

نمادهای هویت ایرانی و زبان فارسی

نگار داوری اردکانی*

E-mail: n.davari@yahoo.com

چکیده:

این مقاله، گزارش مختصری از نتایج بخشی از یک پژوهش وسیع‌تر درباره برنامه‌ریزی زبان و هوشیاری زبانی در ایران است. بنا بر فرضیه تحقیق، هویت مفهومی پیچیده است و مؤلفه‌های بسیاری در شکل‌گیری نمادهای هویت ملی ایرانی دخیلند که یکی از اصلی‌ترین آنها، زبان فارسی است. پاسخ به سه سؤال اساسی زیر هدف اصلی این مقاله است: مؤلفه‌های هویت ملی ایرانی از دیدگاه ایرانیان کدام‌اند؟، زبان فارسی در این میان چه جایگاهی دارد؟ و آیا سن و هویت صنفی افراد، در نگرش آنها به جایگاه زبان فارسی، به عنوان نماد هویت ملی، تأثیری دارد؟ نگرش‌سنجی در این پژوهش، با توزیع پرسش‌نامه در میان ۸۲۶ ایرانی ساکن تهران و با استفاده از شیوه‌های آماری گوناگون به انجام رسید. نتایج پژوهش، نشان می‌دهد که مردم، موارد زیر را از جمله مؤلفه‌های هویت ملی ایرانی می‌دانند: فرهنگ (آداب و رسوم، لباس، رفتار، غذا، باورها و مانند آن)، خصوصیات اخلاقی (مثبت و منفی)، شناسنامه ایرانی، آثار باستانی، اساطیر ایرانی، ورزش‌های باستانی و ورزش ملی معاصر، دین، قومیت، سرود ملی، جغرافیا و مکانها، اقتصاد، هنر، زبان فارسی، ادبیات، علم و صنعت، تاریخ و تمدن، مشاهیر ایرانی، سیاست و پرچم. از نظر اولویت نقش هر مؤلفه، به نظر می‌رسد که زبان فارسی در زمره مهمترین نمادهای هویت ملی ایرانی است. دو متغیر سن و هویت صنفی در تلقی مردم از زبان فارسی تأثیری بسزا دارد؛ به این ترتیب که می‌توان گفت «هویت پدیده‌ای پویاست که در طول زمان و در گروه‌های مختلف مردم تغییر می‌کند».

کلیدواژه‌ها: هویت (ملی)، نماد هویت ایرانی، برنامه‌ریزی زبان، شأن

زبان، نگرش زبانی، زبان فارسی



مقدمه

یکی از انگیزه‌های اصلی برنامه‌ریزی زبان، هویت‌جویی در قالب کسب شأن و اعتبار برای زبان ملی، بومی و مشترک است. از این روست که به دست دادن تصویری دقیق از مؤلفه‌های تشکیل دهنده نمادهای هویت ملی گویشوران یک زبان و تعیین جایگاه آن زبان در میان مؤلفه‌های هویت ملی، در برنامه‌ریزی زبان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این مقاله، ابتدا به توضیح و تبیین مفاهیم نظری اصلی این پژوهش مانند رابطه زبان و برنامه‌ریزی زبان با هویت ملی، نظریه نگرش‌های زبانی، هویت اجتماعی و هویت قومی - زبانی می‌پردازیم. سپس آراء غربیان و ایرانیان درباره این مفاهیم نظری و ارتباط آنها با زبان فارسی را مرور می‌کنیم. شرح پژوهش میدانی برای سنجش نگرش ۸۲۶ زن و مرد ایرانی ساکن تهران درباره مؤلفه‌های تشکیل دهنده هویت ملی و جایگاه زبان فارسی در میان آنها، بخش دیگری از این مقاله را به خود اختصاص می‌دهد. سرانجام نتایج حاصل از مطالعه نظری و پژوهش میدانی ذکر خواهد شد.

مفاهیم نظری

زبان، ساحتی چندبعدی است. از این‌رو، می‌توان به آن از چشم‌اندازهای مختلف نگاه کرد. یکی از این ابعاد که در برنامه‌ریزی زبان بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد، بعد شأن یا جایگاه زبان است (داوری: ۱۳۸۵). این بعد، در مقابل بعد پیکره یا ماده زبان قرار می‌گیرد و به نقش‌هایی اشاره دارد که هر زبان در جامعه زبانی خود ایفا می‌کند. از جمله نقش‌ها یا شئون ممکن هر زبان، می‌توان به شأن علمی، آموزشی، دینی، تاریخی، هویتی و مانند آن اشاره کرد. مراد از شأن هویتی زبان این است که یک زبان به عنوان نماد هویت (ملی) قلمداد گردد. البته به طور معمول، وقتی زبانی حائز این شأن یا نقش می‌گردد که شامل مجموعه‌ای از شئون علمی، آموزشی، دینی و تاریخی باشد. متخصصان حوزه برنامه‌ریزی زبان، این نکته را مفروض می‌دانند که برنامه‌ریزی پیکره یا ماده زبان، بدون برنامه‌ریزی برای شأن یا جایگاه زبان، بازی و سرگرمی‌ای بیش نیست و درست به همین دلیل است که برخی از پژوهندگان این حوزه (ایجر: ۲۰۰۱)، غایت و مهمترین انگیزه برنامه‌ریزی زبان را کسب هویت دانسته‌اند. با چنین نگرشی، می‌توان تصور کرد که زبان به عنوان ابزاری برای تثبیت هویت و در نتیجه نماد هویت یک گروه، مورد استفاده قرار گیرد. به این ترتیب، مطالعه درباره شأن زبان به عنوان نماد هویت (ملی)، از جمله حوزه‌های مهم مطالعات برنامه‌ریزی زبان و به خصوص

برنامه‌ریزی شأن زبان می‌باشد. بر طبق نظر شیفمن (۱۹۹۶) سیاست‌های پنهان زبان و یا نگرش‌های زبانی سخنگویان یک زبان و تطابق آنها با سیاست‌های آشکار زبان (برنامه‌ریزی‌های رسمی) است که تکلیف نهایی زبان را مشخص می‌کند و نهایتاً منجر به موفقیت برنامه‌ریزی‌های زبان می‌شود. به این ترتیب، یکی از پیش‌نیازهای هر نوع سیاست‌گذاری در زبان، آگاهی از نگرش‌های زبانی سخنگویان آن زبان است و به همین دلیل، در این پژوهش، به سنجش یکی از ابعاد نگرش‌های زبانی فارسی‌زبانان یعنی نگرش به جایگاه زبان فارسی در میان نمادهای هویت ملی ایرانی اقدام شده است.

