریق حبس جریان هوا در پشت یک مانع و رهایش ناگهانی هوا تولید می‌شود به القای مفهوم انرژی و قاطعیت و کوبندگی کلام می‌افزاید (کارتر ۱۹۹۸: ۵۱)

به نظر می‌رسد شعارهای آشنای زیر بخشی از ویژگی قاطعیت‌بخشی و انگیزندگی خود را مرهون حضور این آواها در بخش آغازین کلمات و هجاها هستند که در ایجاد تأکید و تکیه هم مؤثرند:

بگو مرگ بر شاه *begu marg bar šâh*

توب، تانک، مسلسل، دیگر اثر ندارد *tup tank mosalsal digar ?asar nadârad*

البته این نوع تأثیرگذاری خاص از اعتبار روانی برخوردار است. زمینه تأثیر روانی آواها جای مطالعه و تحقیق بیشتری دارد.

۱-۲ موسیقی کلامی

الف) نام آواها (onomatopoeia)

نوعی دیگر از انگیزش آوایی ویژه کلماتی است که تلفظ آنها تقلید از صدایی است که این کلمات بر آنها دلالت می‌کند، مانند: شرشر، خس‌خس و ... استفاده از این نوع کلمات نشان‌دهنده کاربرد اولیه و طبیعی زبان است. در شعار زیر نوعی تأثیرات آوایی خاص توسط نام آواها منتقل می‌گردد:

بسمه تعالی، کجا بودی تا حالا مفسد فی الارض تق‌تق

ب) اشعار عامیانه

نوعی دیگر از متون هستند که در آنها آنچه اهمیت دارد تأثیرات آوایی است. در این نوع اشعار که به آنها اشعار بی‌معنی (nonsense) نیز می‌گویند، زیبایی آوایی بر حقیقت معنی مقدم شده است (نیومارک ۱۹۹۸: ۳۰).

الگوپردازی شعارها از روی این متون فولکلوریک و فرهنگی خود به نوعی نشانگر کاربرد طبیعی زبان و مردمی بودن این شعارهاست.

عمو زنجیر باف؟ بله زنجیر منو بافتی؟ بله گردن شاه انداختی؟ بله کشان‌کشان بردی؟ بله

اتل متل توتوله گاو حسن کوتوله کارتر چقدر فضوله ...

مجموعه عوامل برشمرده در سطح آوایی به آهنگین و موزون شدن و همچنین کوتاهی کلام انجامیده است. اگر شرایط بحرانی را که در آن شعار تولید شده و می‌شود و همین‌طور تعداد کثیر افرادی که باید این شعارها را بشنوند، بفهمند، به خاطر بسپرنند و سپس تکرار کنند مد نظر قرار دهیم، درمی‌یابیم که ویژگیهای برشمرده در این سطح از مهمترین عواملی هستند که به انگیزندگی و وحدت‌آفرینی شعارها کمک کرده‌اند.

۲-۲ انگیزش ساختار واژگانی

در این بخش به اهمیت واژگان در انتقال عواطف و احساسات می‌پردازیم و اینکه زبانمندان چگونه به وسیله انتخابهای خاص واژگانی می‌توانند ضمن انتقال پیام مورد نظر خود، مخاطبین را تحت تأثیر عاطفی قرار دهند. به همین دلیل در مورد نقش نشانه‌ای و نقش نمادین کلمات، انتخابهای واژگانی، کلمه‌سازی، معنای لغوی و ضمنی و دشواژه‌ها (کلمات ممنوعه) سخن می‌گوییم.

۱ نقش نشانه‌ای (semiotic function)

نشانه چیزی است که به چیزی بجز خودش اشاره می‌کند و این یک نوع قرارداد است و از امتیازات بشر بر سایر جانداران محسوب می‌شود. نشانه‌ها انواع متفاوتی دارند که ما به دو نوع نشانه‌های

غیرزبانی و زبانی اشاره می‌کنیم و سپس نشانه‌پردازی را در جریان انقلاب پی‌می‌گیریم. الف) نشانه‌های غیرزبانی این نشانه‌ها علائمی غیرآوایی‌اند که برای ایجاد ارتباط به‌کار می‌روند، مثل پرچم سفید که نشانهٔ صلح است. در جریان تظاهرات، پوشیدن پارچهٔ سفید به نشانهٔ آمادهٔ مرگ‌بودن، حرکت هماهنگ مشت‌های گره‌کردهٔ مردم در هوا، دست در دست هم‌گذاشتن افرادی که به نشانهٔ وحدت در صفوف اول تظاهرات حرکت می‌کردند، همه و همه حامل اطلاع جدیدی بودند که هماهنگ با نشانه‌های زبانی در انتقال هر چه مؤثرتر پیام توسط مردم به‌کار گرفته شدند.

ب) نشانه‌های زبانی در جریان انقلاب و بعد از پیروزی آن یک رشته از واژه‌ها با از بین‌رفتن مدلول‌هایشان از رونق افتادند و کم‌کم حذف شدند، مثل اعلیحضرت و شهبانو و کلمات جدیدی مانند امام، رهبر، مکتبی و حزب‌الله وارد میدان شدند.

بعضی کلمات معادل‌سازی شدند، مثل نهضت‌سوادآموزی به‌جای پیکار با بی‌سوادی. بعضی کلمات بار معنایی وسیعی یافتند: برادر به‌جای آقا و خواهر به‌جای خانم (ابوالقاسمی ۱۳۷۳: ۳۳۳).

