

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی در ارتباطِ رو در روی

دانشجویان کرمانی

مهدیه اسحاقی^۱

دانشجوی دکتری زبان‌شناسی دانشگاه تهران

عباسعلی آهانگر^۲

دانشگاه سیستان و بلوچستان

نادر جهانگیری^۳

دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

مقاله حاضر به بررسی خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی در ارتباط رودرروی دانشجویان کرمانی و ارائه طرحی کلی از این خوانش با در نظر گرفتن دو متغیر جنسیت و موقعیت اجتماعی مخاطب می‌پردازد. داده‌های پژوهش به روش مشاهده، مصاحبه و پرسش‌نامه تصویری جمع‌آوری شده است. بررسی داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهد که متغیر جنسیت در کاربرد رفتار چشمی، حالات چهره، فاصله میان سخنگویان در هنگام ارتباط، نشانه‌های زمانی، نشانه‌های صوتی فرازبانی، نحوه لمس کردن، و حرکات بدنی و متغیر موقعیت اجتماعی مخاطب در کاربرد حالات چهره، فاصله میان سخنگویان در هنگام ارتباط، نشانه‌های زمانی، نحوه لمس کردن و نشانه‌های صوتی فرازبانی تأثیر دارد. علاوه بر این، نتایج به دست آمده از این بررسی بیان‌گر این نکته است که تأثیر متغیر جنسیت بر کاربرد نشانه‌های غیرکلامی بیش از تأثیر متغیر موقعیت اجتماعی مخاطب است.

کلیدواژه‌ها: خوانش معنایی، نشانه‌های غیرکلامی، ارتباط رودررو، جنسیت، موقعیت اجتماعی.

-
1. mahdie_es2000@yahoo.com
 2. ahangar@english.usb.ac.ir
 3. jahangiri@um.ac.ir

۱- مقدمه

نشانه‌های غیرکلامی از جنبه‌های مهم ارتباط رو در رو و از کارآمدترین شیوه‌های بیان احساسات است. حالات و حرکات بدن به‌عنوان بخشی از محتوای معنایی ارتباط رو در رو محسوب می‌شوند. استفاده از حالت چهره، حالات و حرکات بدن، نوع نگاه و تن صدا به سخنگو کمک می‌کند تا افکار و احساسات خود را همراه سخن گفتن بیان کند. محرابیان (۱۹۷۱) هر ارتباط را شامل دو بخش ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی می‌داند و معتقد است در هر ارتباط ۷٪ معنا از طریق کلام و ۹۳٪ معنا از طریق ویژگی‌های غیرکلامی (۵۵٪ زبان بدن^۱، ۳۸٪ ویژگی‌های صوتی فرازبانی^۲) القا می‌شود.

محسنیان راد (۱۳۸۹) به نقل از بوسماجیان^۳ (۱۹۷۱)، یکی از ارتباط‌شناسان غربی، در تعریف توضیحی ارتباطات غیرکلامی می‌نویسد: "واژه ارتباط غیرکلامی به دامنه وسیعی از پدیده‌ها گفته می‌شود که پهنه وسیعی را می‌پوشانند. از بیان چهره‌ای و اشاره تا مد، از وضعیت نمادی تا رقص، تئاتر، موسیقی، و پانتومیم". ما در زندگی روزمره خود مرتب پیام‌های غیرکلامی می‌فرستیم. چشمک می‌زنیم، ادا درمی‌آوریم، دست‌هایمان را حرکت می‌دهیم، با دست‌ها اشاره می‌کنیم و غیره. قبل از تکامل شیوه‌های ارتباط کلامی از سوی انسان، ارتباط بدنی از قسمت‌های اصلی نظام ارتباطی بوده است. اکنون نیز حرکات بدن از وسیله‌های اصلی برای انتقال پیام در ارتباطات انسانی است. زیرا سخن گفتن به تنهایی قادر به انجام آن نیست. فرایند ارتباط بیش از تبادل کلام است و درحقیقت ارتباط می‌تواند بدون هیچ کلامی نیز صورت گیرد. در واقع ما نه تنها با الفاظ و کلمات با دیگران صحبت می‌کنیم، بلکه سررشته‌هایی غیرکلامی را، که درباره چگونگی دریافت پیام‌هایمان هستند، نیز در اختیار دیگران قرار می‌دهیم. چه بسا این زبان غیرکلامی ما، مؤثرتر از زبان کلامی ما باشد. چراکه زبان کلمات از بیان بسیاری از حالت‌های احساس و هیجان و تجربه‌های شخصی افراد ناتوان است، در حالی که تحریک و تجلی هیجان و احساس آدمی با عوامل غیرکلامی میسرتر است (محسنیان راد، ۱۳۸۹: ۲۴۱).

پهلوان‌نژاد (۱۳۸۶) در مقاله خود با عنوان ارتباط غیرکلامی و نشانه‌شناسی حرکات بدن به نقل از کتاب شولمن^۴ (۱۹۸۱) می‌نویسد که وی بحث ارتباط کلامی را در کتاب خود با ذکر

1. body language
2. paralanguage
3. H. Bosmajian
4. G. Schulman

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

حرکات چارلی چاپلین در فیلم‌های صامت، مطرح می‌کند و می‌نویسد که چارلی چاپلین توانست بدون کلام ارتباط برقرار کند. دست‌هایش، چهره‌اش، راه‌رفتن خنده‌دارش و لباس‌هایش همه، پیام‌های او را منتقل می‌کردند (پهلوان‌نژاد، ۱۳۸۶: ۱۳).

۲- روش پژوهش

در این مقاله، نشانه‌های ارتباط غیرکلامی در قالب نه مقوله مورد بررسی قرار می‌گیرند که عبارتند از: ۱) تماس چشمی و نوع نگاه، ۲) حالات چهره، ۳) فاصله میان سخنگویان در هنگام ارتباط، ۴) نحوه لمس کردن طرف مقابل، ۵) حرکات بدنی، ۶) نشانه‌های زمانی در ارتباط، ۷) نشانه‌های بویایی، ۸) ظاهر و طرز لباس پوشیدن و ۹) نشانه‌های صوتی فرازبانی.

به منظور مطالعه این موارد، از پرسش‌نامه تصویری، مصاحبه، مشاهده و ضبط کردن استفاده شده است. آزمودنی‌های این پژوهش شامل ۴۰ دانشجوی کرمانی ورودی نیم‌سال اول سال تحصیلی ۱۳۸۵ دانشگاه شهید باهنر کرمان (۲۰ دانشجوی دختر و ۲۰ دانشجوی پسر، با میانگین سنی ۲۱ سال) بوده‌اند. ارتباط غیرکلامی آنها با اساتید، کارمندان، سایر دانشجویان و نگهبانان دانشگاه از هر دو جنس مرد و زن مورد بررسی قرار گرفته است.

قدرت^۱ و همبستگی^۲ دو عاملی هستند که در ارتباط، به‌ویژه در کاربرد نشانه‌های غیرکلامی ارتباط، نقش دارند. تأثیر عامل قدرت از طریق سلسله‌مراتب موقعیتی مخاطبان مورد بررسی قرار گرفته است و تأثیر عامل همبستگی با انتخاب آزمودنی‌هایی، که میزان آشنایی آنها با مخاطبان تقریباً در یک سطح باشد، کنترل شده است (همه آزمودنی‌ها ورودی مهرماه ۱۳۸۵ و دانشجویان سال اول بوده‌اند و میزان آشنایی آنها با مخاطبان تقریباً در یک سطح بوده است).

علاوه بر این، موضوع مورد بحث در هنگام گفتگو نیز در نوع نشانه‌های غیرکلامی در ارتباط تأثیر دارند. بنابراین، از آزمودنی‌ها خواسته شد تا در هنگام پاسخ‌دادن، موضوعات مورد بحث را موضوعات معمول دانشگاهی مانند درس و امتحان در نظر گیرند. با توجه به اینکه نشانه‌های غیرکلامی از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوتند، آشنایی با آنها برای پیش‌گیری از ایجاد سوءتفاهم در برخوردهای بین فرهنگی بسیار حائز اهمیت است.