۱- برنامه‌ریزی زبان

تعاریف بسیاری از برنامه‌ریزی زبان به دست داده شده است. به نظر می‌رسد که تعریف کوپر (۱۹۸۹) از جهات بسیاری، شرط جامع‌بودن و مانع‌بودن را دارا باشد. او برنامه‌ریزی زبان را هر نوع تلاش عمدی برای تحت تأثیر قرار دادن رفتار زبانی افراد یا جوامع زبانی می‌داند. این تعریف، برنامه‌ریزی در دو سطح خرد (مانند خانواده، مدرسه) و کلان (کشور، ملت) را در بر می‌گیرد؛ ضمن اینکه مواردی چون حفظ زبان را نیز شامل می‌شود. چنانکه پیشتر گفته شد، برنامه‌ریزی زبان به سه نوع برنامه‌ریزی پیکره (برنامه‌ریزی برای ماده زبان و در سطوح زبانی صرف، نحو، آوا، خط)، برنامه‌ریزی شأن (برنامه‌ریزی برای جایگاه اجتماعی زبان در سطح نقش‌های زبان) و برنامه‌ریزی زبان‌آموزی (برنامه‌ریزی برای دست‌یابی به شیوه‌های بهینه آموزش و یادگیری زبان و سطوح گسترش آموزش) طبقه‌بندی می‌شود. به نظر می‌رسد که نوع اخیر، تلفیقی از دو برنامه‌ریزی پیکره و شأن باشد که با استفاده از فنون آموزش زبان صورت می‌گیرد (افخمی و داوری: ۱۳۸۴ ب).

۱-۱- انگیزه‌های برنامه‌ریزی زبان

در مرور سوابق مطالعات برنامه‌ریزی زبان، انگیزه‌های متعددی برای برنامه‌ریزی زبان ذکر شده است که از جمله این موارد، می‌توان به برخی انگیزه‌های کاملاً زبانی و ارتباطی مثل حل مسائل زبانی و انگیزه‌های کاملاً غیرزبانی مثل کسب هویت اشاره کرد. به نظر می‌رسد که انگیزه‌های غیرزبانی برنامه‌ریزی زبان، بسیار قوی‌تر از انگیزه‌های زبانی‌اند و غایت و هدف نهایی بیشتر انگیزه‌های غیرزبانی را می‌توان در انگیزه «کسب هویت» خلاصه کرد. به بیان دیگر، برنامه‌ریزان زبان به طور معمول می‌کوشند که رفتار زبانی افراد و جوامع زبانی را در جهت مطلوب خود تحت تأثیر قرار دهند تا در نهایت،



به طور کارآمدتری از آن زبان استفاده کنند. گاهی یک زبان، ابزار ایجاد تمایز از گروه‌های دیگر و یا ابزار وحدت با یک گروه می‌شود و به همین دلیل است که زبان می‌تواند از جمله مؤلفه‌ها و نمادهای هویت ملی یک جامعه زبانی قرار گیرد.

۲- نگرش‌های زبانی

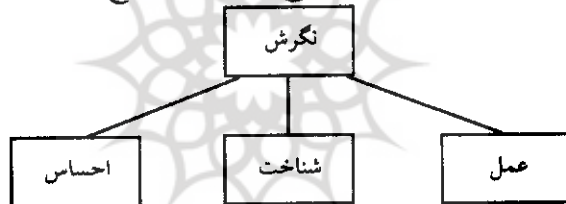
نگرش، بنا به تعریف آجزن (۱۹۸۸: ۴، نقل شده در اوکز: ۲۰۰۱)، عبارت است از تمایل مثبت یا منفی نسبت به شیء، فرد، نهاد یا رویداد. همچنین گفته شده است (ریان، جایلز و سباستین، ۱۹۸۲: ۷؛ فسلد، ۱۹۸۴: ۱۴۸؛ بیکر، ۱۹۹۲: ۱۳-۱۲؛ ادواردز، ۱۹۸۵: ۱۳۹؛ ۱۹۹۴: ۹۷، نقل شده در اوکز: ۲۰۰۱) که هر نگرش از سه مؤلفه تشکیل می‌شود:

- احساس (در مورد موضوع نگرش)

- شناخت (آگاهی از موضوع)

- رفتار (تمایل به عمل)

در هم آمیختن این سه مؤلفه، در سطح بالاتری از انتزاع، نگرش را به دست می‌دهد.



به این ترتیب، نگرش زبانی چنین تعریف می‌شود:

هر شاخص احساسی، شناختی یا رفتاری در واکنش نسبت به گونه‌های مختلف زبان و سخنگویان آنها (ریان، جایلز، ۱۹۸۲: ۷، و سباستین، نقل شده در اوکز: ۲۰۰۱). در مطالعاتی مثل مطالعه ایدئولوژی، هویت ملی و مانند آن مهمترین مسأله این است که به آن چیزی برسیم که مردم می‌پندارند باورهای غالب جامعه است (یعنی شناخت) و نه نگرش‌های شخصی، درونی و واقعی (احساس) (وینگستد، ۱۹۹۸: ۲۵۲، نقل شده در اوکز: ۲۰۰۱).

