

## راهبردهای ارتباطی زنانه و مردانه بر مبنای الگوی لیکاف: شواهدی از مصاحبه‌های تلویزیونی ایران

حسن بشیرنژاد<sup>۱\*</sup>، نرجس سعیدنیا<sup>۲</sup>

۱. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه فرهنگیان، تهران

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۲

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۰۱

### Male vs. Female Communication Strategies based on Lakof Model: Evidence from Iranian Television Interviews

Hassan Bashirnezhad<sup>1\*</sup>, Narjes Saeednia<sup>2</sup>

1. Assistant Professor of Linguistics, Farhangian University, Tehran

2. Master of Linguistics, Islamic Azad University, Sari Branch

Received: 2020/09/22

Accepted: 2021/02/17

#### Abstract

Communication strategies refer to the strategies that people use to communicate more effectively and efficiently. In this study, we have examined the communication strategies used in Iranian television interviews between a TV presenter as the host of a program and an expert as the guest on the program. Guests and hosts were selected from both sex groups to determine the effect of gender on the use of these strategies. A total of six strategies (three aggressive strategies and three supportive strategies) were determined and 26 television interviews from Iranian television networks were recorded and transcribed. Then, the extent of usage of these strategies were examined and analyzed. The findings showed that guest women used more hedges, back channels, intensifiers and delays than guest men. Host men used more intensifiers and silences than host women. Moreover, guest women used more hedges and intensifiers than host men, while guest men used the silence strategy more often than host women. Considering these findings, it can be argued that there is a significant difference between communication strategies used by men and women, but gender is not the only determining variable and the position of individuals has played a role in the use of communication strategies by men and women.

**Keywords:** Communication strategies, Supportive strategies, Aggressive strategies, Gender, Social status, Iranian TV interviews, Sociolinguistics.

#### چکیده

راهبردهای ارتباطی به راهبردهایی اطلاق می‌شود که افراد برای برقراری ارتباط کارآمدتر به کار می‌گیرند. در این پژوهش به بررسی راهبردهای ارتباطی مورد استفاده در مصاحبه‌های تلویزیونی ایران بین گوینده تلویزیونی به عنوان مجری یا میزبان برنامه و یک فرد مدعو به عنوان کارشناس یا مهمان برنامه پرداخته شده است. مهمانان و میزبانان از هر دو گروه جنسی انتخاب شدند تا تأثیر جنسیت در استفاده از این راهبردها مشخص گردد. در مجموع شش راهبرد (سه راهبرد تهاجمی و سه راهبرد حمایتی) تعیین و ۲۶ مصاحبه تلویزیونی از شبکه‌های تلویزیونی ایران ضبط و پیاده‌سازی شد و میزان کاربرد این راهبردها در آنها مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که زنان مهمان بیش از مردان مهمان از تعدیل‌گرها، تصدیق‌گرها، تشدیدکننده‌ها و تأخیر استفاده می‌کردند. مردان میزبان نسبت به زنان میزبان از تشدیدکننده‌ها و سکوت بیشتری استفاده می‌کردند. همچنین، زنان مهمان نسبت به مردان میزبان از تعدیل‌گرها و تشدیدکننده‌های بیشتری استفاده می‌کردند در حالیکه مردان مهمان بیش از زنان میزبان از استراتژی سکوت استفاده می‌کردند. با ملاحظه این یافته‌ها می‌توان مدعی شد که بین استراتژی‌های ارتباطی مورد استفاده زنان و مردان تفاوت معناداری وجود دارد، اما جنسیت به عنوان تنها متغیر تعیین‌کننده نیست و جایگاه و نقش افراد نیز در استفاده از راهبردهای ارتباطی توسط مردان و زنان مؤثر است.

**کلیدواژه‌ها:** راهبردهای ارتباطی، راهبردهای حمایتی، راهبردهای تهاجمی، جنسیت، موقعیت اجتماعی، مصاحبه‌های تلویزیونی ایران، زبان‌شناسی اجتماعی.

\*Corresponding Author: Hassan Bashirnezhad

Email: h.bashirnezhad@cfu.ac.ir

\* نویسنده مسئول: حسن بشیرنژاد

## مقدمه

و ...)، تصدیق‌گرها<sup>۱۳</sup> (عبارات تأییدی مانند آها، خب، باشه و ... و تشدیدکننده‌ها<sup>۱۴</sup> (مانند خیلی زیاد، واقعاً، فوق‌العاده، قطعاً، حتماً و ...).

پارامترهای مختلفی از جمله سن، سطح تحصیلات، فرهنگ، موقعیت اجتماعی و جنسیت بر ارتباطات تأثیر می‌گذارند. فرهنگ، به عنوان مجموعه ویژگی‌های رفتاری مشخص که در ارتباط کلامی و غیرکلامی بازتاب می‌یابد، جنبه‌های مختلفی از جمله زبان، دین، لباس، آداب و رسوم، سنت‌ها، ارزش‌ها، علایق و عادات را در بر می‌گیرد. تفاوت در ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی اغلب منجر به تأکید بیشتر بر مهارت‌های ارتباطی گفتاری یا نوشتاری می‌شود (مودی<sup>۱۵</sup> و دیگران، ۲۰۰۲). ارتباطات بین فرهنگی نیز نقش مهمی در تعامل اجتماعی و بین‌فردی ایفا می‌کند. ارتباطات بین فرهنگی به ارتباطاتی اطلاق می‌شود که بین افرادی صورت می‌گیرد که پیشینه فرهنگی متفاوتی دارند یا از مناطق جغرافیایی مختلف هستند (کین<sup>۱۶</sup> و دیگران، ۲۰۱۹: ۵۶). مطالعات بین فرهنگی متعددی درباره تفاوت‌های فرهنگی بین مردم کشورها و رفتارهای کلامی آنها انجام شده و نتایج مشخصی از آنها حاصل شده است: به عنوان مثال، به روشنی مشخص شده است که هنجارهای ارتباط کلامی و همچنین برداشت‌های مربوط به این هنجارها در بین فرهنگ‌های مختلف کاملاً متفاوت است (اون<sup>۱۷</sup> و دیگران، ۲۰۰۱). علاوه بر این، تحقیقات نشان داده است که ژاپنی‌ها افرادی درون‌گرا هستند و در ارتباطات اهل بحث و جدل نیستند، به سازگاری و هماهنگی گروهی احترام می‌گذارند و از کشمکش اجتناب می‌کنند (بکر<sup>۱۸</sup>، ۱۹۸۶).