1. power
2. solidarity

۳- بررسی و تحلیل جنبه‌های مختلف ارتباط غیر کلامی

در این بخش نشانه‌های غیر کلامی به کاررفته در ارتباط رو در روی دانشجویان کرمانی در قالب نه مقوله به همراه خوانش معنایی این نشانه‌ها بر اساس دو متغیر جنسیت و موقعیت اجتماعی مخاطب ارائه می‌شود.

۳-۱- رفتار چشمی^۱

در بررسی رفتار چشمی به‌عنوان یکی از مقوله‌های ارتباط غیر کلامی، نوع نگاه مورد مطالعه قرار می‌گیرد: نگاه خیره، ثابت یا حرکت چشمی پویا. معمولاً مشاهده‌کنندگان نوع نگاه را مورد تعبیر و تفسیر قرار می‌دهند (بکام^۲ و کینگ^۳، ۲۰۰۲).

برای بررسی رفتار چشمی در میان آزمودنی‌های این پژوهش، ۵ نوع نگاه اساسی بررسی قرار داده شده است، که عبارتند از:

گزینۀ الف): در تمام طول مدت ارتباط، نگاه مستقیم و چشم‌درچشم را به کار می‌برید.

گزینۀ ب): گاهی نگاه منقطع می‌شود و به اطراف نگاه می‌کنید.

گزینۀ پ): تمام مدت به زمین خیره می‌شوید.

گزینۀ ت): در تمام طول مدت ارتباط به اطراف نگاه می‌کنید.

گزینۀ ث): گاهی نگاه منقطع می‌شود و به زمین خیره می‌شوید.

نتایج به‌دست‌آمده از این بررسی در جدول‌های (۱) و (۲) ارائه شده‌اند.

بررسی رفتار چشمی در این پژوهش نشان می‌دهد که آزمودنی‌های زن در هنگام ارتباط با افراد همجنس خود دو نوع نگاه را تقریباً به میزان مساوی به کار می‌برند، نگاه مستقیم و چشم‌درچشم در تمام مدت ارتباط و نگاهی، که گاه منقطع شده و متوجه اطراف می‌شود. این آزمودنی‌ها در هنگام ارتباط با جنس مخالف بیشتر نگاهی، که گاه منقطع می‌شود و متوجه اطراف می‌شود را به کار می‌برند. در واقع، می‌توان گفت نوع نگاه معمول، در میان آزمودنی‌های زن، نگاهی است که گاه منقطع و متوجه اطراف می‌شود، البته این آزمودنی‌ها نگاه مستقیم و چشم‌درچشم را نیز به میزان زیاد در رابطه با همجنس به کار می‌برند.

1. occlusies
2. K. Beckham
3. J. King

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

جدول ۱. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

گزینه (ث)	گزینه (ت)	گزینه (پ)	گزینه (ب)	گزینه (الف)		
٪۰	٪۰	٪۰	٪۵۵	٪۴۵	زن	استاد
٪۰	٪۰	٪۰	٪۹۵	٪۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۶۰	٪۴۰	زن	کارمند
٪۰	٪۰	٪۰	٪۹۰	٪۱۰	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۶۰	٪۴۰	زن	دانشجو
٪۰	٪۱۵	٪۵	٪۷۵	٪۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۵۰	٪۵۰	زن	نگهبان
٪۰	٪۰	٪۰	٪۸۵	٪۱۵	مرد	

جدول ۲. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

گزینه (ث)	گزینه (ت)	گزینه (پ)	گزینه (ب)	گزینه (الف)		
٪۱۵	٪۰	٪۰	٪۶۵	٪۲۰	زن	استاد
٪۰	٪۵	٪۰	٪۲۵	٪۷۰	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۷۵	٪۲۵	زن	کارمند
٪۰	٪۱۰	٪۰	٪۱۵	٪۷۵	مرد	
٪۱۵	٪۰	٪۰	٪۸۰	٪۵	زن	دانشجو
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۵	٪۷۵	مرد	
٪۱۰	٪۰	٪۰	٪۶۰	٪۳۰	زن	نگهبان
٪۰	٪۱۰	٪۰	٪۱۰	٪۸۰	مرد	

نوع نگاه معمول در میان آزمودنی‌های مرد، در رابطه با همجنس، نگاه مستقیم و چشم‌درچشم در تمام مدت ارتباط است و در رابطه با جنس مخالف نوعی از نگاه، که گاه منقطع شده و متوجه اطراف می‌شود.

برخلاف بسیاری از مطالعات که نشان داده است "زنان بیش از مردان از نگاه مستقیم استفاده می‌کنند و طول مدت نگاه کردن در آنها بیشتر است" (دیوید لوییس، ۱۳۸۴: ۱۴۶). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در میان آزمودنی‌ها، مردان بیش از زنان از نگاه مستقیم استفاده می‌کنند و طول مدت نگاه کردن در آنها طولانی‌تر است. بر اساس یافته‌های جدول‌های (۱) و (۲) به نظر می‌رسد که موقعیت اجتماعی مخاطبان در نوع نگاه آزمودنی‌ها تأثیری نداشته است.

۲-۳- حالات چهره^۱

در صورت هر فرد هشتاد ماهیچه وجود دارند که بیش از هفتاد حالت چهره را ایجاد می‌کنند. شش نوع حالت چهره اصلی در تمامی فرهنگ‌ها مشاهده می‌شود که عبارتند از:

- شادی: چشمان گرد، لبخند، گونه‌های بالارفته.
- تنفر: بینی چین خورده، پلک‌ها و ابروهای پایین افتاده، بالارفتگی لب‌ها.
- ترس: چشمان گرد، دهان باز.
- عصبانیت: ابروهای پایین افتاده و خیره شدن با خشم.
- تعجب زدگی: ابروهای بالارفته، چشمان باز گسترده، دهان باز.
- ناراحتی: پایین افتادگی دوطرف چشم‌ها و دهان. (میده^۲، ۲۰۰۳).

اساس بررسی حالات چهره در این پژوهش گزینه‌های زیر بوده‌اند:

- گزینه (الف): چهره درهم کشیده (نگرانی و خشم).
- گزینه (ب): چهره گشاده (لبخند، تبسم، نشاط).
- گزینه (پ): چهره بی‌قرار، جویدن لب‌ها و حرکات سریع لب‌ها.
- گزینه (ت): چهره تعجب‌زده و نگران.
- گزینه (ث): هیچ‌کدام (در واقع نبودن هیچ احساسی در چهره را نشان می‌دهد. به عبارتی، بی‌تفاوتی).

نتایج حاصل از بررسی حاضر در جدول‌های (۳) و (۴) نشان داده شده است.

1. facial expressions
2. L. Meade

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیر کلامی ...