مفهوم نگرش یا تغییر نگرش برای برخی از مکاتب روانشناسی اجتماعی بسیار مهم است. نگرش افراد، از باورها و در سطحی عمیق‌تر، از مجموعه ارزش‌هایشان نشأت می‌گیرد. با این استدلال، می‌توان نگرش‌ها را مبتنی بر هویت دانست. هر نگرش زبانی را می‌توان از دو بعد نگریش:

نگرش ابزارری: بعد ابزارری که منعکس کننده انگیزه‌های کاربردی مثل بهبود وضعیت اجتماعی - اقتصادی از طریق یاد گرفتن یک زبان می‌باشد. این بعد معمولاً به افراد مربوط می‌شود و نه گروه به عنوان کل. برای مثال وقتی کسی می‌گوید «دانستن انگلیسی به من کمک می‌کند که شغل پیدا کنم»، نشان‌دهنده نوعی نگاه ابزارری مثبت به زبان انگلیسی است.

نگرش وحدت‌بخش^۱: این بعد منعکس کننده انگیزه‌های گروهی برای متمایز شدن، از طریق پیوستن به یک گروه است؛ مثلاً وقتی کسی علاقه‌اش را به یک زبان اینگونه مطرح می‌کند: «من دوست دارم انگلیسی یاد بگیرم، چون آمریکایی‌ها را دوست دارم». البته این دو بعد، در بسیاری از موارد درهم می‌آمیزند و جدا کردن آنها از هم، چندان آسان نیست. برای مثال اگر یک ایرانی بگوید «دانستن فارسی به من در پیدا کردن شغل کمک می‌کند»، نشان‌دهنده شأن زبان فارسی در جامعه است و نه صرفاً نگاه ابزارری به این زبان. از طرف دیگر، گفته می‌شود که نگرش‌های زبانی، منعکس کننده هویت گروهی هستند. نگرش‌های زبانی، در درجه اول، از طریق هنجارهای تحمیل شده اجتماعی شکل می‌گیرند. این هنجارهای اجتماعی، ممکن است از دیگر گروه‌های نژادی - زبانی گرفته شده باشد. بنابراین زبان، استعاره‌ای از روابط درون گروهی و انعکاسی از نگرش‌های فرد نسبت به دیگران است. درست به همین علت است که وقتی گفته می‌شود که زبان‌ها برای تسلط بر جوامع زبانی در حال رقابت هستند، رقابت واقعی بین گروه‌های نژادی - زبانی مختلف است و نه خود زبان‌ها. همچنین وقتی گفته می‌شود که انگلیسی قدرتمندترین زبان جهان است، در واقع کشورهای انگلیسی‌زبان هستند که قدرتمند هستند و نه خود زبان. پنی کوک (۱۹۹۴: ۱۵) معتقد است که نگرش‌های زبانی - چه نوع ابزارری و چه نوع وحدت‌بخش آن - باید در وسیع‌ترین روابط درون گروهی در نظر گرفته شود و این روابط، به خوبی در قالب نظریه هویت اجتماعی توجیه می‌شود.

۳- نظریه هویت اجتماعی و هویت قومی - زبانی

نظریه هویت اجتماعی (تاجفل و ترنر، ۱۹۷۹) بر آن است که عضویت در گروه، منجر به تشخیص، احساس یکی شدن و شکل‌گیری نوعی طبقه‌بندی در میان انسان‌ها می‌شود. بنابراین، اعضای هر گروه در هر شرایط و موقعیتی، جانب گروه خود را می‌گیرند



و هنگام مقایسه بین گروه خود و گروه‌های دیگر، ابعادی را برای مقایسه برمی‌گزینند که می‌توانند نتایج مقایسه را در پایان، به نفع گروه خودی، رقم بزنند. به بیان دیگر، انسان‌ها شاخص‌هایی را برای مقایسه بین گروه خود و دیگر گروه‌ها انتخاب می‌کنند که منجر به پیروزی و برتری گروه خودی در روند مقایسه شود. نظریه هویت قومی - زبانی (جایلز و جانسون، ۱۹۸۷) برای تبیین و تشریح استفاده از زبان به عنوان شاخصی برای هویت گروهی مطرح شد. این نظریه، بر آن است که انسان، جهان را به گروه‌های اجتماعی مختلف طبقه‌بندی می‌کند و در این میان، برای رقم زدن هویت اجتماعی مثبت برای خود، از شاخص‌هایی استفاده می‌کند که یکی از آنها، می‌تواند زبان باشد.

مروری بر پیشینه پژوهش

۱- زبان و هویت

در این بخش، ابتدا به مرور اجمالی پیشینه پژوهش درباره «زبان و هویت»، به طور کلی، می‌پردازیم و سپس، پیشینه پژوهش درباره «زبان فارسی و هویت ایرانی» و رابطه هویت با زبان‌های دیگر را مرور خواهیم کرد.

مسکوب (۱۳۷۳: ۳۹) هویت را مفهومی انفعالی می‌داند. به عقیده او، معمولاً ملت‌هایی که از جانب غیر احساس خطر می‌کنند، مسأله هویت برایشان برجسته‌تر شده و در واقع نگران هویت خود می‌شوند. او هویت را قابل بررسی از ابعاد گوناگون و نیز دارای مؤلفه‌های مختلف می‌داند. او معتقد است که زبان، بنا به شرایط تاریخی و اجتماعی هر جامعه، می‌تواند یکی از مؤلفه‌های هویتی آن جامعه باشد.