با وجود تأثیر تفاوت‌های فرهنگی در استفاده از راهبردهای ارتباطی، جنسیت نیز ممکن است در استفاده از این راهبردها در فرهنگ‌های مختلف نقش ایفا کند. مطالعه جنسیت، به عنوان عاملی که بر زبان افراد تأثیر می‌گذارد، پس از انتشار کتاب لیکاف (۱۹۷۵) با عنوان *زبان و جایگاه زنان*<sup>۱۹</sup> تبدیل به موضوعی جدی شد. عقاید لیکاف درباره زبان زنانه منجر به شکل‌گیری دو دیدگاه شد: نظریه تسلط<sup>۲۰</sup> و نظریه تفاوت<sup>۲۱</sup>.

ارتباط به عنوان یک فعالیت اجتماعی نقش مهمی در زندگی روزمره ما دارد. ارتباط مهم است چرا که یکی از اولین و مؤثرترین ابزارها برای کنترل، درک و تأثیرگذاری بر محیط توسط انسان است (میلر، ۱۳۸۹: ۹). در حقیقت، ارتباط خاص‌ترین ویژگی رایج در بین انسان‌ها و فرآیندی است که طی آن فرد مفهومی را به فرد دیگر منتقل می‌کند. افراد برای افزایش موفقیت در روابط اجتماعی از استراتژی‌های ارتباطی<sup>۱</sup> کلامی و غیرکلامی<sup>۲</sup> استفاده می‌کنند تا تسلط و راهبری موقعیت را در دست گیرند (ریچموند، ۱۳۸۷: ۷).

استراتژی‌های ارتباطی، به عنوان ویژگی‌های زبانی که افراد برای بیان خود و درک دیگران از آنها استفاده می‌کنند، به دو گروه حمایتی<sup>۳</sup> و تهاجمی<sup>۴</sup> تقسیم می‌شوند. استراتژی‌های تهاجمی به استراتژی‌هایی اشاره دارد که گویندگان برای تثبیت تسلط خود و کنترل موقعیت ارتباطی به کار می‌برند (فیشرمن<sup>۵</sup>، ۱۹۷۲: ۲۳۳). راهبردهای تهاجمی عبارتند از قطع گفتار<sup>۶</sup> (وقتی شنونده زنجیره گفتار گوینده را قطع می‌کند در حالی که هنوز حرف گوینده تمام نشده است)، تأخیر<sup>۷</sup> (مانند درنگ در پاسخ‌گویی به یک پرسش)، همپوشانی<sup>۸</sup> (وقتی شنونده برای تأیید یا رد سخن گوینده هم‌زمان با گوینده شروع به صحبت می‌کند) و سکوت<sup>۹</sup> (زمانی که شنونده به هر دلیلی پاسخ گوینده را نمی‌دهد). در مقابل، استراتژی‌های حمایتی استراتژی‌هایی هستند که گویندگان برای بیان موافقت خود با مخاطب، ابراز تمایل برای ادامه گفتگو و همچنین برای نشان دادن عدم اطمینان خود در مورد گفتمان از آنها استفاده می‌کنند. لیکاف<sup>۱۰</sup> (۱۹۷۵) استراتژی‌های حمایتی را از ویژگی‌های زبانی زنانه می‌داند که برای تکرار سخن گوینده و تأیید وی استفاده می‌کنند. راهبردهای حمایتی عبارتند از: عبارات احترام‌آمیز<sup>۱۱</sup> (مانند آقا، خانم، لطفاً، خواهش می‌کنم و ...)، تعدیل‌گرها<sup>۱۲</sup> (مانند من فکر می‌کنم، من حدس می‌زنم، شاید، احتمالاً و ...)، سوالات ضمیمه‌ای (مانند این طور نیست؟، درست است؟

1. communication strategies

2. verbal and non-verbal

3. supportive

4. aggressive

5. Fishman

6. interruption

7. delay

8. overlapping

9. silence

10. Lakoff

11. honorifics

12. hedges

13. back channels

14. intensifiers

15. Moody

16. Qin

17. Aune

18. Becker

19. language and women place

20. dominance theory

21. difference theory

استراتژی‌های استفاده شده توسط زن و مرد مشاهده نشد و استفاده از راهبردهای حمایتی یا تهاجمی به نوع رابطه بین آن دو فرد (گوینده و شنونده) بستگی داشت و حتی در بافت رسمی، استقلال زنان از مردان بیشتر بود (تاناک<sup>۶</sup>، ۲۰۰۹)؛ یعنی ممکن است زنان از استراتژی‌هایی استفاده کنند که نشان از برتری آنها نسبت به مردان در جایگاه اجتماعی یکسان دارد. بسیاری از مطالعات سبک‌های ارتباطی وابسته به جنسیت را تحت تأثیر کلیشه‌ها می‌دانند، هم در زمینه‌های زبانی و هم غیرزبانی (از جمله، رک، لوفلر-استاسکا<sup>۷</sup> و دیگران، ۲۰۱۶؛ تیواری<sup>۸</sup> و دیگران، ۲۰۱۸؛ الیاس<sup>۹</sup> و قربانووا<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۸؛ ایگلی<sup>۱۱</sup> و وود<sup>۱۲</sup>، ۱۹۸۲).

پژوهش‌هایی درباره استراتژی‌های ارتباطی و رابطه آنها با متغیر جنسیت در ایران نیز انجام شده است. مدرسی در توجیه تفاوت‌های زبانی زن و مرد بیشتر به تفاوت‌های اجتماعی این دو گروه قائل است. او می‌گوید چون هر یک از دو جنس در برخی از حوزه‌های فعالیتی فعال‌تر از جنس دیگر است، اصطلاحات مربوط به آن حوزه مردانه یا زنانه تلقی می‌شوند. مدرسی به الگوهای زبانی ویژه دو جنس نیز اشاره می‌کند و معتقد است در صورتی که زنان و مردان هر جامعه‌ای از این الگوها پیروی نکنند، پایگاه اجتماعی ویژه خود را از دست خواهند داد یا لاقلاً مورد تمسخر قرار خواهند گرفت. وی به میزان تفاوت‌های جنسیتی زبان‌های مختلف نیز اشاره می‌کند (مدرسی، ۱۳۸۶: ۱۶۲). او به نقل از لیکاف پایگاه اجتماعی زنان را بی‌ثبات‌تر و متزلزل‌تر از مردان دانسته و انعکاس این پایگاه‌های اجتماعی را در زبان جستجو می‌کند (همان: ۱۶۸-۱۶۹).