جدول ۳. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

	گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	
استاد	زن	%۰	%۶۵	%۰	%۰	%۳۵
	مرد	%۰	%۵۵	%۰	%۰	%۴۵
کارمند	زن	%۰	%۳۵	%۰	%۰	%۶۵
	مرد	%۰	%۳۰	%۰	%۰	%۷۰
دانشجو	زن	%۰	%۸۵	%۰	%۰	%۱۵
	مرد	%۰	%۵۰	%۰	%۰	%۵۰
نگهبان	زن	%۰	%۲۰	%۰	%۰	%۸۰
	مرد	%۰	%۲۰	%۰	%۰	%۸۰

جدول ۴. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

	گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	
استاد	زن	%۵	%۶۵	%۰	%۰	%۳۰
	مرد	%۵	%۷۰	%۰	%۰	%۲۵
کارمند	زن	%۰	%۴۰	%۰	%۰	%۶۰
	مرد	%۰	%۴۰	%۰	%۰	%۶۰
دانشجو	زن	%۵	%۵۰	%۰	%۰	%۴۵
	مرد	%۵	%۷۵	%۰	%۰	%۲۰
نگهبان	زن	%۰	%۳۰	%۰	%۰	%۷۰
	مرد	%۰	%۳۵	%۰	%۰	%۶۵

دو حالتِ چهره‌گشاده (لبخند، تبسم، نشاط) و بی‌تفاوت (حالتی که در آن هیچ احساسی مشخص نیست و در واقع ماهیچه‌های صورت در حالت استراحت قرار دارند)، دو حالتِ غالبِ مورد استفاده‌ی آزمودنی‌های زن و مرد است. هردو جنس زن و مرد حالتِ چهره‌گشاده را بیشتر هنگام ارتباط با همجنس خود به کار می‌برند و در هنگام ارتباط با جنس مخالف بیشتر حالتِ چهره بی‌تفاوت را به کار می‌برند.

تأثیر عامل موقعیت اجتماعی مخاطبان در بررسی حالات چهره به این ترتیب است که به صورت سلسله‌مراتبی، هر چه در هنگام ارتباط، موقعیت اجتماعی مخاطب پایین‌تر باشد، میزان کاربرد چهره گشاده کاهش می‌یابد و بر میزان کاربرد چهره بی‌تفاوت افزوده می‌شود.

۳-۳- فاصله میان سخنگویان در ارتباط^۱

این مقوله به بررسی نقش فاصله در موقعیت ارتباطی می‌پردازد. فرهنگ در این مقوله نقش قابل توجهی را به عهده دارد. معمولاً فاصله بر اساس پیوستاری از فاصله صمیمی^۲، فاصله شخصی^۳، فاصله اجتماعی^۴ و فاصله عمومی^۵، نشان داده می‌شود. فاصله را می‌توان به‌عنوان عامل محرک ارتباط یا قطع ارتباط در نظر گرفت.

براون^۶ (۲۰۰۱) در مقاله‌ای به معرفی ادوارد هال^۷ و فعالیت‌های وی در زمینه تئوری فاصله میان سخنگویان پرداخته و چهار منطقه پیش‌نهادی ادوارد هال را، که هریک از آغاز در ارتباط معنادار است، در فضای شخصی اطراف هر فرد معرفی کرده است (براون، ۲۰۰۱).

مناطق پیشنهادی ادوارد هال (۱۹۹۶) عبارتند از:

• فاصله صمیمی: برای روابط صمیمانه (کمتر از ۰/۵ متر).

• فاصله شخصی: برای روابط میان‌فردی (۰/۵ تا ۱ متر).

• فاصله اجتماعی: روابط موجود در محل کار (۱ تا ۱/۵ متر).

• فاصله عمومی: در برخوردهای رسمی (بیشتر از ۲ متر).

این فواصل در فرهنگ‌های مختلف از استانداردهای خاصی برخوردارند و آگاهی از این استانداردها در هنگام برخورد با صاحبان این فرهنگ‌ها بسیار حائز اهمیت است، پژوهش‌های فراوانی در زمینه سوءتعبیرهای به‌وجودآمده در هنگام برخورد، به دلیل عدم آگاهی از این فواصل، انجام گرفته است (لوییس، ۱۳۸۴: ۱۴۳).

1. proxemics
2. intimate zone
3. personal zone
4. social zone
5. public zone
6. N. Brown
7. E. Hall

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیر کلامی ...

بررسی مقوله فاصله میان سخنگویان در این پژوهش بر اساس مناطق پیش‌نهادی هال و به ترتیب زیر صورت گرفته است:

گزینه (الف): کمتر از نیم متر (فاصله صمیمی).
 گزینه (ب): ۰/۵ تا ۱ متر (فاصله شخصی).
 گزینه (پ): ۱ تا ۱/۵ متر (فاصله اجتماعی).
 گزینه (ت): ۲ متر یا بیشتر (فاصله عمومی).

نتایج به‌دست‌آمده از این بررسی با توجه به دو عامل جنسیت و موقعیت اجتماعی مخاطب در جدول‌های (۵) و (۶) نشان داده شده است.

جدول ۵. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

	گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	
استاد	زن	۲۵٪	۶۵٪	۱۰٪	۰٪
	مرد	۱۵٪	۵۰٪	۳۵٪	۰٪
کارمند	زن	۰٪	۷۵٪	۲۵٪	۰٪
	مرد	۰٪	۴۵٪	۴۵٪	۱۰٪
دانشجو	زن	۶۵٪	۳۵٪	۰٪	۰٪
	مرد	۰٪	۶۰٪	۳۵٪	۵٪
نگهبان	زن	۵٪	۵۵٪	۴۰٪	۰٪
	مرد	۵٪	۱۵٪	۷۵٪	۵٪

آزمودنی‌های زن در هنگام ارتباط با هردو جنس مرد و زن بیشتر فاصله ۰/۵ تا ۱ متری را ترجیح می‌دهند، تفاوتی که مشاهده می‌شود مربوط به فاصله کمتر از ۰/۵ متر است که کاربرد بسیار زیادی در میان آزمودنی‌های زن در ارتباط با همجنس دارد. آزمودنی‌های مرد نیز در رابطه با هردو جنس بیشتر فاصله ۰/۵ تا ۱ متری را ترجیح می‌دهند.

به طور کلی، آزمودنی‌های زن ترجیح می‌دهند در هنگام ارتباط در فاصله نزدیک‌تری نسبت به مخاطب قرار گیرند. می‌توان گفت فاصله استاندارد در میان آزمودنی‌های این پژوهش فاصله ۰/۵ تا ۱ متر است.

بررسی تأثیر عامل موقعیت اجتماعی مخاطبان در فاصله قرارگرفتن سخنگویان، در هنگام ارتباط نشان می‌دهد که هرچه موقعیت اجتماعی مخاطب نسبت به آزمودنی‌ها بالاتر باشد، آزمودنی‌ها فاصله کمتری را در هنگام ارتباط با آنها ترجیح می‌دهند.

جدول ۶. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

گزینه (ت)	گزینه (پ)	گزینه (ب)	گزینه (الف)		
٪۰	٪۳۵	٪۶۵	٪۰	زن	استاد
٪۰	٪۱۰	٪۸۵	٪۵	مرد	
٪۱۰	٪۳۰	٪۵۵	٪۵	زن	کارمند
٪۵	٪۱۵	٪۷۵	٪۵	مرد	
٪۱۰	٪۲۵	٪۶۰	٪۵	زن	دانشجو
٪۰	٪۰	٪۷۰	٪۳۰	مرد	
٪۱۵	٪۳۵	٪۴۵	٪۵	زن	نگهبان
٪۱۵	٪۰	٪۸۰	٪۵	مرد	

۳-۴- نشانه‌های زمانی^۱

نشانه‌های زمانی به استفاده از زمان به‌عنوان یک عنصر ارتباطی می‌پردازد. ترتیب زمانی متضمن مشخصاتی چون وقت‌شناسی همراه با الگوهای برتری و ادب اجتماعی در موقعیت‌های ارتباطی است (منوهر^۲، ۲۰۱۱).

بررسی نشانه‌های زمانی در این پژوهش بر اساس چهار گزینه صورت گرفته است که عبارتند از:

گزینه (الف): دقیقاً سرِ موعد مقرر.

گزینه (ب): کمی زودتر از موعد مقرر.

گزینه (پ): کمی دیرتر از موعد مقرر.

گزینه (ت): در صورت پیش‌آمدن کاری مهم‌تر اصلاً سرِ قرار حاضر نمی‌شوید.

1. chronemics
2. U. Manohar

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

نتایج به‌دست‌آمده از بررسی نشانه‌های زمانی در میان آزمودنی‌ها در جدول‌های (۷) و (۸) نشان داده شده است.