اوکز (۲۰۰۱) به دو نوع ارتباطی، که سخنگویان هر زبان ممکن است با زبانشان ایجاد کنند، اشاره می‌کند: ارتباط عاطفی و ارتباط ابزاری. به نظر او، وقتی سخنگوی یک زبان، به زبان خود به عنوان ابزاری کارآمد در امر ارتباط می‌نگرد، طبیعتاً رابطه‌ای عاطفی نیز با آن پیدا می‌کند و به وجود آمدن این رابطه عاطفی زمینه‌ساز تبدیل زبان به مؤلفه‌ای از هویت می‌شود و مجدداً وقتی بین زبان و سخنگوی زبان رابطه عاطفی پدید آمد، به کارآمد کردن هر چه بیشتر زبان نیز توجه می‌گردد. به این ترتیب، پیوند نقش‌های ابزاری و عاطفی زبان می‌تواند زمینه‌ساز تبدیل زبان به نماد هویت ملی باشد. ایجر (۲۰۰۱) به نقش‌های مختلف زبان اشاره می‌کند و از جمله، دو نقش عمده برای آن برمی‌شمارد: نقش وحدت‌بخش (ارتباطی) و نقش جداکننده (انفصالی). این دو نقش در واقع دو روی یک سکه هستند؛ چرا که به طور معمول و البته نه ضرورتاً،



وحدت با یک گروه، متضمن جدایی از گروهی دیگر است و بالعکس. به این ترتیب، زبان با ایفای هر یک از این دو نقش، شاخص هویت گروهی یا اجتماعی خواهد بود. توماس (۱۹۹۱)، تبلور دو نقش وحدت‌بخشی و جداکنندگی یا تمایزطلبی زبان را در فرایند معیارسازی که یکی از فرایندهای رایج در برنامه‌ریزی زبان است می‌داند؛ چرا که یکی از اهداف این فرایند، یکدست‌کردن و وحدت‌بخشیدن به صورت‌های زبانی، به منظور متمایز شدن از صورت‌های زبانی دیگر است. به بیان دیگر، چون معیارسازی به مفهوم افزایش هنجارهای زبانی مشترک است، توجه به این فرایند، در یک جامعه زبانی، می‌تواند نشانگر متمرکز بودن جامعه و در نتیجه، هویت مشترک باشد. به همین دلیل، توماس (همان منبع) میزان توجه به معیارسازی زبان را نشان‌دهنده وجود هویت ملی مشترک می‌داند. او وجود اسطوره‌های زبانی (مانند برتری ذاتی یک زبان و سخنگویان آن، تأکید بر ارزش زیبایی‌شناختی زبان، توجه به خلوص زبان و مانند آن) را از جمله نشانه‌های وجود پیوند قوی بین زبان و هویت ملی معرفی می‌کند. وی در تحلیل فرایند پالایش زبان و رابطه آن با هویت ملی، خاستگاه این گرایش را نیاز به تقویت هویت ملی می‌داند و اساساً سره‌گرایی را اقرار تلویحی به وجود خارجی «غیر» معرفی می‌کند که این غیر، در زبان متجلی می‌شود. به نظر او، گاهی پالایش زبان فقط وسیله‌ای برای افزایش هوشیاری ملی در جهت ترغیب و ایجاد انگیزه برای پرورش زبان و در جهت تقویت هویت است. به این ترتیب، توماس نتیجه می‌گیرد که وقتی ملتی در جستجوی هویت ملی خود است، ممکن است با انتخاب زبان به عنوان شاخص هویت، منجر به شکل‌گیری زبان ملی شود و به عکس، شکل‌گیری و پیدایش زبان ملی ممکن است باعث تقویت هویت ملی گردد.

۲- زبان‌ها و هویت‌ها

اوکز^۱ (۲۰۰۱)، در کتاب خود تحت عنوان «زبان و هویت ملی: مقایسه فرانسه و سوئد»، به مقایسه سیاست‌های زبانی آشکار (دولتی و رسمی) با سیاست‌های زبانی پنهان (نگرش‌های مردم) و آزمایش نقش زبان در راهبردهای هویت ملی می‌پردازد. او معتقد است که نگرش‌ها و راهبردهای زبانی سطح رسمی و توده مردم، لزوماً یکسان نیست و تفاوت بین آنها را ناشی از وجود نوعی حالت گذار می‌داند. همچنین به نظر او، بیشترین تفاوت بین نگرش‌های رسمی و نگرش‌های جوانان وجود دارد؛ زیرا

1- Oakes



جوانان را رهبران تحول و از جمله تحولات زبانی می‌داند. او هویت ملی را در چهار بعد عمومی، ملی، اروپایی و جهانی در نظر می‌گیرد (اوکز، ۲۰۰۱: ۲۳۷-۲۳۰).

اوکز (۲۰۰۱)، معتقد است که معمولاً در سوابق تحقیقات، نظر فعالان زبان یک جامعه منعکس می‌شود و ما معمولاً در مورد نگرش‌های جامعه «واقعی» اطلاعاتی در دست نداریم. به هر ترتیب، بین نگرش‌ها، انگیزه‌ها و راهکارهای منتجه، ارتباطی هست و این ارتباط، نشان می‌دهد که بسیاری از جوامع، انگیزه‌های مختلط دارند. یکی بودن نگرش‌های جوامع، تضمین‌کننده یکی بودن انگیزه‌های آنها نیست؛ حتی اگر راهکارهای منتجه یکی باشد. ارتباط بین انگیزه، نگرش و راهکار، به هیچ‌وجه آشکار نیست. به نظر می‌رسد که ماهیت انگیزش با ساخت هویت مرتبط باشد. اوکز بر این باور است که در بافت چنین توجّهاتی به زبان، ایجاد هویت اجتماعی، مقدم بر هر انگیزه دیگر است. او اضافه می‌کند که انگیزه نیز همچون ساخت هویت، پویا بوده و بر هویت اجتماعی مبتنی است و با دامنه‌ای از نگرش‌ها و راهکارهای زبانی مرتبط است.

۳- زبان فارسی و هویت ایرانی

مسکوب (۱۳۷۳)، در کتاب خود «زبان فارسی و هویت ملی»، می‌کوشد که با استناد به روندهای تاریخی، جایگاه زبان فارسی به عنوان نماد هویت ملی را در دوره‌های مختلف مشخص کند. او در این سیر تاریخی، به این نکته مهم توجه می‌کند که فضای اجتماعی و سیاسی هر عصر، ماهیت و محتوای هویت ملی را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. آنچه در زیر می‌آید، برگرفته‌ای از آراء مسکوب است که به سبب اهمیت آن و جلب توجه خوانندگان، به تأثیر بافت اجتماعی - سیاسی بر جایگاه زبان به عنوان نماد هویت ملی، با تأکید ویژه ذکر شده است.