به گفته محمدی اصل (۱۳۸۹: ۲۲۵) زبان جنسیتی نیز تابعی از موقعیت زبانی و جایگاه اجتماعی افراد حاضر در یک گفتگو است. وی می‌گوید زبان جنسیتی رایج در محیط‌های کار از چند الگوی عمده برخوردار است. در مذاکرات رؤسا و زبردستان در جلسات سازمانی، این عمدتاً زبردستانند که با هر جنسیتی، سکوت پیشه می‌کنند و شنونده باقی می‌مانند. بنابراین، هر قدر سلسله‌مراتب سازمانی وجه افقی‌تر به خود بگیرد و تخصص شرکت‌کنندگان در این جلسات عمده‌تر

لیکاف (همان)، به عنوان یکی از طرفداران نظریه تسلط، نشان می‌دهد که تفاوت در نحوه صحبت کردن زن و مرد نشان‌دهنده زبردست بودن زنان در جامعه است. او زبان زنان را زبانی بدون قدرت می‌داند که از طریق استفاده از عبارات تعدیل‌گر، الفاظ رکیک کمتر و سؤالات ضمیمه‌ای و عبارات احترام‌آمیز بیشتر برای حفظ جایگاه اجتماعی پایین خود تلاش می‌کنند. این بدان معنا است که اگر یک زن مانند یک «خانم» صحبت نکند، مورد انتقاد قرار می‌گیرد و وقتی هم مانند یک «خانم» صحبت می‌کند، قادر به دستیابی به قدرت نخواهد بود. لیکاف (۱۹۷۵) برخی از راهبردهای ارتباطی را به عنوان ویژگی‌های زبانی زنانه و مورداستفاده زنان در گفتار معرفی می‌کند. این ویژگی‌ها عبارتند از استفاده از عبارات تعدیل‌گر، اجتناب از کاربرد الفاظ رکیک، رعایت ادب، صحبت درباره مسائل سطحی‌تر و بی‌اهمیت‌تر، سؤالات ضمیمه‌ای، تشدیدکننده‌ها، تأکید عاطفی، صفت‌های تهی، استفاده از دستور زبان و تلفظ صحیح، عدم کاربرد زبان طنز، نقل قول‌های مستقیم، واژگان گسترده، تمایز دقیق‌تر در نام‌گذاری رنگ‌ها و بیان جملات خبری با آهنگ استفهامی برای ساخت جمله پرسشی. از سوی دیگر، طرفداران نظریه تفاوت نشان می‌دهند که زن و مرد در گفتار خود متفاوت هستند زیرا از فرهنگ‌های مختلف هستند؛ یعنی زن و مرد تحت کلیشه‌های جنسیتی مختلف رشد می‌کنند و این موضوع منجر به یادگیری زبان‌های متفاوت می‌شود (تانن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۴). براساس این دیدگاه، مردان به دنبال استقلال و تمرکز بر روابط سلسله‌مراتبی در ارتباطات هستند و زنان از قدرت اجتماعی برابر با مردان برخوردار نیستند و، بنابراین، قدرت اجتماعی بالاتر مردان باعث شده است که آنها بر تعامل‌های زبانی تسلط یابند (وست<sup>۲</sup> و زیمرمن<sup>۳</sup>، ۱۹۸۷).

برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که زنان از استراتژی‌های حمایتی بیشتری نسبت به مردان استفاده می‌کنند (از جمله، رک، کوتس<sup>۴</sup>، ۱۹۹۵؛ لیکاف، ۱۹۷۵؛ ووداک<sup>۵</sup>، ۱۹۹۷). در حالی که برخی دیگر یافته‌های متفاوتی را گزارش کرده‌اند. به عنوان مثال، در یک پژوهش درباره استراتژی‌های ارتباطی مورداستفاده در مصاحبه‌های تلویزیونی (به عنوان یک موقعیت رسمی) در ژاپن، تفاوت معنی‌داری بین

6. Tanak  
7. Löffler-Stastka  
8. Tiwari  
9. Elias  
10. Gurbanova  
11. Eagly  
12. Wood

1. Tannen  
2. West  
3. Zimmerman  
4. Coats  
5. Woodak

اگرچه مطالعات زیادی درباره تأثیر جنسیت بر گفتمان انجام شده است و با توجه به نقش مهم و برجسته مطالعات متقابل فرهنگی در این زمینه، ظاهراً پژوهشی درباره راهبردهای ارتباطی در مصاحبه‌های تلویزیونی ایران انجام نشده است تا تأثیر جنسیت در استفاده از این راهکارها در گفتمان‌های جنسی متفاوت را ارزیابی کند. بنابراین، مطالعه حاضر با هدف بررسی راهبردهای ارتباطی مورد استفاده در مصاحبه‌های تلویزیونی ایران به منظور یافتن تأثیر جنسیت بر این راهکارها طراحی و اجرا شده است.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر به عنوان یک مطالعه توصیفی-تحلیلی، تلاشی برای ارزیابی راهبردهای ارتباطی در مصاحبه‌های تلویزیونی ایران بر اساس راهبردهای ارتباطی معرفی شده از سوی لیکاف (۱۹۷۵) است. به لحاظ روش، این پژوهش یک مطالعه میدانی است و نمونه مورد مطالعه شامل ۲۶ مصاحبه تلویزیونی (۳۵۵ دقیقه با حضور ۵۲ مرد و زن) بود که از شبکه‌های تلویزیونی ایران در فاصله ماه‌های فروردین تا مرداد سال ۱۳۹۸ جمع‌آوری شده است. مصاحبه‌ها از شبکه‌های مختلف تلویزیون ایران ضبط شده و موضوع مصاحبه‌ها نیز شامل موضوعات عمومی و تخصصی گوناگون بوده است تا گونه‌های زبانی متنوع را در بر داشته باشد. پیوست شماره (۱) شامل فهرست موضوعی مصاحبه‌ها است. مصاحبه‌ها بین یک میزبان و یک مهمان (زن یا مرد) بوده و استراتژی‌های ارتباطی مورد استفاده توسط مهمان (زن یا مرد) و میزبان (زن یا مرد) مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. شش راهبرد ارتباطی تعدیل‌گر، تأییدکننده و تشدیدکننده (از راهبردهای حمایتی) و قطع‌گفتار، تأخیر و سکوت (از راهبردهای تهاجمی) انتخاب شدند و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. معیار انتخاب مصاحبه برای بررسی جنسیت متفاوت شرکت‌کنندگان بود. بنابراین، مصاحبه‌هایی که بین جفت‌های هم‌جنس انجام شده است (یعنی مصاحبه دو زن یا دو مرد با همدیگر) از نمونه مطالعه حذف گردیدند. داده‌ها با ضبط و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها جمع‌آوری و سپس با استفاده از آزمون تی و نرم افزار SPSS (نسخه ۲۲) تحلیل شدند.