جدول ۷. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

	گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	
استاد	زن	٪۶۰	٪۲۰	٪۲۰	٪۰
	مرد	٪۳۵	٪۲۵	٪۴۰	٪۱۰
کارمند	زن	٪۳۰	٪۱۰	٪۵۰	٪۱۰
	مرد	٪۱۵	٪۱۵	٪۶۰	٪۱۰
دانشجو	زن	٪۳۰	٪۰	٪۶۰	٪۱۰
	مرد	٪۲۰	٪۰	٪۶۰	٪۲۰
نگهبان	زن	٪۲۵	٪۰	٪۵۰	٪۲۵
	مرد	٪۱۰	٪۰	٪۶۰	٪۳۰

جدول ۸. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

	گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	
استاد	زن	٪۲۰	٪۸۰	٪۰	٪۰
	مرد	٪۲۰	٪۸۰	٪۰	٪۰
کارمند	زن	٪۴۵	٪۳۰	٪۳۵	٪۰
	مرد	٪۳۵	٪۲۵	٪۴۰	٪۰
دانشجو	زن	٪۳۰	٪۰	٪۶۰	٪۱۰
	مرد	٪۲۰	٪۳۰	٪۴۰	٪۰
نگهبان	زن	٪۱۵	٪۲۰	٪۳۰	٪۳۵
	مرد	٪۱۵	٪۲۰	٪۳۰	٪۳۵

آزمودنی‌های زن در هنگام ارتباط با هردو جنس معمولاً کمی دیرتر از موعد مقرر یا دقیقاً سرِ موعد مقرر در محلِ مورد نظر برای ملاقات حاضر می‌شوند. این آزمودنی‌ها هنگام ارتباط با جنس مخالف اغلب کمی دیرتر از موعد در محلِ مورد نظر برای ملاقات حاضر می‌شوند. آزمودنی‌های مرد در هنگام ارتباط با همجنس خود یا کمی زودتر یا دقیقاً سرِ موعد مقرر و در ارتباط با جنس مخالف معمولاً کمی زودتر از موعد مقرر در محلِ مورد نظر حضور می‌یابند. تأثیر عامل موقعیت اجتماعی مخاطبان در کاربرد نشانه‌های زمانی به این ترتیب است که هرچه موقعیت اجتماعی مخاطب بالاتر باشد، کنترلِ وی بر زمان بیشتر است، به این ترتیب که در ارتباط با اساتید، که بالاترین موقعیت اجتماعی را در میان مخاطبان این پژوهش دارند، آزمودنی‌ها یا دقیقاً سرِ موعد مقرر یا کمی زودتر از موعد مقرر در محلِ مورد نظر برای ملاقات حاضر می‌شوند، در ارتباط با کارمندان، که دومین موقعیت اجتماعی را دارند گاهی ممکن است کمی دیرتر نیز در محل حاضر شوند و به همین ترتیب در رابطه با دانشجویان، که همسطح آزمودنی‌ها هستند، گزینه‌های کمی دیرتر، یا در صورت داشتن کارِ مهم‌تر اصلاً سرِ قرار حاضر نشدن، کاربرد بیشتری می‌یابد و کاربرد این دو گزینه در هنگام ارتباط با نگهبانان، که از پایین‌ترین موقعیت اجتماعی برخوردارند، افزایش می‌یابد.

۳-۵- نحوه لمس کردن^۱

این مقوله به بررسی لمس کردن به‌عنوان یک عنصر ارتباطی می‌پردازد. نوع لمس کردن، تعداد دفعات و شدت لمس کردن از موارد مورد بررسی در این مقوله است. همانند بسیاری دیگر از عناصر ارتباط غیرکلامی، لمس کردن تا حد زیادی وابسته به فرهنگ است. فرهنگ‌های مدیترانه‌ای، خاورمیانه‌ای و آمریکای لاتین در هنگام گفتگو بیشتر از لمس کردن استفاده می‌کنند، شمال آمریکا و اروپای شمالی، گه‌گاهی از لمس کردن استفاده می‌کنند و فرهنگ‌های آسیای شمالی در هنگام گفتگوی اجتماعی هیچ‌گونه تماس لمسی برقرار نمی‌کنند. نحوه لمس کردن طرف مقابل بستگی به رابطه فرد با او دارد، هرچقدر آشنایی بیشتر باشد به همان نسبت لمس کردن محکم‌تر و بیشتر می‌شود. انواعی از لمس کردن، که به‌عنوان ارتباط در نظر

1. haptics

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

گرفته می‌شوند، عبارتند از: دست‌دادن، بوسیدن (گونه، لب‌ها، دست)، ضربه آرام به پشت زدن، بازوبه‌بازوشدن، دست یکدیگر را گرفتن، دست‌گذاشتن بر شانه دیگران (هسلین^۱، ۱۹۷۴).

هسلین رفتارهای لمسی را بر اساس درجه صمیمیت‌های زیر طبقه‌بندی می‌کند:

۱. عملی / حرفه‌ای^۲.
۲. اجتماعی / مؤدبانه^۳.
۳. دوستانه / گرم^۴.
۴. عاشقانه / صمیمی^۵.
۵. تحریکات جنسی^۶ (همان).

در مناطقی که استانداردهای تماسی مختلف به کار می‌روند، عدم آگاهی از استانداردهای هر فرهنگ ممکن است باعث سوءتفاهم در مورد درک مقصود از تماس گردد. از آنجاکه آزمودنی‌های این پژوهش فرهنگ ایرانی-اسلامی دارند، تماس بین دو جنس مخالف در میان آنها مجاز نیست. بنابراین، در این پژوهش مقوله نحوه لمس کردن در هریک از دو جنس زن و مرد تنها با همجنس خودشان مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای بررسی نحوه لمس کردن در میان آزمودنی‌های این پژوهش، دست‌دادن در شروع و پایان ارتباط، که از معمول‌ترین نمادهای نحوه لمس کردن است، مورد بررسی قرار گرفته است. میزان دست‌دادن در پایان ارتباط بسیار کمتر از دست‌دادن در شروع ارتباط است. در میان آزمودنی‌های زن تنها در ارتباط با همسطح کاربرد دارد و در میان آزمودنی‌های جنس مذکر میزان کاربرد آن، با توجه به موقعیت اجتماعی مخاطبان به این ترتیب است که به طور سلسله‌مراتبی، هرچه سطح اجتماعی مخاطب پایین‌تر باشد، میزان استفاده از دست‌دادن در شروع و اتمام ارتباط بیشتر می‌شود، البته باید توجه داشت که این آزمودنی‌ها در هنگام ارتباط با مخاطبان دانشجوی، که از لحاظ اجتماعی با آنها در یک سطح قرار دارند، ۱۰٪ از دست‌دادن در شروع و اتمام ارتباط استفاده می‌کنند.

علاوه بر دست‌دادن در شروع و پایان ارتباط، انواع دیگری از لمس کردن نیز در میان آزمودنی‌های مرد و زن در طول ارتباط وجود دارد و از آن جمله می‌توان به گرفتن دست

1. R. Heslin
2. functional/ professional
3. social/ polite
4. friendship/ warmth
5. love/ intimacy
6. sexual arousal

یکدیگر، بوسیدن، درآغوش گرفتن یکدیگر، گذاشتن سر روی شانه طرف مقابل، انداختن دست دور گردن طرف مقابل در میان آزمودنی‌های زن و گذاشتن دست روی شانه طرف مقابل، ضربه آرام به پشت زدن، زدن ضربه‌های محکم و پشت سر هم به بازوی طرف مقابل (در هنگام شوخی و خنده) در میان آزمودنی‌های مرد اشاره کرد. هردو گروه آزمودنی‌های جنس مؤنث و مذکر، این رفتارها را تنها در هنگام ارتباط با همسطح خود به کار می‌برند.