او ایرانیان پیش از اسلام را صاحب هویتی خاص می‌داند. برای اثبات این ادعا، به وجود دو مفهوم «ایرانی» در مقابل «انیرانی» و نیز وجود دستگاه دولتی متمرکز در ایران پیش از اسلام استناد می‌کند.

به نظر می‌رسد که مسکوب زبان فارسی را پیش از ظهور اسلام، مؤلفه‌ای از هویت ملی ایرانی نمی‌داند. او ظهور اسلام و تأکید بر ارزش‌گذاری‌های دینی را باعث کم‌رنگ شدن مفهوم تقابلی «ایرانی» و «انیرانی» و در نتیجه تأکید بر در آمیختن ایرانی و غیرایرانی به عنوان مسلمان قلمداد می‌کند. مسکوب، به تلاش‌های نظامی و فرهنگی ایرانیان، برای حفظ خاطره قوم کهن ایرانی، اشاره می‌کند. او تلاش‌های فرهنگی ایرانیان

برای ماندن را بسیار موفق‌تر از تلاش‌های نظامی می‌داند. زبان فارسی و تاریخ، از نظر مسکوب، از جمله عوامل مهم انتقال مؤلفه‌های فرهنگی ایران به دستگاه حکومت اعراب در ایران هستند؛ چرا که این دو عامل، وجوه تمایز ایرانیان از سایر مسلمانان بوده‌است. او به این ترتیب، ورود زبان و تاریخ به عنوان عناصر سازنده هویت ایرانی را توجیه می‌نماید. استدلال او این است که چون هنرهای ایرانی، مانند نقاشی، موسیقی و رقص، در اسلام جایز نبود و بنابراین این هنرها قادر به انعکاس هویت ایرانی در فضای اسلام نبودند، زبان مؤلفه‌ای اساسی برای ایفای این مهم شد. افزون بر این، متذکر می‌گردد که ایرانیان علاقه‌مند به حفظ دانش و خاطرات قومی خود، ابزاری بجز زبان نداشتند و به همین ترتیب بود که زبان فارسی، در کنار زبان عربی، به زبان دین تبدیل شد. مسکوب به مسأله تقدم و تاخر هویت ایرانی و هویت اسلامی اشاره می‌کند و می‌گوید «ایرانیان از نظر تاریخی ایرانی بودند و مسلمان، در حالی که از نظر اجتماعی مسلمان بودند و ایرانی». این نکته، اشاره دارد به مفهوم تغییر مؤلفه‌های هویت و ارزش آنها در مجموعه هویت که پیشتر از آن سخن گفتیم.

او به شکل‌گیری خودآگاهی ملی در میان ایرانیان، در اواخر قرن سوم، اشاره می‌کند که انعکاس آن، گردآوری و ثبت شاهنامه‌ها به عنوان اولین نثرهای فارسی پس از اسلام بود. انتخاب شاهنامه‌ها (نوعی تاریخ اساطیری - حماسی) و برخی آثار تاریخی دیگر (مثل تاریخ بلعمی)، بر مرکزیت تاریخ در شکل‌گیری هویت تأکید می‌کند. او تأثیر محتوایی شاهنامه‌ها را بر فرهنگ آن عصر، ورود جهان‌بینی قومی ایرانی به فرهنگ اسلامی می‌داند او معتقد است که با این تألیفات، گذشته ایرانیان در فرهنگ اسلامی حق اهلیت پیدا کرد. او به پادشاهی‌رسیدن خاندان‌های ایرانی و استقلال نسبی از خلافت بغداد در اوایل قرن چهارم را، نشان‌دهنده سیر فزاینده خودآگاهی ملی دانسته و هویت ایرانی در این دوره را به درخت تازه‌ای تشبیه می‌کند که بر زمین خاطرات قومی ایرانیان و در آب و هوای اسلام پرورش یافته بود و زبان فارسی را جلوه‌گاه این هویت جدید قلمداد می‌کند. او در این دوره، به رشد عرفان و در نتیجه نگارش متون عرفانی اشاره می‌کند. البته علت فارسی‌نویسی عرفا را به هیچ روی انگیزه‌های ملی نمی‌داند؛ زیرا به عقیده او عرفا توجهی به این گونه مسائل نداشته‌اند. ضمن اینکه آنها از دستگاه حکومت نیز روی گردان بودند و بنابراین، بی‌نیاز از زبان رسمی حکومت. در عین حال، نوشتن، ابزار ارتباط عرفا با مردم بود و از این رو، آنها پیشتر از عرصه تألیف به زبان فارسی، که زبان مردم بود، بودند. نکته دیگری که مسکوب در توجیه علت توجه عرفا

به زبان فارسی نوشتاری مطرح می‌کند، این است که عرفان، تجربه‌ای درونی و حالی معنوی است که به زبان جان می‌توان بیانش کرد. بنابراین عرفا به فارسی به عنوان زبان مادری می‌نگریستند؛ چرا که روح عرفان با نگاه به زبان، به عنوان نماد هویت ملی، سازگار نبود. این نکته، ما را به هویت عرفانی زبان فارسی رهنمون می‌کند. در مقابل، به تأثیر علمای دین در رواج فارسی شفاهی و نه کتبی، اشاره می‌کند و متذکر می‌شود که زبان نوشتارهای دینی، همچنان عربی باقی ماند. او شروع کار شیعه در تألیف کتب فارسی را اواسط قرن ششم می‌داند و قرن هفتم را زمان کم‌شدن تأثیر عربی در فارسی، به سبب حمله مغول به ایران، محسوب می‌کند. وی متذکر می‌شود که در این دوران، دیوانیان حکومت مغول همگی ایرانی بودند و فارسی، تنها زبان سیاسی و دیوانی ایرانیان بود. قرون هفتم و هشتم، از دیدگاه او، آغاز تحول و تبدیل عرفان از دستگاهی معنوی به سازمانی اجتماعی بود و قرون ده و یازده و دوره صفویه و قاجاریه نیز اوج انحطاط فرهنگی و اخلاقی جامعه ایرانی و عرفان بوده است. با این حال، وی به نقش شاهان صفوی در گسترش زبان فارسی اشاره می‌کند. او معتقد است که چون شاهان صفوی با اهداف سیاسی به تبلیغ مذهب می‌پرداختند، به ناچار، به زبان مخاطبانشان یعنی مردم ایران روی آوردند و به این ترتیب، برای اولین بار در این دوره، مسائل فقهی به زبان ساده نوشته شد.