### تحلیل داده‌ها

همان‌طور که گفته شد، داده‌های این مطالعه از طریق ضبط ۲۶ مصاحبه تلویزیونی (مجموعاً حدود ۶ ساعت) و سپس پیاده‌سازی

شود، میزان مشارکت کلامی آنها نیز، منهای جنسیت‌شان، به برابری می‌گراید. به گفته او حتی در جلسات کاملاً زنانه سازمانی نیز، در صورت نبود تخصص، رؤسای زن به تنها سخنران جلسه تبدیل می‌شوند و بقیه زنان از آنان حرف‌شنوی دارند و این درست همان اتفاقی است که در جلسات کاملاً مردانه سازمانی نیز رخ می‌دهد.

علوی‌نیا و جلیلی‌فر (۲۰۱۳) استفاده از تعدیل‌گرها و تقویت‌کننده‌ها را در مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری در تلویزیون ایران در سال ۱۳۸۸ مورد بررسی قرار دادند و نشان دادند که استراتژی‌های تعدیل‌گر و حمایتی در این مباحث برای نمایش‌های مختلف قدرت از طریق زبان استفاده می‌شوند.

آنی‌زاده و غیثیان (۱۳۹۵) استراتژی‌های ارتباطی نوبت‌گیری و قطع‌گفتار را در برنامه‌های میزبان-محور تلویزیون جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که عوامل بسیاری در امر نوبت‌گیری مجریان در گفتگوهای تلویزیونی مؤثرند که عبارتند از نبود هماهنگی در رعایت عناصر کلامی و غیر کلامی، تعارفات، کلمات جداکننده، پرسش‌های سرخ‌گیر روشن‌کننده، ارائه اطلاعات، موضوع بحث، بازگردانی کلام، درخواست آمرانه و تردید در سخن.

حلاج‌زاده بناب و دیگران (۱۳۹۷) با تحلیل ساخت‌های ایدئولوژیک مورد استفاده زنان متقاضی طلاق در دادگاه‌های خانواده به این نتیجه رسیدند که زنان از همه ابزارها و راهبردهای نحوی، بلاغی و واژگانی برای بزرگ‌نمایی کارهای مثبت خود و منفی همسران‌شان استفاده می‌کنند و در این بین بیشترین تلاش زنان بر روی بزرگ‌نمایی کارهای منفی همسران و اطرافیان‌شان بوده و جامعه آماری مورد مطالعه کمتر به کوچک‌نمایی اعمال منفی خود و کارهای مثبت طرف مقابل می‌پرداختند.

بشیرنژاد (۱۳۹۷) استراتژی‌های ارتباطی مورد استفاده در تعامل بین اساتید و دانشجویان را در دانشگاه آزاد اسلامی مورد بررسی قرار داد تا دریابد که آیا جنسیت بر این راهکارها تأثیر می‌گذارد یا خیر. وی نشان داد که جنسیت در نوع راهبردهای ارتباطی مورد استفاده اساتید زن و مرد مؤثر نیست، در حالی که بین دانشجویان دختر و پسر در استفاده از راهبردهای ارتباطی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. وی چنین نتیجه می‌گیرد که عامل جایگاه اجتماعی می‌تواند تأثیر جنسیت را به عنوان یک عامل مؤثر خنثی سازد.

بین زنان و مردان، ۶۲ به ۱۴ و نشان‌دهنده عدم وجود قطعیت کافی در گفتار زنان نسبت به مردان است.

**جدول ۱.** فراوانی راهبردهای ارتباطی مورد استفاده در مصاحبه‌ها به تفکیک جنسیت.

مجموع راهبردها: ۱۲۹۵ مورد			
نوع راهبرد	زن	مرد	جمع
تعدیل‌گر	۶۲	۱۴	۷۶
تأییدکننده	۲۹۶	۲۰۹	۵۰۵
تشدیدکننده	۳۶۷	۱۹۰	۵۵۷
قطع گفتار	۵۳	۶۵	۱۱۸
تأخیر	۳۰	۱	۳۱
سکوت	۸	۱۰	۱۸

آنها گردآوری شد. نمونه‌هایی از داده‌های این پژوهش در پیوست شماره (۲) آمده است. سپس راهبردهای ارتباطی مورد بررسی، که ۶ راهبرد مشخص بودند، استخراج شدند و بر حسب نوع راهبرد و جنسیت گوینده دسته‌بندی شدند حاصل این طبقه‌بندی در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود.

براساس داده‌های جدول شماره (۱) تفاوت ظاهری بین فراوانی راهبردهای مورد استفاده در بین زنان و مردان مشخص است؛ برای نمونه، زنان در ۲۹۶ مورد از عبارات تصدیق‌گر، که نوعی استراتژی حمایتی است، برای تأیید گفته‌های طرف مقابل استفاده کرده‌اند، اما مردان در ۲۰۹ مورد این عبارات را به کار برده‌اند. یا به عنوان نمونه‌ای دیگر از راهبردهای حمایتی، نسبت استفاده از عبارات تعدیل‌گر در

**جدول ۲.** مقایسه راهبردهای ارتباطی مورد استفاده زنان و مردان

راهبردها	تعداد مصاحبه N	زن mean ± SD	مرد mean ± SD	df	t	p
راهبردهای حمایتی	تعدیل‌گرها	۳,۴۹ ± ۲,۹۶	۱,۷۴ ± ۱,۳۵	۵۰	۲,۱۱	*۰,۰۴
	تأییدکننده‌ها	۱۰,۴۸ ± ۱۲,۶۵	۱۰,۱۶ ± ۸,۸۱	۵۰	۱,۳۴	۰,۱۹
	تشدیدکننده‌ها	۱۵,۱۱ ± ۱۳,۹۶	۷,۷۴ ± ۹,۶۲	۵۰	۱,۳۱	۰,۲۰
راهبردهای تهاجمی	قطع گفتار	۳,۳۹ ± ۲,۲۷	۲,۷۰ ± ۲,۶۵	۵۰	۰,۴۵	۰,۶۵
	تأخیر	۱,۷۰ ± ۰,۷۷	۰,۲۰ ± ۰,۰۴	۵۰	۲,۱۷	*۰,۰۴
	سکوت	۰,۷۴ ± ۰,۳۱	۰,۷۶ ± ۰,۴۲	۵۰	۰,۵۶	۰,۵۸