۳-۶- نشانه‌های بویایی^۱

این مقوله یکی از جنبه‌های ارتباط غیرکلامی است که با بویایی سروکار دارد، اگرچه چندان از دیدگاه ارتباطی مورد بررسی قرار نگرفته است. نشانه‌های بویایی به استفاده از عطرها و ادویه‌جات مربوط می‌شود. می‌توانیم آن را به فاصله میان افراد در هنگام ارتباط نسبت دهیم. هرچه فاصله نزدیک‌تر باشد، بویایی بیشتر در ارتباط نقش دارد. برای مثال، عرب‌ها در هنگام ارتباط بسیار نزدیک به هم می‌ایستند و از فرهنگی تماس‌بالا برخوردارند، بنابراین، عامل بویایی حتماً در ارتباط آنها نقش خواهد داشت. (کروگر، ۲۰۰۸: ۶).

در مورد بررسی نشانه‌های بویایی در این پژوهش، داده‌های به‌دست‌آمده در مصاحبه نشان می‌دهد که هردو گروه آزمودنی‌های زن و مرد نشانه‌های بویایی را به یک نوع به‌کار می‌برند، یعنی هردو گروه بوی خوش و معطر بودن را از عوامل ایجاد و حفظ ارتباط می‌دانند و در برخورد با افرادی، که به نشانه‌های بویایی و بوی تعرق بدن بی‌توجهند، سعی می‌کنند گفتگو را کوتاه کنند و از ادامه ارتباط با آنها بپرهیزند. نتایج مصاحبه این بخش نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها، موقعیت اجتماعی مخاطب را در این مقوله مؤثر نمی‌دانند و معتقدند این متغیر تغییری در کاربرد این نشانه‌ها ایجاد نمی‌کند.

۳-۷- وضعیت ظاهر و شیوه لباس پوشیدن^۲

مقوله وضعیت ظاهر و شیوه لباس پوشیدن به بررسی نقش ظاهر فیزیکی در ارتباط می‌پردازد. تمامی موارد زیر غیرکلامی‌هایی هستند که در این مقوله قرار می‌گیرند:

- طرز لباس پوشیدن.

1. olfactics
2. J. Kruger
3. appearance

• رنگ‌های مورد استفاده.

• رنگِ چهره (میده، ۲۰۰۳).

آزمودنی‌های زن به طور معمول از مانتو، شلوار، مقنعه و یا چادر در محیط دانشگاه استفاده می‌کنند و پوشش آزمودنی‌های مرد در محیط دانشگاه، بلوز و شلوار یا کت‌وشلوار است. بررسی رنگ‌های مورد استفادهٔ آزمودنی‌ها نشان می‌دهد که آزمودنی‌های زن اغلب رنگ‌های تیره، از جمله مشکی، سورمه‌ای، خاکستری، قهوه‌ای و گاهی رنگ‌های روشن مانند آبی و کرم را به کار می‌برند. درمقابل، آزمودنی‌های مرد تنوع رنگی بیشتری، و بیشتر رنگ‌های روشن، را مورد استفاده قرار می‌دهند.

موقعیت اجتماعی مخاطبان هیچ‌گونه تأثیری در ظاهر آزمودنی‌ها ندارد، زیرا آزمودنی با یک لباس وارد محیط دانشگاه می‌شود و ممکن است با هریک از مخاطبان برخورد داشته باشد، مگر در مواردی که قرار قبلی برای ملاقات با یکی از مخاطبان داشته باشد. در چنین موقعیتی ممکن است انتخاب رنگ و لباس تحت تأثیر قرار گیرد. یافته‌های به‌دست‌آمده در این بخش، بر اساس مشاهدات انجام‌گرفته و امکان ارائهٔ آنها به صورت جدول وجود نداشته است.

۳-۸- نشانه‌های صوتی فرازبانی^۱

نشانه‌های صوتی، که در کنار زبان گفتار وجود دارند، بر اساس تعاریف میده (۲۰۰۳) عبارتند از:
• سرعت گفتار^۲: وقتی که گوینده با سرعت بیشتری سخن می‌گوید، احتمالاً به نظر می‌رسد بر موضوع تسلط بیشتری دارد.

• زیرومی^۳: بالابردن و پایین آوردن صدا؛ هرچه سخنگو از زیرومی بیشتری در سخن گفتن استفاده کند، باکفایت‌تر به نظر می‌رسد.

• بلندی صدا^۴: میزان بلندی صدا در هنگام سخن گفتن. (افرادی که با صدای بلند سخن می‌گویند، متکبر و پرخاشگر به نظر می‌رسند، افرادی که با صدای آهسته و دزدیده سخن می‌گویند، خجالتی یا مؤدب به نظر می‌رسند).

• پُرکننده‌های صوتی^۵: کلماتی که برای پُرکردن فضای میان گفته‌ها به کار می‌روند.

1. paralanguage
2. speed/rate
3. pitch
4. volume
5. vocal filler

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که معمولاً سرعت گفتار آزمودنی‌های زن، در ارتباط‌های دانشجویان با افراد مورد بررسی در محیط دانشگاه، بیش از سرعت گفتار آزمودنی‌های مرد است. بررسی کاربرد زیرویمی در میان آزمودنی‌های این پژوهش نشان می‌دهد که آزمودنی‌های زن بیش از آزمودنی‌های مرد از زیرویمی در سخن گفتن استفاده می‌کنند و میزان کاربرد آن در هنگام ارتباط آنها با همجنس بیشتر است. هردو گروه آزمودنی‌های زن و مرد در رابطه با جنس مخالف بلندتر و در ارتباط با همجنس با صدای آهسته‌تر سخن می‌گویند. و پُرکننده‌های صوتی (او.م. و ا...) مورد استفاده هردو گروه است.

تحلیل کاربرد ویژگی‌های صوتی فرازبانی، بر اساس موقعیت اجتماعی مخاطبان، به این ترتیب است که هردو گروه آزمودنی‌ها در رابطه با افرادی که موقعیت اجتماعی بالاتری نسبت به آنها دارند با سرعت کمتری سخن می‌گویند و کاربرد زیرویمی در سخن گفتن این آزمودنی‌ها، در هنگام ارتباط آنها با افرادی که موقعیت اجتماعی بالاتری نسبت به آنها دارند، بیشتر است و هردو گروه آزمودنی‌ها، در ارتباط با افرادی که موقعیت اجتماعی بالاتری نسبت به آنها دارند، با صدای آهسته‌تری سخن می‌گویند. پُرکننده‌های صوتی با تغییر موقعیت اجتماعی مخاطبان تغییر نمی‌کنند.

۳-۹- حرکات بدنی^۱

اکمان^۲ و فریسن^۳ (۱۹۶۷) حرکات بدن را زیر پنج عنوان مقوله‌بندی می‌کنند: روشنگرها، نمادها، نظم دهنده‌ها، انطباق دهنده‌ها، احساس‌نماها.

۳-۹-۱- روشنگرها^۴

روشنگرها به کلمات ادا شده تأکید می‌کنند و به آنها وضوح می‌بخشند و می‌توانند برای نشان دادن نوع روابط بین افراد، به کار روند (لوییس، ۱۳۸۴: ۳۴).

1. kinesics
2. P. Ekman
3. V. Friesen
4. illustrator

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

بر اساس تعریف لوییس برای روشنگرها می‌توان طرز نشستن، ایستادن و راه رفتن را از روشنگرها دانست، زیرا علاوه بر اینکه نمایانگر ویژگی‌های شخصیتی فرد هستند، نوع رابطه (دوستانه، رسمی و...) او را با مخاطب نیز روشن می‌کنند.

گزینه‌های مورد بررسی برای شیوه نشستن عبارتند از:

گزینه (الف): نوعی از نشستن که در آن پاها از ناحیه زانوها روی هم قرار می‌گیرند.