۲ نقش نمادین کلمات (symbolic function)

این نقش زمانی است که انسان ارزش مورد نظر خود را در قالب نشانه‌ها و نمادها تجسم می‌بخشد. شعارهای انقلاب مشحون از چنین ابزارهایی برای انتقال معانی است:

«خون» نشانهٔ مقاومت و حیات: خون پاک شهید می‌دهد این نوید مرگ بر شاه کلماتی مانند «داس و چکش» نوعی نمادپردازی از سوی گروه‌های خاص کمونیستی بود که در شعارها تجلی یافت:

داس و چکش نابود است / دین اسلام پیروز است

۳ انتخاب خاص واژگانی

کلمات به‌عنوان ابزارهایی برای پیام‌سازی به‌طور معمولی کنار هم قرار نگرفتند، بلکه با تغییرات خاصی با استفاده از قدرت و نشانه‌پردازی کلمات، مردم توانستند به فراخواندن تجربیات درونی بپردازند و بر توانایی خود در هر چه کوتاه‌ترکردن پیام و مؤثر کردن آن بیفزایند. به بار معنایی کلمات «برد» و «خورد» در شعار زیر توجه کنید:

نفت روکی برد؟ آمریکا / گاز روکی برد؟ شوروی
پولشو کی خورد؟ پهلوی / مرگ بر این سلسلهٔ پهلوی

کلمه سازی. زبانمندان برای رفع نیازهای خود جهت نامیدن پدیده‌های جدید از سرمایه‌های زبانی خود بهره گرفتند و به روشهای زیر به کلمه‌سازی پرداختند:

۱. قرض‌گیری قرض‌گیری بیشتر از زبان عربی بود مانند طاغوت:
۲. محدودسازی (narrowing) محدود کردن معنای کلمات عام زبان مثل مجاهد، منافق و ... که به گروههای خاص اطلاق می‌گردید:
۳. گسترش معنایی (extension) یعنی گسترش بار معنایی کلمات. به گسترش معنایی در کلمات «خون» و «شمشیر» توجه کنید:

نفرت خلق و خالق نثارت ای منافق

خون بر شمشیر پیروز است

۴. کوتاه‌سازی (shortening) در اسمهای افراد: می‌می به جای کلمه محمد (رضا):

- فرح خانم غصه نخور اگر می‌می بمیره
۵. کار برد پسوند قرضی مانند پسوند «ایسم» در شعار خمینیسم آری کمونیسم هرگز
۶. معنای ضمنی و لغوی وقتی که کلمات عادی زبان تداعیهای اضافی شخصی یا عاطفی را منتقل می‌کنند، مثل کلمه «خر» که نشانه حماقت است:
- گل‌های صحرا همه پرپر شده شاه ایران خر بوده خرتر شده

۷. دشواژه‌ها (taboo words) این کلمات یکی از جالبترین شیوه‌های تحقق تأثیر محیط فرهنگی بر زبان است و کاربرد وسیع آنها در شعارهای انقلاب از یک‌سو نشانه مردمی بودن این شعارها و از سوی دیگر نشانه عمق نفرت و بیزارى مردم نسبت به رژیم است:

... از شهرت بیرون می‌کنیم چماق تو ... می‌کنیم

۳ انگیزش ساختار نحوی

در این بخش الگوهایی که در سازماندهی متن نقش مهمتری داشتند انتخاب شدند. کاربرد دقیق و ماهرانه الگوهای دستوری کلید تشخیص معانی برجسته در متن است. در این بخش به ویژگی خطی بودن زبان و برجسته‌سازی، فعل و اهمیت حضور و عدم حضور آن در ساخت نحوی، ساخت امر و نهی و ساخت دعایی و افعال معین می‌پردازیم.

۱. ویژگی خطی بودن زبان (linearisation) و برجسته‌سازی (thematisation) این محدودیت‌گوینده یعنی توانایی تولید یک کلمه در یک زمان برآنچه او می‌خواهد بر آن صحنه بگذارد تأثیر می‌گذارد. از این رو، او با در نظر گرفتن کمبود وقت تغییراتی در ساخت نحوی جملات ایجاد می‌کند تا بتواند هرچه بهتر منظور خود را برساند. به‌جای جایی کلمات و تغییر ساخت نحوی جهت صحنه‌نهادن و آهنگین کردن هرچه بیشتر در شعارهای زیر توجه کنید:

می‌گردم ای الله	فدای روح‌الله (ای‌الله، فدای روح‌الله می‌گردم)
این شاه آمریکایی	اعدام باید گردد (باید اعدام گردد)

۲. اهمیت حضور و عدم حضور فعل فعل به‌عنوان عامل پیوندهنده عناصر نحوی جمله دارای اطلاعات زیادی در درون خود می‌باشد. علاوه بر حال و هوای حرکت، جنبش و فعالیت که از فعل ناشی می‌شود فعل اطلاعاتی در زمینه زمان، نمود و حتی فاعل جمله را در خود دارد:

از جان خود گذشتیم با خون خود نوشتیم یا مرگ یا خمینی

حذف فعل در کلام عادی بدون داشتن قرینه، جملات ناقص و بی‌معنا تولید می‌کند. با حذف فعل گرچه اطلاعات همراه با آن حذف می‌شود ولی در متون شعاری این خسارت با هدف مهمتری که همانا جاودانه کردن پیام و جامعیت بخشیدن به آن، برای همه عصرها و نسلهاست جبران شده است:

مرگ بر این سلطنت پهلوی
سلام بر آزادی، مرگ بر استبداد
روحانی، ارتشی، پیوندتان مبارک

ساخت امر و نهی این ساخت نحوی زیاترین ابزار زبانی تولید متون شعاری است. از ویژگیهای صوری این ساخت، کوتاه و ساده بودن آن است و از ویژگیهای معنایی آن قوه تحکم و اجباری است که در آن نهفته است. از سوی دیگر این ساخت به‌گوینده امکان می‌دهد که هر وقت بخواهد مخاطب خود را مشخص نکند و به شنونده آزادی انتخاب بدهد تا به درون خود بنگرد و خود را هماهنگ سازد:

بگو مرگ بر شاه

کارتر نکن حمایت از بختیار، مردم نمی‌دهند به او اختیار

ساخت دعایی حضور چشمگیر این ساخت در متون شعاری نشاندهنده عمق آرزو و خواستههای

مردمی است که آن را بیان کرده‌اند. ساخت محاوره‌ای این شعارها خود دال بر مردمی‌بودن و خودجوش‌بودن این شعارهاست. این مردم عادی هستند که در گفتارشان دعا و نفرین می‌کنند:

برادر ارتشی	الهی زنده باشی
درود بر مؤمنین	مرگ بر منافقین

فعلهای وجهی فعل اصلی دارای معنی و مفهوم خاص و محدودی است. گوینده کلام برای نشان دادن قصد و نیت خود مجبور است که به کلام خود جهت ببخشد و انجام فعل را در راستای اهداف خود معنی‌دار کند. بیشترین کاربرد فعلهای وجهی در این متون «باید» است که مفهوم ضرورت و اجبار را به کلام می‌افزاید.

شاه باید لایق باشه	نه نوکر کارتر باشه
مزدور آمریکایی	اخراج باید گردد

۴ انگیزش ساختار معنایی و کلامی

در این قسمت در جستجوی ابزارهای زبانی هستیم که باعث می‌شود متن هرچه مؤثرتر عمل کند و نتیجه مورد نظر گوینده حاصل شود. در این مورد خاص که متون شعاری مدنظر ماست، در پی آنیم تا دریابیم مردم چگونه به وسیله جملات کوتاه و اغلب ناقص (از نظر دستوری) متن ساخته‌اند و این متون چگونه عمل می‌کردند تا پیام گوینده را منتقل کنند. از میان ابزارهای متن‌ساز به پیوستگی (coherence) و انسجام (cohesion) اشاره خواهیم کرد و از بین اصول مطرح در تحلیل کلام اصول همکاری گرایس و نظریه گفتار-کنش (کردار زبانی) را در متون شعاری بررسی خواهیم کرد.

۱-۴ انسجام

یکی از ابزارهای صوری متن‌ساز انسجام است. هلیدی و حسن (۱۹۷۶) ابزارهای آفریننده انسجام متنی را به سه دسته تقسیم کرده‌اند:

الف) ابزارهای دستوری (از طریق ارجاع، جایگزینی و حذف)

ب) ابزارهای لغوی (از طریق تکرار، همایی)

ج) ابزارهای پیوندی (از طریق کلمات ربط که معانی متفاوتی را می‌رسانند مانند: و-اگر-تا و ...) وجود این ابزارهای انسجام‌آفرین در شعارهای زیر شایسته توجه است. این ابزارها به کوتاهی کلام کمک کرده‌اند.

یا مرگ یا خمینی (ابزارهای پیوندی وجود «یا»، ابزار دستوری: حذف فعل)

ایران وطن ماست

خاکش کفن ماست (ش: ابزار دستوری)

نه شاه می‌خواهیم نه بختیار

خمینی با اختیار (ابزارهای پیوندی وجود «نه ... نه»، ابزار

دستوری: حذف فعل)

۲-۴ پیوستگی

علاوه بر عوامل صوری کلام دیگری نیز دست‌اندرکار درک و تعبیر پیام هستند. حتی در بسیاری از پیامهای زبانی که به شکل جمله ارائه نمی‌شوند، ما عناصر پیام را بدون حضور ارتباط زبانی آشکار، مرتبط با هم درک می‌کنیم. پوپر (۱۹۶۳: ۴۷) می‌گوید: ما با توقعات و انتظارات به دنیا می‌آییم یکی از توقعات، انتظار یافتن نظم است. لویس (۱۹۶۹: ۳۸) معتقد است که ما نه تنها به دنبال یافتن نظم و قانونمندیها هستیم، بلکه در پی یافتن و درک نظم و قوانین مشابه هستیم و به این ترتیب به تعمیم و گسترش تجربیات خود می‌پردازیم.

یک نوع انتظار و تصور قوی در انسان وجود دارد و آن این است که هرچه در بافت خاصی گفته یا نوشته شده بامعناست. براون و یول (۱۹۸۳: ۲۲۵) معتقدند شنونده در تلاش برای ایجاد ارتباط بین اجزای مختلف کلام متکی به اصولی است که او را قادر به تفسیر درست پیام می‌کند از جمله اصل قیاس و اصل تعبیر محلی. بر طبق اصل قیاس چیزها همان‌طوری هستند که قبلاً بودند. بر طبق این اصل انتظارات ما محدود می‌گردد. اگر انتظارات زیاد باشد، خود فرد از نظر تعادل فکری مورد شک و تردید قرار می‌گیرد که نتوانسته است دنیا را به شکل طبیعی آن ببیند. بنا به اصل تعبیر محلی شنونده می‌آموزد که یک بافت را بیش از آنچه مورد نیاز است تا فهمیده شود، گسترش ندهد. این دو اصل همراه با تجربیات گذشته شخص، تجربه جدید او را از جهان و همین‌طور در مورد کلام محدود می‌کنند (براون و یول ۱۹۸۳: ۵۸).

ما به‌عنوان زبانمند در مورد تعاملات اجتماعی که از طریق زبان انجام می‌شود دانش و اطلاعاتی داریم؛ این دانش بخشی از دانش فرهنگی و اجتماعی عمومی ما را تشکیل می‌دهد و نه تنها تفسیر ما را از کلام بلکه هر جنبه‌ای از تجربیات ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در واقع پایه و اساس فهم ما در مورد کلام همین دانش زمینه‌ای (background knowledge) است. براون و یول به پنج نظریه مهم در باب طریقه سازماندهی دانش زمینه‌ای در ذهن انسان اشاره می‌کنند که از آن میان اسکیماتا یا همان «شما» را که با متون شعاری فرهنگی بیشتری دارد در اینجا ذکر می‌کنیم. این اصل که توسط بارتهل Bartellet (۱۹۳۲) مطرح شده است، می‌گوید: تجربه گذشته نمی‌تواند انبوهی از رویدادهای جدا از هم و متوالی باشد بلکه باید سازماندهی شده و منظم در نظر گرفته شوند. آنچه به این توده سازماندهی شده ساختار می‌بخشد «شما» است. به نظر او «شما»

چیزی است فعال و در حال رشد، همین ویژگی فعال آن است که با تجربه قسمت خاصی از کلام ترکیب می‌شود و منجر به فرایندهای سازنده‌ای در ذهن می‌گردد.