سطح معناداری = p ; درجه آزادی = df ; انحراف معیار = SD \* p < 0.05

اطلاعات جدول شماره (۳) حاکی از آن است که میزبانان مرد نسبت به میزبانان زن امتیاز بیشتری در استفاده از راهبردهای تشدیدکننده و وقفه دارند. مهمانان زن در مقایسه با مهمانان مرد سطح بالاتری در کاربرد راهبرد تعدیل‌گر، تأییدکننده، تشدیدکننده و تأخیر دارند. مهمانان زن نسبت به میزبانان مرد نمرات بالاتری در به کارگیری راهبرد تعدیل‌گر و تأخیر دارند و مهمانان مرد در سکوت بالاتر از میزبانان زن هستند.

نتایج این مطالعه نشان داد که در مصاحبه‌های بین زنان و مردان، زنان نسبت به مردان از تعدیل‌گرها و همچنین تأخیر بیشتری استفاده می‌کردند. این یافته نشان می‌دهد که استراتژی‌های حمایتی و تهاجمی ممکن است توسط هر دو طرف مصاحبه استفاده شود. میزان استفاده از تعدیل‌گرها در بین زنان مؤید ادعای لیکاف (۱۹۷۵) است

اگر از نگاه آمار استنباطی (مطابق جدول شماره ۲) راهبردهای ارتباطی مورد استفاده زنان و مردان را در مصاحبه‌ها مقایسه کنیم سطح معناداری حکایت از آن دارد که زنان از نظر استفاده از تعدیل‌گرها به عنوان یک استراتژی حمایتی و همچنین استفاده از تأخیر به عنوان یک استراتژی تهاجمی نسبت به مردان، به طور معناداری نمره بالاتری دارند.

اگرچه تفاوت در میزان استفاده از راهبردهای ارتباطی حمایتی و تهاجمی توسط زنان و مردان را می‌توان به تفاوت در جنسیت آنها نسبت داد، اما نباید از خاطر برد که این تفاوت‌ها می‌تواند تحت تأثیر موقعیت آنها در آن مصاحبه یا جنسیت موقعیت مخاطب قرار گیرد. از این رو، این بار در جدول شماره (۳) داده‌ها را به تفکیک موقعیت (میزبان / مهمان) و جنسیت (زن / مرد) مشارکت‌کنندگان در مصاحبه مرتب کرده و با روش‌های آماری میزان تفاوت آنها را سنجیده‌ایم.

به کنترل گفتمان هستند (لیکاف، ۱۹۷۵؛ وست و زیمرمن، ۱۹۸۷). علاوه بر این، اگرچه تشدیدکننده به عنوان یک ویژگی زنانه شناخته می‌شود (لیکاف، ۱۹۷۵)، نتایج این پژوهش نشان داد که میزبانان مرد از تشدیدکننده‌ها بیشتر از هم‌تایان زن خود استفاده می‌کنند. این یافته با وضعیت اجتماعی آنها قابل توضیح است. میزبان به عنوان مجری و اداره‌کننده جلسه می‌تواند از استراتژی‌های حمایتی مانند تشدیدکننده برای تأکید بر اهمیت موضوع و همچنین پشتیبانی و تأیید یا حتی رد ادعاها یا ایده‌های مهمان استفاده کند. بنابراین، ممکن است مردان در برخی شرایط و در بعضی از فرهنگ‌ها حتی بیشتر از زنان بر اساس وضعیت اجتماعی خود از استراتژی‌های حمایتی استفاده کنند.

که می‌گوید زنان در گفتار خود از تعدیل‌گرهای بیشتری استفاده می‌کنند زیرا درباره عقایدشان اطمینان کمتری دارند. با وجود این، سایر یافته‌ها با ایده‌های وی در این زمینه کاملاً سازگار نیست، زیرا تأخیر به عنوان یک استراتژی تهاجمی که از دیدگاه وی یک ویژگی زبانی مردانه است در زنان بسامد بیشتری داشته است. در مقایسه میزبانان جنس مخالف، مشخص شد که میزبانان مرد نسبت به میزبانان زن از تشدیدکننده‌ها و وقفه‌های بیشتری استفاده می‌کنند. این یافته‌ها تا حدود زیادی با مطالعات قبلی هم‌راستا است، چرا که یافته‌های مطالعات قبلی نشان داده‌اند که مردان تمایل بیشتری برای قطع گفتار زنان دارند تا ضمن به نمایش گذاشتن قدرت خود، تأکید کنند که قادر