گزینه (ب): نوعی از نشستن که در آن مچ یک پا روی زانوی پای دیگر قرار می‌گیرد.

گزینه (پ): نوعی از نشستن که در آن پاها از ناحیه مچ روی هم قرار می‌گیرند.

گزینه (ت): نوعی از نشستن که در آن پاها به صورت جفت‌شده در کنار هم قرار دارند.

گزینه (ث): نوعی از نشستن که در آن پاهای جفت‌شده در کنار هم، کمی به زیر صندلی یا هر چیزی که شخص روی آن نشسته متمایل می‌شوند.

گزینه (ج): نوعی از نشستن که در آن پاها از هم باز شده‌اند.

نتایج به‌دست‌آمده از بررسی شیوه نشستن آزمودنی‌ها در جدول‌های (۹) و (۱۰) نشان داده شده است.

جدول ۹. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	گزینه (ج)		
۵۰٪	۵٪	۰٪	۳۰٪	۱۵٪	۰٪	زن	استاد
۳۰٪	۵۰٪	۰٪	۵۰٪	۱۵٪	۰٪	مرد	
۳۰٪	۵٪	۰٪	۵۵٪	۱۵٪	۰٪	زن	کارمند
۲۵٪	۵٪	۰٪	۵۵٪	۱۵٪	۰٪	مرد	
۶۰٪	۱۰٪	۲۵٪	۰٪	۵٪	۰٪	زن	دانشجو
۵۵٪	۵٪	۵٪	۳۰٪	۵٪	۰٪	مرد	
۵۵٪	۵٪	۵٪	۲۵٪	۱۰٪	۰٪	زن	نگهبان
۵۰٪	۱۵٪	۱۵٪	۱۰٪	۱۰٪	۰٪	مرد	

جدول ۱۰. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

گزینه (ج)	گزینه (ث)	گزینه (ت)	گزینه (پ)	گزینه (ب)	گزینه (الف)		
٪۰	٪۱۵	٪۰	٪۰	٪۶۵	٪۲۰	زن	استاد
٪۰	٪۰	٪۸۰	٪۰	٪۱۰	٪۱۰	مرد	
٪۰	٪۲۰	٪۵۰	٪۰	٪۵	٪۲۵	زن	کارمند
٪۰	٪۱۰	٪۲۰	٪۰	٪۵	٪۶۵	مرد	
٪۰	٪۵	٪۰	٪۲۵	٪۱۰	٪۶۵	زن	دانشجو
٪۰	٪۱۰	٪۱۰	٪۵	٪۲۰	٪۵۵	مرد	
٪۰	٪۱۰	٪۱۵	٪۱۵	٪۵	٪۵۵	زن	نگهبان
٪۰	٪۱۰	٪۱۰	٪۱۵	٪۱۵	٪۵۰	مرد	

نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که گزینه (الف)، یعنی قرارگرفتن پاها روی هم از ناحیه زانو بیشترین کاربرد را در میان آزمودنی‌های زن و مرد دارد، که معنای اعتمادبه‌نفس و آرامش را به همراه دارد، با این تفاوت که آزمودنی‌های زن این حالت را بیشتر در رابطه با همجنس به‌کار می‌برند. پس از آن به ترتیب گزینه (ت)، که معنای خویشنداری، (ب)، که همان معنای شیوه نشستن ارائه‌شده در گزینه (الف) را به همراه دارد، با این تفاوت که (الف) مؤدبانه‌تر تلقی می‌شود، و (پ)، که معنای درگیری درونی و خویشنداری را به همراه دارد، بیشترین کاربرد را دارند.

میزان کاربرد گزینه‌های (الف)، (ت)، (ث) بیشترین کاربرد را، در ارتباط آزمودنی‌ها با مخاطبانی که از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردارند، دارد. هرچه موقعیت اجتماعی مخاطب پایین‌تر باشد، کاربرد این گزینه‌ها کاهش می‌یابد و بر کاربرد گزینه‌های دیگر افزوده می‌شود. نکته قابل توجه این است که بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، این تصور به وجود می‌آید که کاربرد شیوه‌های نشستن، ایستادن و راه‌رفتن هریک از آزمودنی‌ها بیشتر بر اساس معیارهای ادب اجتماعی است.

گزینه‌های مورد بررسی برای شیوه راه‌رفتن عبارتند از:

گزینه (الف): نوعی از راه‌رفتن که دست هریک از طرفین دور کمر طرف دیگر قرار گرفته است.

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

- گزینه (ب): نوعی از راه رفتن که در آن طرفین دست یکدیگر را می‌گیرند.
 گزینه (پ): نوعی از راه رفتن که در آن یک فرد دست دور گردن طرف دیگر می‌اندازد.
 گزینه (ت): نوعی از راه رفتن که یک دست فرد به بند کیفش است.
 گزینه (ث): نوعی از راه رفتن که در آن فرد دست‌ها را جلوی سینه قرار می‌دهد: (دست‌به‌سینه).
 گزینه (ج): نوعی از راه رفتن که در آن فرد دست‌ها را در جیب‌ها قرار می‌دهد.
 گزینه (ح): نوعی از راه رفتن که دست‌ها در طرفین آویزانند.

نتایج به‌دست آمده از بررسی شیوه راه رفتن آزمودنی‌ها در جدول‌های (۱۱) و (۱۲) نشان داده شده است.

جدول ۱۱. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	گزینه (ج)	گزینه (چ)	گزینه (ح)		
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۵	٪۳۰	٪۲۰	٪۰	٪۲۵	زن	استاد
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۵	٪۳۰	٪۲۰	٪۰	٪۳۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۰	٪۱۰	٪۲۰	٪۰	٪۵۰	زن	کارمند
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۵	٪۱۰	٪۱۵	٪۰	٪۶۰	مرد	
٪۰	٪۳۵	٪۵	٪۱۰	٪۵	٪۲۰	٪۱۰	٪۱۵	زن	دانشجو
٪۰	٪۰	٪۵	٪۲۰	٪۱۵	٪۱۰	٪۰	٪۵۰	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۰	٪۵	٪۲۰	٪۵	٪۶۰	زن	نگهبان
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۰	٪۵	٪۱۵	٪۵	٪۶۵	مرد	

نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که حالت غالب راه رفتن، در میان آزمودنی‌های زن، حالت ارائه شده در گزینه (ح) است، که معنای اعتماد به نفس و آرامش به هنگام ارتباط را در خود دارد و حالت غالب ایستادن، در میان آزمودنی‌های مرد، حالت ارائه شده در گزینه (ج) است، که در کنار اعتماد به نفس، بیانگر نوعی اعتراض به شرایط موجود است و از لحاظ موقعیت اجتماعی، در این قسمت، و در ارتباط آزمودنی‌ها با مخاطبانی که از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردارند،

مجله زبان و زبان‌شناسی

بیشترین کاربرد متعلق به گزینه‌های (ت)، (ث)، (ج) و (ح) است، زیرا مؤدبانه‌تر تلقی می‌شوند. به تدریج که موقعیت اجتماعی پایین‌تر می‌آید، کاربرد این گزینه‌ها کاهش می‌یابد و بر میزان کاربرد سایر گزینه‌ها افزوده می‌شود.

جدول ۱۲. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	گزینه (ج)	گزینه (چ)	گزینه (ح)		
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۵	٪۱۵	٪۵۰	٪۰	٪۲۰	زن	استاد
٪۰	٪۰	٪۰	٪۴۵	٪۱۵	٪۲۵	٪۰	٪۱۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۵	٪۵	٪۴۵	٪۰	٪۲۵	زن	کارمند
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۰	٪۵	٪۵۰	٪۰	٪۲۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۵۰	٪۱۰	٪۲۵	٪۰	٪۱۵	زن	دانشجو
٪۰	٪۵	٪۱۰	٪۱۵	٪۱۰	٪۴۵	٪۰	٪۱۵	مرد	
٪۰	٪۰	٪۰	٪۲۰	٪۰	٪۴۵	٪۰	٪۳۵	زن	نگهبان
٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۵	٪۵	٪۴۰	٪۰۵	٪۴۰	مرد	

حالت‌های ایستادن مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از:

گزینه (الف): ایستادن در حالتی که یک دست در جیب قرار دارد.