«شما» یکی از اجزای گرامر داستان است که دارای ساختار قراردادی و عناصر ثابتی است. اگرچه یک داستان ممکن است عناصر زیادی از «شما» داستان را در برگیرد اما این موضوع دلیل نمی‌شود که بگوییم داستان دارای «شما»ست؛ برعکس این مردم هستند که به آن توده اطلاعات شما می‌بخشند و از آن برای تولید و درک بهتر کلام کمک می‌گیرند.

در شعارهای انقلاب که ریشه اعتقادی آن دین اسلام است شما مذهبی را بسیار فعال و پویا می‌یابیم. مقاومتها و فداکاریهای امامان و پیشوایان اسلام در حافظه این ملت ذخیره شده و گویندگان این شعارها با اشاره به این گذشته و ارتباط آن به وقایع روز باعث برانگیخته شدن این شما مذهبی در ذهن شنونده می‌گردند. این امر هم باعث درک پیوستگی در متن و هم درک و تعبیر سریعتر آن می‌گردد. در شعارهای زیر آگاهی ما در مورد جهان در قالب شما مذهبی به عرصه کشیده شده است:

خدا ما هم یزید داریم پهلوی پلید داریم
 پرسنل هوایی، حر زمان خویشند
 با آل علی هر که درافتاد، ورافتاد
 بختیار پلید است بدتر از یزید است
 حسین بیا به کربلای ایران

۳-۴ اصول همکاری گرایس

برطبق این نظریه برای ادامه یافتن جریان مکالمه در بین انسانها فرضیات خاصی وجود دارد که طرفین مکالمه به منظور ارتباط مطلوب، خود را موظف به رعایت آن می‌بینند. این اصول عبارت‌اند از: اصل کمیت، کیفیت، ارتباط و روش (گرایس ۱۹۷۵).

هرگاه گوینده‌ای از هر یک از اصول همکاری عدول کند، گفته او معنای ثانویه (implication) خواهد داشت (گرایس ۱۹۷۵).

۱. اصل کمیت

(الف) در مشارکت خود در گفتگو با در نظر گرفتن اهداف موجود در تبادل اطلاعات به اندازه کافی اطلاعات بدهید.

(ب) در مشارکت خود بیش از حد لازم اطلاعات ندهید.

۲. اصل کیفیت. مشارکت خود را با صداقت انجام دهید به عبارت دقیقتر:

(الف) آنچه را که معتقدید نادرست است، نگوید.

(ب) آنچه برای آن شواهد کافی ندارید، نگوید.

۳. اصل ارتباط. مشارکت خود را طوری انجام دهید که به (موضوع و موقعیت) مربوط باشد.

۴. اصل روش. واضح سخن بگویید یعنی:

(الف) مبهم سخن نگوید. (ج) کوتاه سخن بگوید.

(ب) دو پهلو سخن نگوید. (د) با نظم و ترتیب سخن بگوید.

در واقع رویدادهای سخن مانند مکالمه به این دلیل برای ما بامعناست که از اصول خاصی پیروی می‌کنند. گرایش ابزاری را بیان می‌کند که به واسطه وجود همین اصول خاص است که ما می‌توانیم فراتر از آنچه اظهار می‌شود یا نگاشته می‌شود گفته را استنباط و درک کنیم و به گفتگو ادامه دهیم.

می‌دانیم که مردم به وسیله شعار در شرایطی خاص نظرات خود را اعلام می‌کردند. در واقع شعارها حول یک لحظه کلیدی (key moment) متبلور می‌شدند. از این نظر می‌توان گفت که شعارهای انقلاب رویداد وابسته (event-dependent) و بافت وابسته (context dependent) بودند (رعایت اصل ارتباط). از آنجایی که محتوای شعارها در مورد حوادث و وقایع جاری کشور بود، توجه به دانش زمینه‌ای که همه گویندگان و شنوندگان آن شعارها در آن شریک بودند ارائه می‌گردید، لازم نبود که دارای جزئیات و حواشی باشد و همیشه به صورت لب مطلب مطرح می‌شد (رعایت اصل کمیت و اصل روش قاعده سخن به ایجاز).

از سوی دیگر هدف از دادن شعار هم بیان موضع و نقطه نظرات بود و هم جلب توجه و جذب سایر افراد، لذا می‌بایست حجم مناسبی از اطلاعات منتقل گردد تا این ارتباط معنی‌دار شود (رعایت اصل کمیت).

در دوران بحرانی انقلاب که ملت برای اعاده راستی و درستی و حقوق خود به پا خاسته بودند هیچ سخنی از شک و تردید در شعارها دیده نمی‌شود و مردم آنچه را که به درستی به آن ایمان داشتند بیان می‌نمودند و جز این هم نمی‌توانست باشد چون وجدان جمع قاضی این محکمه بود (رعایت اصل کیفیت).

آنچه گذشت جاری بودن اصول گرایش را به طور عام در شعارهای انقلاب نشان می‌دهد. به طور خاص می‌توانیم این اصول را در شعار زیر مشاهده کنیم و این کار را با ذکر مطالبی که می‌توانست گفته شود ولی گفته نشد، انجام می‌دهیم.