### جدول ۳. مقایسه راهبردهای ارتباطی مورداستفاده به تفکیک جنسیت و نقش شرکت‌کنندگان

شرکت‌کنندگان	راهبردها					
	تعدیل‌گر	تأییدکننده	تشدیدکننده	قطع گفتار	تأخیر	سکوت
میزبان مرد $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۶۹±۱,۷۷	۱۱,۵۰±۱۴,۸۵	۷,۲۴±۱۱,۱۵	۲,۴۰±۴,۶۲	۰,۲۸±۰,۰۸	۰,۹۷±۰,۵۴
میزبان زن $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۲۶±۰,۹۲	۱۰,۷۸±۱۱,۴۶	۴,۲۹±۴,۰۸	۳,۰۵±۲,۱۵	۰,۰۰±۰,۰۰	۰,۰۰±۰,۰۰
T	۱,۴۵	۰,۷۸	۳,۰۳	۲,۲۹	۱,۰۰	۲,۰۱
P	۰,۱۶	۰,۴۵	**۰,۰۰۶	*۰,۰۳	۰,۳۳	۰,۰۶
مهمان مرد $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۷۵±۰,۹۲	۱,۹۲±۲,۷۷	۶,۱۶±۷,۰۰	۱,۰۳±۰,۶۹	۰,۰۰±۰,۰۰	۰,۴۸±۰,۳۱
مهمان زن $\text{mean} \pm \text{SD}$	۳,۸۵±۵,۰۰	۱۰,۵۰±۱۳,۸۵	۱۵,۳۳±۲۴,۹۲	۳,۸۲±۲,۳۸	۲,۱۸±۱,۵۴	۰,۹۶±۰,۶۲
t	۳,۴۷	۳,۷۴	۳,۹۱	۱,۵۴	۲,۵۴	۱,۰۳
p	**۰,۰۰۲	***۰,۰۰۱	***۰,۰۰۱	۰,۱۴	*۰,۰۲	۰,۳۱
میزبان مرد $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۶۹±۱,۷۷	۱۱,۵۰±۱۴,۸۵	۷,۲۴±۱۱,۱۵	۲,۴۰±۴,۶۲	۰,۲۸±۰,۰۸	۰,۹۷±۰,۵۴
مهمان زن $\text{mean} \pm \text{SD}$	۳,۸۵±۵,۰۰	۱۰,۵۰±۱۳,۸۵	۱۵,۳۳±۲۴,۹۲	۳,۸۲±۲,۳۸	۲,۱۸±۱,۵۴	۰,۹۶±۰,۶۲
t	۲,۷۷	۰,۲۳	۲,۹۳	۷۸,۱	۲,۳۹	۰,۲۰
p	**۰,۰۰۱	۰,۸۲	**۰,۰۰۷	۰,۹۰	*۰,۰۳	۰,۸۴
مهمان مرد $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۷۵±۰,۹۲	۲,۱۹±۲,۷۷	۶,۱۶±۷,۰۰	۱,۰۳±۰,۶۹	۰,۰۰±۰,۰۰	۰,۴۸±۰,۳۱
میزبان زن $\text{mean} \pm \text{SD}$	۱,۲۶±۰,۹۲	۱۰,۷۶±۱۱,۴۶	۴,۲۹±۴,۰۸	۳,۰۵±۲,۱۵	۰,۰۰±۰,۰۰	۰,۰۰±۰,۰۰
t	۰,۰۰	۲,۸۷	۱,۴۰	۱,۶۴	۰,۰۰	۲,۳۱
p	۱,۰۰	۰,۰۸	۰,۱۷	۰,۱۲	۱,۰۰	*۰,۰۳

SD = انحراف معیار = df ; درجه آزادی = p ; سطح معناداری . \* p < 0.05. \*\* p < 0.01. \*\*\* p < 0.001.

کنند. اگرچه سکوت به عنوان یک استراتژی تهاجمی در نظر گرفته می‌شود، اما گاهی می‌توان آن را به عنوان یک استراتژی ارتباطی بی‌طرفانه و خنثی تفسیر کرد. این که آیا استراتژی سکوت تهاجمی یا حمایتی است، می‌تواند واقعاً در بافت و بستر آن مشخص شود. اگر سکوت در پاسخ به سؤال یا درخواست طرف مقابل در گفتمان استفاده شود، می‌تواند تهاجمی تلقی شود.

نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که استراتژی تهاجمی تأخیر توسط مهمانان زن بیشتر از مهمانان و میزبانان مرد استفاده می‌شود. سکوت بیشتر مورداستفاده مهمانان مرد بود تا میزبانان زن. این استفاده از استراتژی‌های تهاجمی توسط مهمانان (زن و مرد) ممکن است به وضعیت اجتماعی بالاتر آنها نسبت داده شود که به آنها امکان می‌دهد از استراتژی‌های تهاجمی در مقابل مخاطب خود استفاده

## بحث و نتیجه‌گیری

از نتایج حاصل از پژوهش چنین برمی‌آید که هر دو گروه جنسی زن و مرد در یک گفتمان ممکن است بر حسب شرایط از هر دو دسته راهبردهای حمایتی یا تهاجمی استفاده کنند. بنابراین، جنسیت به تنهایی عامل تعیین‌کننده در استفاده از نوع استراتژی نیست و عوامل دیگری، مانند جایگاه اجتماعی و موقعیت افراد شرکت‌کننده در گفتگو و همچنین مسائل فرهنگی در تعاملاتی که بین دو جنس مختلف صورت می‌گیرد، به ویژه در مصاحبه‌های تلویزیونی، می‌توانند نقش مؤثرتری داشته باشند. گاه تأثیر این عوامل آنقدر چشم‌گیر است که ممکن است نقش جنسیت را خنثی یا کم‌رنگ کنند. این یافته‌ها با یافته‌های بشیرنژاد (۱۳۹۷) هم‌راستا و موافق است که می‌گوید اگرچه در ارتباط بین خانم‌ها و آقایان، جنسیت در انتخاب و کاربرد نوع استراتژی کلامی مؤثر است اما جایگاه و اعتبار اجتماعی افراد می‌تواند تأثیر جنسیت را خنثی کند، به طوری که هر چه جایگاه افراد بالاتر می‌رود، تأثیر جنسیت کمتر می‌شود. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های تاناک (۲۰۰۹) همخوانی دارد که نشان داد بین استراتژی‌های ارتباطی مورداستفاده زنان و مردان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و استفاده از راهبردهای حمایتی یا تهاجمی بیش از جنسیت، به نوع رابطه میان گوینده و مخاطب بستگی دارد.

نتایج تحقیق حاضر با آرای لیکاف (۱۹۷۵) درباره رابطه زبان و جنسیت نیز کاملاً مطابقت ندارد. به گفته لیکاف (۱۹۷۵) راهبردهای حمایتی، مانند عبارات احترام‌آمیز، تعدیل‌گرها، سؤالات ضمیمه‌ای، تأییدکننده‌ها و تشدیدکننده‌ها، ویژگی‌های زبانی زنانه هستند که زنان برای تأیید نظر گوینده از آنها استفاده می‌کنند. او استفاده از این راهکارها را نشان‌دهنده ضعف زنان نسبت به مردان تلقی می‌کند. علاوه بر این، مردان برای نشان دادن قدرت خود از استراتژی‌های تهاجمی مانند تأخیر، سکوت و قطع گفتار دیگران استفاده می‌کنند. او همچنین معتقد است که زبان زنان فاقد قدرت است و این وضعیت با استفاده از راهبردهای حمایتی زنان تقویت می‌شود. می‌توان ادعا کرد که اگرچه ممکن است مردان در گفتار خود در برابر زنان از استراتژی‌های ارتباطی تهاجمی استفاده کنند تا قدرت، کنترل و برتری خود را نشان دهند، اما تنها

جنسیت نیست که بر انتخاب و استفاده از راهبردهای ارتباطی در یک گفتمان تأثیر می‌گذارد. موقعیت و اعتبار اجتماعی افراد نیز متغیر مهمی است که در کاربرد راهبردهای ارتباطی در گفتگو میان زن و مرد نقش دارد. از یک طرف، یک مجری تلویزیونی احساس می‌کند که به عنوان میزبان و اداره‌کننده جلسه می‌تواند کنترل مصاحبه را به دست گیرد و، از طرف دیگر، مهمان برنامه نیز به عنوان یک کارشناس، یک مقام دولتی، یک پزشک و امثال اینها، احساس می‌کند که از موقعیت اجتماعی بالایی برخوردار است. در چنین شرایطی، با در نظر گرفتن تأثیر جنسیت، هر چه موقعیت اجتماعی زن بالاتر باشد، گفتار او در ارتباط با افراد دیگر از اقتدار و تحکم بیشتری برخوردار خواهد بود و، بنابراین، بیشتر از استراتژی‌های تهاجمی مانند قطع گفتار، تأخیر و سکوت در گفتار خود استفاده می‌کند.