گزینه (ب): ایستادن در حالتی که دست‌ها در طرفین آویزانند.

گزینه (پ): ایستادن در حالتی که هر دو دست در جیب‌ها قرار دارند.

گزینه (ت): ایستادن در حالتی که فرد مچ یک دست را با دست دیگر گرفته است.

گزینه (ث): ایستادن در حالتی که فرد یک دست را به کمر زده و یک پا از ناحیه زانو خم شده

و در جلوی پای دیگر قرار می‌گیرد.

گزینه (ج): ایستادن در حالتی که دست‌ها را به سینه زده است: (دست‌به‌سینه).

جدول‌های (۱۳) و (۱۴) نتایج این بررسی را نشان می‌دهند.

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیر کلامی ...

جدول ۱۳. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های زن.

گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	گزینه (ج)		
٪۱۰	٪۳۵	٪۰	٪۳۵	٪۰	٪۲۰	زن	استاد
٪۵	٪۳۵	٪۰	٪۳۵	٪۰	٪۲۵	مرد	
٪۱۰	٪۳۵	٪۵	٪۲۰	٪۰	٪۳۰	زن	کارمند
٪۵	٪۴۰	٪۵	٪۲۰	٪۰	٪۳۰	مرد	
٪۲۵	٪۲۵	٪۱۵	٪۵	٪۱۰	٪۰	زن	دانشجو
٪۵	٪۵۵	٪۵	٪۰	٪۵	٪۳۰	مرد	
٪۵	٪۵۰	٪۱۵	٪۵	٪۵	٪۲۰	زن	نگهبان
٪۵	٪۴۵	٪۱۵	٪۱۰	٪۵	٪۲۰	مرد	

جدول ۱۴. میزان کاربرد گزینه‌های مختلف در رابطه با هریک از مخاطبان در میان آزمودنی‌های مرد.

گزینه (الف)	گزینه (ب)	گزینه (پ)	گزینه (ت)	گزینه (ث)	گزینه (ج)		استاد
٪۰	٪۳۰	٪۰	٪۴۵	٪۰	٪۲۵	زن	کارمند
٪۰	٪۳۰	٪۰	٪۳۵	٪۰	٪۳۵	مرد	
٪۵	٪۶۰	٪۰	٪۱۵	٪۰	٪۲۰	زن	دانشجو
٪۱۰	٪۶۵	٪۰	٪۱۰	٪۰	٪۱۵	مرد	
٪۱۵	٪۲۵	٪۵	٪۵	٪۰	٪۵۰	زن	نگهبان
٪۱۰	٪۲۵	٪۵	٪۰	٪۲۰	٪۴۰	مرد	
٪۱۵	٪۴۰	٪۳۵	٪۵	٪۰	٪۵	زن	نگهبان
٪۱۵	٪۴۰	٪۳۵	٪۵	٪۰	٪۵	مرد	

حالت غالب ایستادن در میان آزمودنی‌های زن و مرد، حالت ارائه شده در گزینه (ب) است، که معنای آرامش و اعتماد به نفس در هنگام ارتباط را با خود دارد، و از لحاظ موقعیت اجتماعی، گزینه (ت) به معنای خویشتن‌داری و (ج) به معنای نوعی حالت دفاعی، دو گزینه‌ای هستند که

بیش از سایر گزینه‌ها درارتباط آزمودنی‌ها با مخاطبان دارای موقعیت اجتماعی بالا کاربرد دارند. هرچه موقعیت اجتماعی کاهش می‌یابد، میزان کاربرد این گزینه‌ها نیز کاهش می‌یابد و بر کاربرد گزینه‌های (پ) و (ث) افزوده می‌شود، در واقع این شیوه‌های ایستادن مؤدبانه‌تر تلقی می‌شوند، بر اساس نتایج به‌دست‌آمده تصور می‌شود که اصلی‌ترین معیار آزمودنی‌ها برای انتخاب هریک از حالات نشستن، ایستادن و راه‌رفتن، مؤدبانه یا غیرمؤدبانه‌بودن آنهاست. از دیگر روشنگرهای موجود در این پژوهش می‌توان به گذاشتن دست یا انگشت سبابه روی سینه، در مواردی که شخص مطمئن نیست که آیا طرف صحبت فرد دیگری هست یا نه، و نیز گذاشتن دست پشت گوش در مواردی که صدای طرف مقابل را نمی‌شنود، اشاره کرد.

۳-۹-۲- نمادها^۱

حرکاتی از بدن، که با یک کلمه یا عبارت قابل ترجمه‌اند. فرهنگ‌های مختلف نمادهای خاص خود را دارند (هارتمن^۲، ۲۰۰۴).

از جمله نمادهای مورد استفاده در میان آزمودنی‌های این پژوهش می‌توان به حرکت سر از بالا به پایین، به معنای "بلی"، و حرکت سر از پایین به بالا، به معنای "خیر"، گذاشتن انگشت سبابه روی بینی، به معنای "درخواست سکوت"، بالا انداختن شانه‌ها، به معنای "ندانستن پاسخ چیزی"، اشاره کرد. همان‌طور که از تعریف نمادها برمی‌آید: حرکاتی که با یک کلمه یا عبارت قابل ترجمه‌اند در فرهنگ نمادهای خاص خود را دارند. بنابراین، نمی‌توان این زیرگروه از مقوله حرکات بدنی را از لحاظ جنسیت و موقعیت اجتماعی تحلیل و بررسی کرد. بررسی نمادها از طریق مصاحبه و مشاهده بوده است.

۳-۹-۳- نظم دهنده‌ها^۳

نشانه‌هایی که برای نوبت‌گرفتن به کار می‌روند، در شروع یا پایان صحبت کردن نقش مهمی به عهده دارند. همچنین از نظم‌دهنده‌ها برای افزایش یا کاهش سرعت طرف مقابل می‌توان استفاده کرد و به او فهماند که باید به صحبت خود ادامه دهد یا نوبت را به دیگری واگذار کند (لوییس، ۱۳۸۴: ۳۷).

1. emblem
2. A. N. Hartman
3. regulator

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیر کلامی ...

از نظم‌دهنده‌های مورد استفاده در میان آزمودنی‌های این پژوهش می‌توان به دست‌دادن در شروع و اتمام ارتباط اشاره کرد، که کاربرد آن در میان آزمودنی‌های مرد بیشتر از آزمودنی‌های زن است و آزمودنی‌های زن آن را تنها در ارتباط با سایر دانش‌جویان، که از لحاظ موقعیت اجتماعی با آنها همسطح هستند به کار می‌برند، آزمودنی‌های مرد، این نظم‌دهنده را بیشتر در رابطه با همسطح و سطح پایین‌تر استفاده می‌کنند. در واقع، هرچه سطح اجتماعی پایین‌تر باشد، میزان کاربرد این گزینه بیشتر است (کمتر بودن کاربرد این رفتار در ارتباط آزمودنی‌ها با نگهبانان، نقض این نتیجه‌گیری نیست بلکه به دلیل کم‌بودن برخوردهای میان آزمودنی‌ها و نگهبانان است).

از سایر رفتارهای غیر کلامی مورد استفاده آزمودنی‌های این پژوهش، به‌عنوان نظم‌دهنده، می‌توان به گشاد کردن چشم‌ها و گرفتن لب پایین با انگشتان دست، برای مواردی که مجذوب سخنان طرف مقابل می‌شوند، باد کردن دهان و خارج کردن هوا از آن، در مواردی که سخنان طرف مقابل برای آنها ملال آور است اشاره کرد.