نفت و کی برد؟ آمریکا و ... رعایت اصل کمیت: نگفتند آمریکای جنایتکار زالو صفت رعایت اصل کیفیت: نگفتند شاید آمریکا برده باشد.

رعایت اصل ارتباط: نگفتند: مرگ بر آمریکا

رعایت اصل روش: سؤال و جواب کاملاً واضح، در کمال ایجاز و نظم بیان شده است.

در این میان شعارهای بسیاری را هم می‌بینیم که در مواردی از این اصول تخطی کرده‌اند و در واقع برخلاف مقتضای ظاهر سخن گفته‌اند. این سخن برخلاف مقتضای ظاهر ولی عین مقتضای حال با مقصود اصلی گوینده و با وضع و حال مخاطب و شرایطی که گفتگو در آن صورت می‌گیرد کاملاً هماهنگی دارد و دلیل آن هم برقراری ارتباط صحیح و موفق بین گوینده و مخاطب است. خانلری از ملارمه چنین نقل کرده است: "اگر چیزی را به همان نام اصلی خودش بنامیم سه چهارم لذت و زیبایی بیان را از میان برده‌ایم، زیرا کوششی که ذهن برای ایجاد پیوند میان معانی و ارتباط اجزای سازنده کلام دارد، بدین‌گونه از بین می‌رود و آن لذت که حاصل جستجو است به‌صورت ناچیزی درمی‌آید." این مفاهیم ضمنی که به نوعی حاصل عدم رعایت اصول گرایس می‌باشد در شعارهای زیر هویدا است:

تلاش شاه خائن دیگر اثر ندارد به مادرم بگوئید دیگر پسر ندارد

خدا ما هم یزید داریم پهلوی پلید داریم

البته راهبردهای مختلفی هست که ناقض اصول گرایس هستند و نحوه جلوه‌گرشدن آنها در شعارها متفاوت‌اند که در اینجا به ذکر دو نمونه از آنها اکتفا می‌کنیم.

به نظر می‌رسد راهبرد «تکرار» در واقع ناقض اصل کمیت و ایجاز است ولی در حقیقت گوینده از طریق فراهم آوردن زمینه درک و استنباط از طریق تکرار حقایق بدیهی و آشکار، مخاطب را تشویق می‌کند که به دنبال تعبیر و تفسیر مفید و مورد نظر از گفتار به‌ظاهر غیرمفید و تکراری باشد و در ضمن کلام خود را نیز آهنگین نماید:

عزا عزاست امروز، روز عزاست امروز شاه کمر شکسته مغلوب ماست امروز

از آسمان ایران، از آسمان ایران گرتیر فتنه بارد، نهضت ادامه دارد

و راهبرد استعاره که ناقض اصل کیفیت است. بیان استعاری یکی از راهبردهای بسیار مهم در جهت انتقال بسیار مؤثر پیام در عین کوتاهی و ایجاز است. استعاره از گنجاندن معنای فشرده در لفظ پدید می‌آید. در استعاره مسئله دیگرگونه دیدن، دیگرگونه بیان کردن و گنجاندن بار عاطفی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی در واژگان مطرح است. با استفاده از استعاره گوینده/نویسنده می‌تواند بدون اینکه مجبور باشد به‌طور صریح منظور خود را بیان کند، به‌گونه‌ای دیگر و بسیار مجمل منظور

خود را برساند. استعاره به شکل عام آن در شعارهای زیر به زیبایی کلام افزوده است:

به دستور خمینی نهضت ادامه دارد حتی اگر شب و روز بر ما گلوله بارد

ارتش تو خون ملتی تا کی اسیر ذلتی

خمینی خمینی قلب ما باند فرودگاه تو بمیرد بمیرد دشمن خونخوار تو

و یا بیان اصطلاحی (idiomatic language) در شعارهای زیر:

سگ زرد برادر شغاله از هاری حکومتش محاله

وجود شاه ننگ است توبه گرگ مرگ است

۵ نظریه گفتار کنش

بدیهی است گوینده به وسیله مکالمه و گفتگو قصد انجام کارهایی را دارد از جمله به بیان قضایا و انتقال حقایق می پردازد، با دیگران ارتباط برقرار می کند و به بیان افکار و احساسات می پردازد. گاهی گوینده با بیان یک مطلب تغییری در جهان خارج ایجاد می کند و شرایطی را تغییر می دهد، مانند: عمل تبریک گفتن یا قول دادن، مانند: «من به شما تبریک می گویم». این گونه جملات خود به منزله اعمال هستند. جی. ل. آستین (۱۹۶۲) این نوع جملات را اظهارات اجرایی (performative utterance) می نامد. این نوع اظهارات ماهیتاً نمی تواند راست یا دروغ باشد. دارای شرایطی هستند که در صورت وجود این شرایط، کاری به وقوع می پیوندد که به این نوع شرایط، شرایط موفقیت (happiness condition) و یا شرایط اقتضا (felicity condition) می گویند. مثلاً در جمله موفقیت تان را تسلیت می گویم. به عنوان یک کردار زبانی دارای ناهنجاری است و غیر قابل قبول است، چون شرایطی را که تحت آن شرایط گوینده کنش مربوطه را انجام می دهد نقض کرده است.

ویژگی صوری این نوع اظهارات اجرایی شکل نحوی اول شخص مفرد و زمان حال ساده است و انواع سه گانه جمله در زبان یعنی اخباری، امری، سؤالی را در بر می گیرد که به ترتیب شامل خبردادن، دستور دادن و سؤال کردن می شود.

اگر کنش زبانی به طور مستقیم و با استفاده از واضحترین ابزار زبان شناختی بیان شود کنش زبانی مستقیم و در غیر این صورت غیرمستقیم است. تفکر نهایی در این نظریه این است که هر گفتاری می تواند نوعی عمل انجام دهد. مثلاً اگر بگوییم که این «یک گل محمدی است» عمل بیان کردن انجام شده است و قس علی هذا.