با وجود این، از تأثیر فرهنگ جامعه نیز نباید غافل شد. فرهنگ حاکم بر هر جامعه عاملی اساسی است که می‌تواند منجر به ایجاد تفاوت در نوع رابطه حاکم میان زن و مرد در آن جامعه یا قومیت شود. همان‌طور که تانان (۱۹۹۴) اظهار داشته است، زن و مرد تحت کلیشه‌های جنسیتی مختلف رشد می‌کنند و این شیوه پرورش منجر به یادگیری سبک‌های زبانی متفاوت می‌شود. به عنوان مثال، در بسیاری از کشورهای شرقی، از جمله در ایران، پسران و دختران تحت شرایط کنترل‌شده رشد می‌کنند. از کودکی دختران و پسران در گروه‌های جداگانه‌ای بازی می‌کنند، به دو گروه مجزا تقسیم می‌شوند، از اسباب‌بازی‌های دخترانه و پسرانه، لباس‌های دخترانه و پسرانه، و حتی «واژگان» دخترانه و پسرانه متمایز استفاده می‌کنند. در نهایت، همین دختران و پسران همان زنان و مردانی می‌شوند که دارای منوی غذا، میزهای جداگانه و «سبک گفتار» جداگانه مردانه و زنانه هستند. به گفته تانان (۱۹۸۴) تفاوت ارتباط کلامی بین زن و مرد به دلیل عدم تعادل قدرت نیست بلکه به دلیل معیارهای مختلف در ارتباطات کلامی است و هر جنس نقاط قوت و ضعف خود را دارد. این گفته‌ها ناظر بر این واقعیت است که نه می‌توان در مورد تأثیر جنسیت در ایجاد تفاوت‌های زبانی در سراسر دنیا حکم کلی داد و نه می‌توان نتایج پژوهش حاضر را به سایر جوامع زبانی تعمیم داد.

## منابع

- آنی‌زاده، علی و مریم سادات غیاثیان (۱۳۹۵). مهارت‌های ارتباطی نوبت‌گیری و قطع کلام در برنامه‌های مجری‌محور سیمای جمهوری اسلامی ایران. *زبان و زبان‌شناسی*، دوره ۱۲، شماره ۲۳، ۶۱-۷۸.
- بشیرنژاد، حسن (۱۳۹۷). بررسی راهبردهای ارتباط کلامی در گفتمان استاد-دانشجو. *زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان*، شماره پیاپی ۱۹، ۱۱۹-۱۵۱.
- حلاج‌زاده بناب، حسین، سید فرید خلیفه‌لو و فردوس آقاگلزاده (۱۳۹۷). توصیف و تحلیل ساخت‌های ایدئولوژیک در گفتمان دادگاه خانواده، زنان خواستار طلاق بر پایه
- Alavi-Nia, M., & Jalilifar, A. (2013). We believe the Iranian nation can: The manifestation of power in Iranian televised presidential debates. *Language & Communication*, 33(1), 8-25.
- Aune, M. S., Hunter, J. E., Kim, H. J., & Kim, J. S. (2001). The effect of culture and self-construals on predispositions toward verbal communication. *Human Communication Research*, 27(3), 382-408.
- Becker, C. B. (1986). Reasons for the lack of argumentation and debate in the Far East. *International Journal of Intercultural Relations*, 210(1), 75-92.
- Coates, L. (1995). Language, gender and career. In: S. Mills (Ed.), *Language and gender: Interdisciplinary perspectives*, (pp. 13-30). London: Longman.
- Eagly, A. H., & Wood, W. (1982). Inferred sex differences in status as a determinant of gender stereotypes about social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 915-928.
- Elias, S., & Gurbanova, N. (2018). Relocating gender stereotypes online: Critical analysis of sexist hate speech in selected social media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 228, 272-277.
- Fishman, J. (1972). *An Introduction to Language and Society*. Rutledge.
- Lakoff, R. (1975). *Language and woman's place*. New York: Harper & Row.
- Löffler-Stastka, H., Seitz, T., Billeth, S., Pastner, B., Preusche, I., & Seidman, C. (2016). Significance of gender in the attitude towards doctor-patient communication in medical students and physicians. *Wiener klinische Wochenschrift*, 128(17), 663-668.
- Moody, J., Stewart, B., & Bolt-Lee, C. (2002). Showcasing the skilled business graduate: Expanding the tool kit. *Business Communication Quarterly*, 65(1), 21-33.
- Qin, H-K., Ji, Q-F., & Ji, Q-Y. (2019). Comparison of body language in cross-cultural communication. *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science (icesd)*, 56-60.
- Tanaka, L. (2009). Communicative stances in Japanese interviews: Gender differences in formal interactions. *Language and Communication*, 29(4), 366-382.
- Tannen, D. (1984). *Conversational style: Analyzing talk among friends*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Tannen, D. (1994). *Gender and discourse*. Oxford: OUP.
- Tiwari, M., Mathur, G., & Awasthi, S. (2018). Gender-based discrimination faced by females at workplace: A perceptual study of working females. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(3), 1-7.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender and Society*, 1(2), 125-151.
- Woodak, R. (1997). *Gender and discourse*. London: Sage.