۳-۹-۴- انطباق دهنده‌ها^۱

انطباق‌دهنده‌ها شامل حرکات، اشارات و سایر اعمالی می‌شوند که برای نظارت بر احساسات یا کنترل واکنش‌های شخص در مقابل دیگران به کار می‌روند. از این حرکات معمولاً در موقعیت‌هایی استفاده می‌شود که در آن تنش ایجاد شده باشد (همان: ۴۲).

از انطباق‌دهنده‌های مورد استفاده در این پژوهش می‌توان به ریز کردن چشم‌ها و بالاوپایین بردن انگشت سبابه روی شقیقه، در میان آزمودنی‌های زن، و کشیدن دست پشت سر یا گرفتن چانه با دست، در میان آزمودنی‌های مرد، در مواردی که برسر دوراهی یک انتخاب قرار می‌گیرند (مثلاً برای انتخاب یک گزینه از میان دو گزینه) اشاره کرد.

۳-۹-۵- احساس‌نما^۲

حرکاتی که عواطف و احساسات شخص را نشان می‌دهند (هارتمن ۲۰۰۴). از احساس‌نماهای مورد استفاده در این پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: زدن سیلی به صورت، گازگرفتن

1. adaptor
2. affect display

لب و گشادکردن چشم‌ها، در میان آزمودنی‌های زن، و زدن دست بردهان و گازگرفتن انگشت سبابه دست، در میان آزمودنی‌های مرد، در مواردی که با اتفافی غیرمنتظره مواجه می‌شوند (مثلاً بی‌خبر از اینکه امتحان دارند، وارد کلاس می‌شوند و همکلاسی‌ها را می‌بینند که در حال آماده‌شدن برای امتحان هستند).

۴- نتیجه‌گیری

در این پژوهش ارائه خوانش معنایی از رفتارهای غیرکلامی ارتباط رو در روی دانشجویان کرمانی، بر اساس دو متغیر جنسیت و موقعیت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. قدرت و همبستگی و موضوع از عواملی هستند که در ارتباط، به‌ویژه در کاربرد نشانه‌های غیرکلامی ارتباط نقش دارند. تأثیر این عوامل، همان‌گونه که در مقدمه توضیح داده شد، ثابت در نظر گرفته شده است.

نتایج به‌دست آمده، خوانشی معنادار از رفتارهای غیرکلامی در ارتباط رو در روی دانشجویان کرمانی ارائه می‌دهد. بررسی میزان تفاوت این رفتارها در میان دانشجویان کرمانی، بر اساس دو متغیر جنسیت و موقعیت اجتماعی مخاطبان، بیانگر این است که هر دو عامل، تغییرات قابل توجهی را در ویژگی‌های نشانه‌شناختی غیرکلامی مورد استفاده آزمودنی‌ها در ارتباط ایجاد می‌کنند، اما تأثیر عامل جنسیت در کاربرد ویژگی‌های نشانه‌شناختی ارتباط غیرکلامی دانشجویان نسبت به متغیر موقعیت اجتماعی مخاطبان، بیشتر است، توجیه نتیجه به‌دست آمده را می‌توان به جنبه غیرارادی بودن نشانه‌های غیرکلامی مورد استفاده در ارتباط نسبت داد. زبان بدن و یا حرکات بدن ما به دو بخش ارادی و غیرارادی تقسیم می‌شوند، آن دسته از حرکات بدن که ارادی انجام می‌شوند شامل حرکات و ژست‌هایی است که افراد به صورت ارادی یا نیمه‌ارادی به‌خود می‌گیرند. قراردادن نوک انگشت اشاره بر نوک بینی، که به معنای دعوت به سکوت است و یا حرکاتی که افراد ناشنوا برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند، نوعی زبان بدن ارادی محسوب می‌شوند. این افراد با حرکات بدن خود با یکدیگر گفتگو می‌کنند. حرکات بدن غیرارادی، شامل آن دسته از حرکاتی است که انسان‌ها ناخودآگاه در ارتباط با یکدیگر به‌کار می‌برند. حالت‌های مختلف چهره در این گروه قرار می‌گیرند. توانایی درک این گروه از حرکات، فرصتی در اختیار ما قرار می‌دهد تا افکار و احساسات طرف مقابل را در ارتباطی رو در رو درک کنیم. از سایر حرکات غیرارادی بدن می‌توان به انداختن پاها روی هم در ناحیه زانو، قراردادن

خوانش معنایی پاره‌ای از نشانه‌های غیرکلامی ...

قوزک پا روی زانو و... نام برد، غیرکلامی‌های مورد بررسی در این پژوهش همگی در دسته غیرکلامی‌های غیرارادی هستند.

افراد به رفتار غیرکلامی خود کمتر از سخن گفتن نظارت مستقیم دارند و به همین دلیل این فرضیه از سوی بعضی از پژوهشگران مطرح شده است که رفتار غیرکلامی ما دلالت بر احساسات حقیقی ما دارد.

چون در بسیاری از موارد، این نشانه‌ها برای تشخیص حقیقت‌گویی افراد به کار می‌روند و از آنجا که عامل جنسیت جزئی از ویژگی‌های ذاتی آزمودنی‌هاست، تأثیر آن در رفتار افراد و کاربرد نشانه‌های غیرکلامی ارتباط، ناآگاهانه است. بنابراین، تأثیر بیشتری را بر کاربرد این ویژگی‌ها نسبت به متغیر موقعیت اجتماعی مخاطب دارد که آزمودنی واحد زیادی از آن آگاه است و نشانه‌های مورد استفاده را هماهنگ با آن به کار می‌برد.

منابع

- پهلوان‌نژاد، رضا (۱۳۸۶). "ارتباطات غیرکلامی و نشانه‌شناسی حرکات بدن". *مجله زبان‌شناسی*. س ۳، ش ۲، پیاپی ۶، ۳۰-۱۳.
- لویس، دیوید (۱۳۸۴). *زبان بدن راز موفقیت*. ترجمه جالینوس کرمی. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۹). *ارتباطات انسانی، میان‌فردی، گروهی و جمعی*. تهران: سروش.

- Beckham, K. and J. King (2002). *Communication on Coalition*.
- Brown, N. (2001). *Edward T. Hall: Proxemic Theory*. Retrieved September 12, 2006, from Center of Spatially Integrated Social Science. www.csiss.org/classics/content/13
- Ekman, P. and V. Freisen (1967). *Head and Body in the judgment of emotion*. Retrieved April 13, 2006, from Interacting bodies. [www.paulekman.com/pdfs/facial expression and emotion.pdf](http://www.paulekman.com/pdfs/facial_expression_and_emotion.pdf)
- Hall, E. (1996). *The silent language*. Retrieved Jan 2, 2006, from Greenwich, Ct: Fawcett. www.businessballs.com
- Hartman, A. N. (2004). *Nonverbal Communication*. Retrieved August 2, 2006. <http://ocw.mit.edu/NR/rdonlyres/Sloan-School-of-Management>

- Heslin, R. (1974 May). *Steps toward a taxonomy of touching*. Retrieved March 2, 2006, from Paper presented to the annual meeting of the Midwestern Psychological Association, Chicago, IL.
- Kruger, J. (2008). *Nonverbal Communication*. GRINVERIAG. 6.
- Manohar, U. (2011). *Nonverbal Communication*. Retrieved August 2, 2013. [www. Buzzle.com.articles](http://www.Buzzle.com/articles).
- Meade, I. (2003). *Nonverbal Communication*. Retrieved August 2, 2006, fr. Lynn_Meade.tripod.com/id56.htm
- Mehrabian, A. (1981). *Silent Message: Implicit Communication of emotion and attitudes*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 43-45.