با مروری بر داده های خود می توانیم ادعا کنیم که هر شعار یک گفتار کنش است و گویندگان

با بیان آن به انجام عملی پرداختند که جز با زبان انجام آن ممکن نبود، مثلاً:

قسم به رهبر زنان فاطمه
ندارم از کشته شدن واهمه (عمل قسم خوردن)

وای به روزی که مسلح شویم
در صدد خون برادر شویم (عمل تهدیدکردن)

مرگ بر این سلطنت پهلوی
که می‌کند نوکری اجنبی (عمل نفرین کردن)

برادر ارتشی
الهی زنده باشی (عمل دعاکردن)

در واقع گویندگان این شعارها در سایه اتحادی که به آن رسیده بودند به خود اجازه می‌دادند که دستور بدهند، دعا و نفرین کنند، حتی فحش و ناسزا بگویند. شکل کامل این نظریه را می‌توان در پدیده شعار مورد بررسی و توجه قرار داد که در آن هر شعار رابطه یک به یک با یک عمل دارد در واقع می‌توان گفت هر شعار عملی است زبان مینا (language-based action).

در رابطه با متون شعاری علاوه بر اصول مطرح شده می‌توان در مورد:

اصل ادب (براون و لوینسون و اصول ادب لیچ)، اصل بی‌ادبی، نظریه اشارات ضمنی، نظریه استنباط، نیز سخن گفت که در اینجا به جهت اختصار مطالب از ذکر آنها خودداری می‌کنیم.

۶ ارتباطات غیرکلامی

تا اینجا در مورد ارتباطات کلامی و زبانی صحبت کردیم. اما ارتباط گفتاری، مستلزم چیزی بیش از صدا و بیان یک عبارت است. بدن، به عنوان وسیله ارتباط تقریباً به همان اندازه و گاه بیش از آنچه که کلمات از طریق صدا و تلفظ انجام می‌دهد، پیام را منتقل می‌کند. برخی از معانی مشخص و دقیقتر ارتباط گفتاری از طریق سیستمهای غیرکلامی تکمیل می‌شوند. رفتارهای غیرکلامی بخشی از تلاش ارتباطی ما به حساب می‌آیند، لذا شایسته توجه بیشتری هستند. از جمله علائم غیربیانی می‌توان تن صدا، فعالیت بدنی، فضا یا فاصله و زمان را مورد توجه قرار داد (کلتز ۱۳۷۴: ۱۲۱-۱۱۷).

اگر تاریخ انقلاب را ورق بزنیم روزهایی را به خاطر می‌آوریم که جمعیت‌های میلیونی در خیابانها به راه می‌افتادند، شعار می‌دادند و در حین شعاردادن اعمالی مانند حرکات هماهنگ و موزون، مشت‌های گره کرده در هوا، از شعاردهندگان دیده می‌شد. آنها از همراه کردن حرکات بدنی با گفتارشان منظور خاصی داشتند، می‌خواستند بدین وسیله بگویند که فقط حرف نمی‌زنند و شعار نمی‌دهند بلکه عملاً از آنچه می‌گویند دفاع خواهند کرد. در حین راه رفتن شعار می‌دادند و هنگامی که یک شعار به نقطه اوج خود می‌رسید (مثلاً: مرگ بر شاه) در آن لحظه می‌ایستادند و آن شعار را با هم تکرار می‌کردند. آن حرکت و این توقف معنی‌دار بود. در حقیقت برای تأکید و تقویت قسمت مهم شعار بوده است. در جلو صفوف راهپیمایان، پیشقراولان دستهای خود را محکم به هم قفل

می‌کردند که دلیل بر ابراز همدلی، هماهنگی، اتحاد و عدم اجازه به نفوذ بیگانگان در صفوفشان بود، گاهی هم بدین منظور طنابهایی را به‌دور صفوف خود می‌کشیدند. اعضای این جمعیت‌های میلیونی فاصله و فضا را در بین خود به حداقل رساندند و زمان را به‌خدمت گرفتند شعارها دارای ساختی آن‌چنان ساده، کوتاه و مؤثر بودند که در اندک زمانی قابل بیان و تکرار بودند تا قبل از آنکه صفوفشان با سفیر گلوله از هم بشکند در کوتاهترین زمان به بهترین نحو، پیام خود را منتقل کنند.

۷ نتیجه‌گیری

در پایان به بیان بعضی از نتایج زبانی و اجتماعی که از بررسی متون شعاری به‌دست آمده است می‌پردازیم:

۷-۱ در یافته‌های زبانی ارتباط گفتاری به‌خاطر طبیعتی که دارد بسیار گذراست، علاوه بر آن ارتباط گفتاری مدنظر ما به‌علت حساسیت زمانی-مکانی و کثرت جمعیت، زمان عمل بسیار کوتاهی را می‌طلبد و هر تلاشی در این تأثیرگذاری که از طریق بیان انجام می‌گیرد باید تا حد امکان سریع انجام شود این متون فعالیت بی‌نشان نبودند؛ بلکه گویندگان این متون در هر سطحی به هر وسیلهٔ ممکن برای نشان‌دادن آن بهره‌جسته‌اند و البته این کار را بدون هیچ‌گونه اطلاع قبلی و به‌طور غیرآگاهانه انجام دادند. نشان‌داری در سطوح مختلف زبانی یکی از ویژگی‌های مهم متون شعاری است که به آن برانگیزندگی خاصی بخشیده است.

- پشتوانهٔ آهنگین شعارها که از طرق مختلف ایجاد شده است، یکی از عوامل مؤثر در یادگیری، حفظ و یادآوری و تکرار آنها به‌حساب می‌آید.

- ساخت کوتاه این متون به آنها قابلیت تکرارپذیری بخشیده است و این خود از احتمال حذف قسمتی از پیام کاسته است.