مسکوب برای زبان و ملیت پس از مشروطه، معنا و نقش جدیدی قائل می‌شود. او به تحول نقش زبان در بین دو طبقه ظاهراً همتراز دیوانیان (پیش از مشروطه)، و کارمندان (پس از مشروطه) اشاره می‌کند و از این مقایسه، نتیجه می‌گیرد که تولید زبان فارسی، که روزی بر دوش دیوانیان بود، امروز نه به کارمندان بلکه به روشنفکران و روزنامه‌نگاران رسیده است.

پری (۱۹۸۵) در مقایسه برنامه‌ریزی زبان فارسی و ترکی در عهد رضا شاه و آتاتورک، علت عدم ایجاد تغییرات شدید در فارسی را آن می‌داند که فارسی، پس از تشیع، مهمترین نماد هویت ملی ایرانیان بود. ضمناً اضافه می‌کند که گرایش بیگانه‌ستیزی ایرانیان در جهت بازگرداندن فرهنگ باستانی ایران نیز، تأثیر عمده‌ای در حفظ زبان فارسی داشته است.

حکاک (۱۹۸۹)، به رویکرد متعادل امروز فارسی‌زبانان در جهت تقویت زبان فارسی برای ایفای نقش به عنوان ابزار ارتباطی مدرن اشاره کرده و زبان فارسی را پایدارترین عنصر هویت فرهنگی ایرانی قلمداد می‌کند.



ربانی (۱۳۷۹: ۱۴۷) اعلام می‌دارد که بین کسانی که دارای هویت قومی هستند و زبان مادری آنها غیرفارسی است و کسانی که زبان مادریشان فارسی است، از نظر اعتقاد به هویت ملی، تفاوتی وجود ندارد.

یکی از نتایج پژوهش ربانی (۱۳۸۱: ۱۸۱)، چنین بیان شده است: «بین کسانی که دارای هویت قومی هستند (آذری، کرد، بلوچ و مانند آن) و زبان مادری آنها فارسی نیست و کسانی که زبان مادری‌شان فارسی است، از نظر اعتقاد به هویت ملی، تفاوتی وجود ندارد و هر دسته، تقریباً به یک اندازه، به هویت ملی خود آگاه و بدان پای‌بندند».

نمادهای هویت ملی ایرانی از دیدگاه مردم

۱- روش‌شناسی پژوهش میدانی

گزارش حاضر، شرح بخش کوچکی از یک پژوهش میدانی گسترده‌تر، برای ارزیابی هوشیاری زبانی ایرانیان ساکن تهران است. از جمله محدودیت‌های این پژوهش، منحصراً شدن آن به شهر تهران می‌باشد که قطعاً به سبب محدودیت‌های اجرایی نگارنده بوده است. اجرای این پژوهش در سایر نقاط ایران، در اصلاح و تعدیل نتایج این پژوهش، بسیار مؤثر و مطلوب خواهد بود.

در پایان سال ۱۳۸۳ و اوایل سال ۱۳۸۴، پژوهشی میدانی برای بررسی وضع هوشیاری زبانی ایرانیان انجام شد. پرسش‌نامه مربوط به این نگرش‌سنجی، در میان بیش از ۸۲۶ مرد و زن ایرانی ساکن شهر تهران، در گروه‌های دانش‌آموز (سال سوم دبیرستان)، دانشجو، دانشگاهی و فرهنگستانی توزیع شد. فراوانی گروه‌های مختلف پاسخگویان را از نظر جنس، سن، هویت صنفی و زبان مادری در جداول زیر مشاهده می‌کنید:

جدول شماره ۱: توزیع پاسخ‌گویان برحسب جنس

جنس	فراوانی	درصد
زن	۴۳۷	۵۳
مرد	۳۸۹	۴۷
جمع	۸۲۶	۱۰۰

جدول شماره ۲: توزیع پاسخ‌گویان برحسب سن

سن	فراوانی	درصد
۱۶-۱۹	۳۸۳	۴۶/۴
۲۰-۲۹	۲۳۳	۲۸/۲



۵/۸	۴۸	۳۰-۳۹
۷/۵	۶۲	۴۰-۴۹
۵/۲	۴۳	۵۰-۵۹
۶/۹	۵۷	۶۰ و بالاتر
۱۰۰	۸۲۶	جمع

جدول شماره ۳: توزیع پاسخ‌گویان برحسب هویت صنفی

درصد	فراوانی	میزان تحصیلات
۴۲/۸	۳۵۱	دانش‌آموز
۳۷/۹	۳۱۱	دانشجو
۱۳/۴	۱۱۰	دانشگاهی
۵/۹	۴۸	دانشگاهی فرهنگستان
۱۰۰	۸۲۶	جمع

جدول شماره ۴: توزیع پاسخ‌گویان برحسب زبان مادری

درصد	فراوانی	زبان مادری
۹۰/۷	۷۴۹	فارسی
۹/۳	۷۴	غیرفارسی
۱۰۰	۸۲۶	جمع

محتوا و ساختار پرسش‌نامه، اگرچه برگرفته از مرور آثار چاپ‌شده تألیفی محققان ایرانی است (یعنی به مسائلی پرداخته شده که در این مقالات، به عنوان دغدغه‌های زبانی، مطرح شده است) (داوری: ۱۳۸۴)، اما الگوبرگیزی اولیه آن، از کار اوکز (۲۰۰۱) است. اوکز نیز پرسش‌نامه خود را برگرفته از کارهای تراژیل و زاواراس (۱۹۷۷) درباب هویت نژادی زبان آلبانیایی - یونانیان، بلازی (۱۹۸۲) درباب رمزگردانی از فرانسه به عربی در تونس، بتاهیل (۱۹۸۳) درباب رمزگردانی فرانسه - عربی در مراکش، ادواردز و شیم^۱ (۱۹۸۷) درباره نگرش‌های زبانی در بلژیک، فلتز^۲ (۱۹۸۸) درباره نگرش‌های فرانسویان نسبت به انگلیسی به عنوان زبان جهانی، بیکر (۱۹۹۲) درباره نگرش نسبت به دوزبانگی در ویلز و وینگستر (۱۹۸۸) درباره ایدئولوژی زبانی در سوئد می‌داند.