### بیوست شماره ۱: فهرست موضوعی مصاحبه‌های ضبط‌شده

- ۱- مصاحبه عمومی با بازیگر زن؛ برنامه دورهمی شبکه نسیم
- ۲- مصاحبه عمومی با بازیگر زن؛ برنامه دورهمی شبکه نسیم
- ۳- مصاحبه عمومی با بازیگر زن؛ برنامه دورهمی شبکه نسیم
- ۴- مصاحبه عمومی با خلبان زن؛ برنامه سلام صبح بخیر شبکه ۳
- ۵- مصاحبه درباره یک برنامه تلویزیونی با مجری مرد؛ برنامه سلام صبح بخیر شبکه ۳
- ۶- مصاحبه عمومی با بازیگر زن؛ برنامه سلام صبح بخیر شبکه ۳
- ۷- مصاحبه عمومی با بازیگر زن؛ برنامه سلام صبح بخیر شبکه ۳
- ۸- مصاحبه تخصصی ورزشی با ورزشکار زن؛ برنامه سه کنج شبکه ۳
- ۹- مصاحبه تخصصی با بازاریاب زن؛ برنامه سیمای خانواده شبکه ۱
- ۱۰- مصاحبه تخصصی با تردست مرد؛ برنامه صبح بخیر ایران شبکه ۱
- ۱۱- مصاحبه تخصصی با متخصص صنایع دستی مرد؛ برنامه صبح بخیر ایران شبکه ۱
- ۱۲- مصاحبه تخصصی درباره واژه‌های اصیل فارسی با مهمان مرد؛ از برنامه صبح بخیر ایران شبکه ۱
- ۱۳- مصاحبه تخصصی با بازیگر زن؛ برنامه فرمول یک شبکه ۱
- ۱۴- مصاحبه تخصصی با بازیگر زن؛ برنامه فرمول یک شبکه ۱
- ۱۵- مصاحبه تخصصی با بازیگر زن؛ برنامه هفت شبکه ۳
- ۱۶- مصاحبه تخصصی با روانشناس مرد؛ برنامه مشاوره خانواده شبکه ۲
- ۱۷- مصاحبه تخصصی با متخصص جواهرات مرد؛ برنامه آکادمی جواهرات شبکه آموزش
- ۱۸- مصاحبه تخصصی با پزشک متخصص تغذیه مرد؛ برنامه خانواده شبکه ۲
- ۱۹- مصاحبه تخصصی با مشاور مرد؛ برنامه سیمای خانواده شبکه ۱
- ۲۰- مصاحبه تخصصی با پزشک زن؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۱- مصاحبه تخصصی با متخصص ورزش مرد؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۲- مصاحبه تخصصی با متخصص تغذیه مرد؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۳- مصاحبه تخصصی با پزشک متخصص زن؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۴- مصاحبه تخصصی با پزشک متخصص کلیه مرد؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۵- مصاحبه تخصصی با پزشک متخصص کلیه مرد؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵
- ۲۶- مصاحبه تخصصی با پزشک متخصص چشم مرد؛ برنامه به خانه برمی‌گردیم شبکه ۵

## پیوست شماره ۲: نمونه‌هایی از داده‌های پژوهش

### مثال ۱

مجری مرد: «شما می‌گید دو سال تحمل کردید و ما داشتیم بازیگرانی که دو سال ...»  
{قطع گفتار توسط مهمان زن}  
مهمان زن: «... دو سال تحمل بیکاری و بی‌پولی به حرف خیلی راحت.»  
مجری مرد: «این تصمیم رو چطور گرفتید؟ با همه اون ...»  
{قطع گفتار توسط مهمان زن}  
مهمان زن: «خیلی سخته، خیلی سخته، خیلی سخته، و خیلی سخت»  
{تشدیدکننده}

### مثال ۲

مجری مرد: «سخت‌ترین قسمت خاطراتی که می‌گید کجا بود؟»  
مهمان زن: «یادآوری کردن این خاطرات الان برای من اصلاً خوشایند نیست. خیلی ممنون میشم اگه سؤال دیگه‌ای از من پرسید.»  
{سکوت توسط مهمان زن؛ به سؤال پاسخ نمی‌دهد}

### مثال ۳

مجری مرد: «این کار از لحاظ مالی براتون خوب بود واقعاً؟ ...»  
{قطع گفتار توسط مهمان زن}  
مهمان زن: «... {سکوت} ... نه اصلاً اون چیزی که می‌گن ...»  
{قطع گفتار توسط مجری مرد}  
مجری مرد: «... چون همه می‌گفتن درآمدی که کسب کردیم می‌ارزید به همه سختی‌ها.»  
مهمان زن: «... یه سؤال دیگه پرسین.»  
{سکوت؛ مهمان زن پاسخ نمی‌دهد}

### مثال ۴

مهمان مرد: «در هنگام صحبت با فرزند، باید رو به روی او بایستید و با او به طور موازی ارتباط چشمی برقرار کنید. این ارتباط چشمی خیلی ...»  
{قطع گفتار توسط مجری زن}  
مجری زن: «بعضی از پدر و مادرها یا دارن روزنامه می‌خونن یا دارن تلویزیون می‌بینن یا سرشون تو موبایله و جواب فرزندشون رو نمیدن.»

### مثال ۵

مهمان مرد: «انسداد مجاری کلیه شامل سه درجه میشه که هر چه درجه بالاتر باشه درمانش سخت‌تر خواهد بود، و ...»  
{قطع گفتار توسط مجری زن}  
مجری زن: «درمانش واقعاً چطوری هست آقای دکتر؟ ممکنه ...»  
{قطع گفتار توسط مهمان مرد}  
مهمان مرد: «درمانش از راه‌های مختلف انجام میشه.»

### مثال ۶

مهمان مرد: «داروهایی مانند کلسیم و ویتامین دی بهتره تحت نظر پزشک مصرف بشن و ...»  
{قطع گفتار توسط مجری زن}  
مجری زن: «و آیا زمان خاصی داره؟»

### مثال ۷

مجری مرد: «سینما باندبازیه؟»  
مهمان زن: «بدون شک.»  
{تصدیق‌گر}

### مثال ۸

مهمان زن: «من هرگز در زندگی ناامید نمیشم. همیشه راهی پیدا می‌کنم و هرگز دست از امید برنمی‌دارم.»  
مجری مرد: «این خیلی خیلی خوبه. خیلی فکر خوبیه و این تلاش واقعاً هوشمندانه است.»  
{تشدیدکننده و تصدیق‌گر توسط مجری مرد}

### مثال ۹

مجری مرد: «از پیری نمی‌ترسین؟»  
مهمان زن: «اصلاً و ابداً.»  
{تشدیدکننده}

### مثال ۱۰

مجری مرد: «دستمزدتون برای این فیلم چقدر بود؟»  
مهمان زن: «خوب بود.»  
مجری مرد: «چقدر؟»  
مهمان زن: «خوب بود.»  
{سکوت؛ در واقع مهمان زن از پاسخ دادن طفره می‌رود}