- واژگان کلیدی این نوع متون بیشتر از زبان محاوره است؛ بجز مواردی که از روی ساخت و واژه‌های به‌کار رفته می‌توان پیش‌بینی کرد که از طرف گروه‌های خاصی از قبل آماده شده‌اند، در بقیهٔ متون از واژه‌هایی استفاده شده است که قشر متوسط و حتی پایین جامعه آنها را به‌کار می‌برند؛ مخصوصاً استفاده از کلمات ممنوعه و بی‌ادبانه و ساخت امر و نهی و دعا و نفرین، در این متون شاهد این مدعاست.

- گوناگونی زمان فعل در این متون کمتر است و از زمانهای نزدیک به زمان حال جهت ارتباط فوری و سریع با شنونده بهره‌گرفته شده است.

- به منظور حفظ توجه و کمک به انتقال معنا، زبان به‌کار رفته معمولاً ساده است جملات ساده و

کوتاه معمولاً پیام کمتری را منتقل می‌کنند (براساس اصل کم‌کوشی). این امر از تلاش ذهنی هر دو طرف می‌کاهد و بار کمی را بر ذهن شنونده تحمیل می‌کند.

- نیروی تداعی بسیار قوی نمادها در متون شعاری که به صورتهای مختلفی به‌کار گرفته شده‌اند نقش مهمی در کوتاه‌تر شدن متون داشتند و از طرف دیگر در به‌خاطر آوردن کل کلمه و پیام تسهیلات زیادی به‌وجود آورده‌اند. خالقان این پیامها با توانایی ما به‌عنوان به‌کار برندگان زبان بازی کردند تا معانی را به‌جایی که تعلق ندارند، پیوند دهند و در آن واحد چندین معنا را به شنونده منتقل نمایند. استفاده از زبان ساده و صریح، با خودداری از کاربرد جملات پیچیده دستوری، کلمات چند معنا، هم‌آوا و ساختارهای مبهم، امکان وقوع هرگونه سوءتفاهم را در این متون به صفر رسانده است.

تنظیم مطالب براساس دانش شنونده/گوینده و علائق و نیازهای او، ویژگی حادثه‌منا بودن شعارها، انگیزندگی مطالب براساس تجربیات مشترک ملی، مذهبی نهادینه شده در آنها همه به درک کامل جملات به‌ظاهر ناقص دستوری منتهی شده است که نه تنها از تعداد بسیار کمی کلمه، متن ساخته است بلکه به بهترین نحو پیام مورد نظر گوینده را نیز منتقل نموده است (به‌طور مثال: یا مرگ یا آزادی). در واقع با بررسی متون شعاری درمی‌یابیم که این برجستگی نقشی، کلامی و کاربردشناختی است که در صورت آن کلام، با حضور نشانه‌ها، علائم و شاخصهای صوری نمایان شده است. ارتباط تصویرگونگی (iconicity) بین شرایط و حادثه‌ای که شعار در حال گزارش آن است و ساخت صوری آن یادآور دیدگاه نقش‌گرایی در جهان‌بینیهای زبان‌شناختی است. نقش‌گرایان معتقدند که زبان‌شناسان باید در جستجوی همگانیهای کلامی و ارتباطی باشند نه همگانیهای نحوی و صوری. به‌نظر می‌رسد افراطیترین گونه نقش‌گرایی که معتقد است دستور پدیده‌ای است مشروط و نه ثابت و پایدار و نظامی از پیش تعبیه شده و ملکه ذهن شده نیست، بلکه در بافت غیرزبانی و در کلام پیدایش و تجلی می‌یابد (هاپر ۱۹۸۸: ۱۱۸) به وسیله این تحقیق تا حدودی تأیید می‌شود و این نقش ارتباطی و خط‌مشیهای کلامی است که ساخت صوری زبان را تعیین می‌کند.

البته شایان توجه است که این بستگی به دیدگاهی دارد که زبان‌شناس اتخاذ کرده است. اینکه ساختی را اصل بگیرد و بعد تغییرات این ساخت را در شرایط و بافتهای مختلف بررسی کند و جهانیهی آن را استخراج نماید و یا اینکه معتقد باشد هیچ ساختی اصل نیست بلکه گوینده زبان با بهره‌گیری از دانش زبانی خود هر بار که در شرایط خاصی قرار می‌گیرد ساخت و کلام متناسب با آن شرایط را خلق می‌کند.

۲-۷ دریافتهای اجتماعی شعارها در واقع نوعی اعتراض به نظام وقت بودند (البته شعار در بعضی

مواقع در شرایط دیگر در تمجید و تعریف از بعضی افراد هم بیان می‌شود) اما تولیدکنندگان این شعارهای انقلاب در راستای این اعتراض، از سرمایه‌ها و زمینه‌های فرهنگی خود مایه می‌گذارند (زبان و ادبیات غنی فارسی و زبان محاوره‌ای، خاطرات جاودانه شده از بزرگان دین و ...) و به روشنگری جایگاه خود و دیگران می‌پردازند. این فعالیت گروهی به تمام حوزه‌های زندگی اجتماعی کشیده می‌شود. مردم در سایه وحدتی که به آن دست یافته بودند به خود اجازه دادند که دستور بدهند، تهدید کنند، فحش و ناسزا بگویند و حتی از زشت‌ترین کلماتی که در یک زبان یافت می‌شود استفاده کنند تا اقتدار، آزادی، قاطعیت و اوج نفرت و بیزاری خود را به نمایش بگذارند.