پرسش‌نامه پس از انجام مطالعه مقدماتی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر منطقه ۲ تهران، که در آذرماه سال ۱۳۸۳ انجام شد، اصلاح گشت. انتخاب دوره سنی ۱۷ سال به

1- Sheam

2- Fletz



بالا، به این دلیل بود که بتوانیم اختلاف نسل‌ها را در دههٔ دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم مقایسه و به همین ترتیب، تأثیر تحصیلات در نگرش زبانی افراد را بررسی کنیم. پرسش‌نامهٔ اصلاح‌شده، در اسفندماه ۱۳۸۳، بین اساتید فرهنگستان و در فروردین، اردیبهشت و خردادماه ۱۳۸۴، در بین دانشجویان، دانشگاهیان و پژوهشگران فرهنگستانی توزیع شد.

تأیید اعتبار پژوهش‌های نگرش‌سنجی بسیار دشوار است؛ چرا که معمولاً بین سه مؤلفهٔ سازندهٔ نگرش یعنی احساس، آگاهی و عمل، هماهنگی وجود ندارد. در این تحقیق، به هر سه مؤلفه، ارزشی هم‌تراز داده شده است؛ چرا که بین محققان، توافقی در مورد ارجحیت هیچ یک از مؤلفه‌ها وجود ندارد. به بیان دیگر، برخی مؤلفهٔ آگاهی را مهمتر از بقیه می‌دانند و استدلال آنها این است که نه آنچه مردم به آن باور دارند، بلکه آنچه به عنوان هنجار و ارزش جامعه می‌شناسند، مهم است؛ چون هدف دست‌یافتن به نظر گروه می‌باشد. به هر ترتیب، در این تحقیق، ما برتری خاصی برای هیچ‌یک از سطوح آگاهی، احساس و عمل قائل نیستیم و هر سه سطح را هم‌تراز قلمداد می‌کنیم.

انتخاب نمونه و حجم آن

نمونه‌گیری در این پژوهش، به صورت تصادفی ساده بوده است. به‌طور کلی، از ده دبیرستان، از مناطق ۱، ۲، ۴، ۶ و ۱۶ آموزش و پرورش تهران، نمونه‌برداری شد. در هر منطقه، یک دبیرستان پسرانه و یک دبیرستان دخترانه، به‌طور تصادفی، برگزیده شد. به‌صورت تصادفی، از میان نام دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی دولتی و خصوصی، نام دانشگاه تهران (برای رشته‌های علوم انسانی)، علم و صنعت (برای رشته‌های علوم و علوم مهندسی)، شهید بهشتی (برای رشته‌های پزشکی)، هنر (برای رشته‌های هنر) انتخاب شد. حجم نمونه آماری این پژوهش، براساس جدول تعیین حجم نمونهٔ کرجسی و مورگان (۱۹۷۰: ۶۰۷-۶۱۰) و با استناد به کتب آمار آموزش و پرورش و آموزش عالی، تعیین شد. بر اساس منابع مذکور، تعداد کل دانش‌آموزان ایران، ۱۶۷۵۴۳/۴۴۰ نفر بود که از این میان، ۱/۱۰۶۶۱۷ نفر دانش‌آموز سال سوم متوسطه بودند. تعداد دانش‌آموزان پایهٔ سوم دورهٔ متوسطه در شهر تهران، ۱۲۸۴۰۵ نفر می‌باشد (۵۹۵۸۱ پسر و ۶۸۸۲۴ دختر) که بر طبق جدول کرجسی و مورگان، ۳۸۴ نفر حجم نمونه این گروه تعیین شده است. تعداد دانشجویان استان تهران، ۱۷۵۹۶۵ نفر می‌باشد که از این میان، ۱۲۰۳۰۸ نفر دانشجوی کارشناسی و دکترای حرفه‌ای می‌باشند و از این‌رو، نیازمند حجم نمونه‌ای معادل ۳۸۴ نفر است.



تعداد کادر آموزشی دانشگاه‌ها در تهران، ۱۷۶۶۴ نفر می‌باشد که حجم نمونه‌ای برای ۳۷۶ نفر می‌طلبد.

تعداد اساتید و پژوهشگران فرهنگستان، حدود ۳۰۰ نفر است که برخی از آنها در همان گروه، کادر آموزشی دانشگاه‌ها هم هستند و به همین دلیل، این گروه را جامعه آماری مجزایی از گروه دانشگاهیان در نظر نگرفتیم و حجم نمونه‌ای حدود ۶۰ نفر از فرهنگستانیان، انتخاب شد. به این ترتیب، کل حجم نمونه به ۱۱۴۰ نفر رسید. در مرحله پیش‌آزمون، مشخص شد که حضور پژوهشگر در هنگام توزیع پرسش‌نامه، بسیار مؤثر است. به این ترتیب، نگارنده شخصاً مبادرت به توزیع پرسش‌نامه نمود، مگر در مواردی معدود.

تحلیل آماری

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، داده‌ها کدبندی و وارد نرم‌افزار آماری SPSS گردید. متغیرهای مستقل در این تحقیق، عبارتند از سن، و هویت صنفی و بقیه متغیرها از اهمیت ثانویه برخوردارند.