کلتز (۱۹۷۶: ۱۹) یکی از نتایج ارتباط متقابل گفتاری را نقش درمانی آن می‌داند که به فرد اجازه می‌دهد خود را از زیر بار فشارها رها کند. از دیدگاه زبان‌شناسی روانی حضور واژه‌های ممنوعه در چنین شرایطی می‌تواند گویای نقش خوددرمانی (remedial) زبان باشد، انسان وقتی به اوج خشم، عصبانیت و تنفر برسد و نتواند کاری انجام دهد، برای تخلیه انرژی درونی خود متوسل به دشنام می‌شود و بدین وسیله عقده خود را خالی می‌کند. گاهی حضور بعضی از کلمات ممنوعه که به ندرت در گفتگوها به کار می‌رود. این سؤال را مطرح می‌کند که آیا واقعاً این کلام توسط مردم ساخته و بیان شده است؟ معذالک توجه به نمونه زنده و جاری آن در میادین ورزشی وقتی جمعیت با صدای بلند مربی، داور و ... را به باد فحش و ناسزا می‌گیرند و از زشت‌ترین کلمات زبان استفاده می‌کنند تا عمق اعتراض خود را به گوش آنها برسانند، جای شک باقی نمی‌گذارد که مردمی که سالها رنج و مرارت را تحمل کرده‌اند، چنین کلماتی را بر زبان رانده باشند.

یکی از ویژگی‌های مهم ساخت زبانی شعارها که در ایجاد وحدت و هماهنگی در بین مردم سهم بسزایی داشته است، ساخت کوتاه و موزون شعارهاست. اگر شعارها طولیتر و ناموزون بودند، مسلماً مردم قادر نبودند به سرعت آن را یاد بگیرند، به خاطر آوردند و همه با هم تکرار کنند، کماینکه در بعضی از نوحه‌خوانیها مشاهده می‌شود که به علت ناموزون بودن یا طولانی بودن یک بیت مردم قادر به یادگیری و تکرار هماهنگ آن نمی‌شوند. بنابراین تولید کلام موزون و موجز توسط مردم از دیگر ابزارهایی است که مردم به وسیله آن همدیگر را یاری می‌دهند تا بتوانند کلامی را همه با هم تکرار کنند. بدیهی است که این نوع ایجاد وحدت فقط در زیر ذره‌بین علم زبان‌شناسی قابل تشخیص است.

از کل پیکره متون شعاری بوی اقتدار و قاطعیت به مشام می‌رسد و هیچ اثری از ضعف و زبونی، تردید و دودلی و دروغ در کلام مردم نمی‌توان یافت. وجود بعضی از واژه‌ها و ساختها در شعارهای انقلاب، مانند استفاده از کلمات ممنوعه، ساخت امر و نهی، دعا و نفرین، نشاندنده مردمی بودن و خودجوش بودن این نوع شعارهاست؛ چون استفاده از این نوع ساخت و واژه‌ها از

ویژگیهای زبان محاوره مردم عادی جامعه است، افراد در سطوح بالای اجتماعی معمولاً از چنین ساختها و کلماتی استفاده نمی‌کنند، آن‌هم در چنین سطح وسیع. ملت به وسیله شعار نظرات خود را بیان کرده است، بایدها و نبایدها و خوب و بد را از هم متمایز کرده است؛ بنابراین بجاست که بگویم شعارها می‌توانند همچون آینه‌ای نشاندهنده افکار و روحیه یک ملت باشند. آینه‌ای که در آن ملت با بیان متونی که می‌توان به حق آن‌را «معجزه گفتار» و «معجزه کلامی انقلاب» نامید آرمانها و عقاید خود را به تصویر کشیده و برای همیشه در تاریخ جاودانه ساخته است.

کتابنامه

- ابوالقاسمی، محسن، ۱۳۷۳. تاریخ زبان فارسی. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و دانشگاهها. دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۳۴-۱۲۵۸. لغتنامه. زیر نظر دکتر محمد معین، جلد ۲۷.
- شفیعی کدکنی، محمدرضا، ۱۳۷۰. موسیقی شعر. انتشارات آگاه.
- طیب، سید محمدتقی، ۱۳۷۳. «برخی جنبه‌های زبانشناختی قافیه در شعر نو»، مجموعه مقالات دومین کنفرانس زبانشناسی. ۲۶۶-۲۵۰، تهران.
- علی‌نژاد، بتول، ۱۳۷۷. بررسی متون شعاری انقلاب اسلامی ایران از دیدگاه تحلیل کلام. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- کلتز، جان، دابلیو، ۱۳۷۶. ارتباط گفتاری میان مردم. ترجمه سیداکبر میرحسینی، قاسم کبیری، مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- کمالی، علی، ۱۳۵۸. انقلاب. مجموعه شعارهای انقلاب. چاپ مسعود.
- نائل خانلری، پرویز، ۱۳۴۵. وزن شعر فارسی. تهران.
- نیومارک، پیتز، ۱۹۹۸. «نقشهای زبان»، فصلنامه علمی، فرهنگی، مترجم. س ۴، ش ۱۵، پاییز ۱۳۷۳.
- هایمن، ام. لاری، ۱۳۶۸. نظام آوایی زبان. نظریه و تحلیل، ترجمه یدالله ثمره، فرهنگ معاصر.

- Austin, J. L., 1962. *How to do things with words*. New York, University Press.
- Brown, G. and Yule, G., 1983. *Discourse analysis*. Cambridge University Press.
- Carter, R. Goddard, A., 1998. *Working with texts*. A core book for language analysis, London and New York, Routledge.
- Grice, H. P., 1975. "Logic and conversation", in (eds). P. Cole and J. Moran, *Syntax and semantics*, 3: *speech acts*. New York, Academic Press.
- Halliday, M. A. K & Hasan, R., 1976. *Cohesion in English*. London, Longman.
- Hopper, P., 1988. "Emergent grammar and a priori grammar postulate" in D. Tannen (ed), *Linguistics in context*. Ablex, Norwood, New Jersey.
- Lewis D., 1969. *Convention*. Cambridge, Mass, Harvard University Press.
- Poper, K. R., 1963. *Conjectures and refutations*. London Routledge and Kegan Paul.