برای آزمون تأثیر سن، میزان تحصیلات، هویت صنفی و دیگر متغیرهای مستقل، جدول‌های تقاطعی و آنوا طراحی و برای آزمایش وابستگی متقابل دو مجموعه داده، آزمون‌های آماری مربوطه (کای اسکور^۱، سامرز^۲، کرامرز^۳ و کندال^۴) انجام شد. برای هر دو نوع آزمون (آنوا، جدول‌های تقاطعی)، سعی شد تعداد نسبتاً زیاد آزمون‌های انجام‌شده، با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ سنجیده شود. در مواردی که با متغیرهای اسمی مواجه بودیم، سعی شده از جداول آنوا استفاده شود و در مواردی که با متغیرهای رتبه‌ای سروکار داشتیم، از جداول متقاطع استفاده شد.

توصیف داده‌ها

هدف این مقاله، توصیف پاسخ‌های یک سؤال از پرسش‌نامه توزیع‌شده (سؤال مربوط به مشخص کردن هویت ملی) و بررسی تأثیر متغیرهای مستقل سن و هویت صنفی پاسخ‌گویان است. کل سؤالات پرسش‌نامه، براساس تقسیم‌بندی زیر تنظیم شده بود:

الف) نگرش به زبان فارسی

ب) نگرش به برنامه‌ریزی زبان فارسی

1- ANOVA
2- X2

3- Somer's
4- Kramers

5- Kendal



ج) نگرش به زبان فارسی و برنامه‌ریزی آن که به آن هوشیاری زبانی می‌گوییم. گزارش حاضر، بخشی از نگرش پاسخ‌گویان به زبان فارسی را نشان می‌دهد و در واقع، زیرمجموعه‌ای از قسمت الف است.

توزیع پرسش‌نامه بین ۸۲۶ نفر دانش‌آموز، دانشجو، دانشگاهی و فرهنگستانی به روش تصادفی انجام شد. پاسخ‌گویان از نظر سنی به شش گروه تقسیم شدند: ۴۷/۴ درصد افراد بین ۱۹-۱۶ سال، ۲۸/۲ درصد بین ۲۹-۲۰ سال، ۵/۸ درصد بین ۳۹-۳۰ سال، ۷/۵ درصد افراد بین ۴۹-۴۰ سال، ۵/۲ درصد افراد بین ۵۹-۵۰ سال و ۶/۹ درصد، از ۶۰ به بالا بودند. البته، در مورد سن، طبقه‌بندی دیگری نیز به دست داده شد: گروه اول نوجوان، گروه دوم و سوم جوانان، گروه چهارم و پنجم میان‌سال و گروه ششم، مسن قلمداد شدند.

از نظر جنسیت، ۵۳ درصد افراد نمونه، زن و ۴۷ درصد مرد بودند. فراوانی پاسخ‌گویان، از نظر محل تولد، به قرار زیر بوده است: ۴۹۴ نفر متولد تهران (۶۱/۵٪)، ۱۲ نفر متولد همدان (۱/۵٪)، ۱۰ نفر متولد گلستان (۱/۲٪)، ۱۵ نفر متولد کرمانشاه (۱/۹٪)، ۳۴ نفر متولد اصفهان (۴/۲٪)، ۱۱ نفر متولد استان مرکزی (۱/۴٪)، ۱۱ نفر متولد لرستان (۱/۴٪)، ۴ نفر متولد استان چهارمحال و بختیاری (۰/۵٪)، ۱۴ نفر متولد یزد (۱/۷٪)، ۷ نفر متولد آذربایجان غربی (۰/۹٪)، ۲۱ نفر متولد خراسان (۲/۶٪)، ۸ نفر متولد اردبیل (۱٪)، ۱۰ نفر متولد مازندران (۱/۲٪)، ۱۹ نفر متولد فارس (۲/۴٪)، ۱۸ نفر متولد گیلان (۲/۲٪)، ۲۳ نفر متولد خوزستان (۲/۹٪)، ۲۴ نفر متولد آذربایجان شرقی (۳٪)، ۲ نفر متولد قم (۰/۲٪)، ۳۴ نفر متولد قزوین (۴/۲٪)، ۵ نفر متولد کرمان (۰/۶٪)، ۴ نفر متولد کردستان (۰/۵٪)، ۱۰ نفر متولد سمنان (۱/۲٪)، ۴ نفر متولد کشورهای عربی (۰/۵٪) و ۹ نفر نیز متولد کشورهای غربی (۱/۲٪) بوده‌اند.

زبان مادری ۹۰/۷ درصد افراد فارسی و ۹/۳ درصد غیرفارسی بود. افراد مذکور، از نظر اقامت در تهران، به پنج دسته تقسیم شدند که ۱۹/۰۹ درصد آنان، پنج سال یا کمتر، ۵/۷ درصد بین شش تا ده سال، ۵ درصد بین یازده تا پانزده سال، ۲۸ درصد بین شانزده تا بیست سال و ۳۱/۵ درصد، بیشتر از بیست سال در تهران اقامت داشته‌اند.

افراد از نظر هویت صنفی، به چهار طبقه دانش‌آموز، دانشجو، استاد دانشگاه و فرهنگستانی تقسیم شدند که ۴۲/۸ درصد دانش‌آموز، ۳۷/۹ درصد دانشجو، ۱۳/۴ درصد دانشگاهی و ۵/۹ درصد افراد فرهنگستانی بودند.



سؤال مورد بررسی در این گزارش، عبارت بود از:
 «نمادهای هویت ملی ایرانی از نظر شما کدام‌اند؟ ده مورد را برشمارید و سه تا از
 مهمترین این نمادها را در ابتدای فهرست خود ذکر کنید».

یافته‌های تحقیق

به‌طور کلی، می‌توان نمادهای هویت ملی از نظر پاسخ‌گویان را به نوزده طبقه تقسیم کرد که البته، برخی طبقات با یکدیگر هم‌پوشانی دارند و برخی دارای زیرطبقاتی هستند که در فهرست زیر مشخص شده‌است:

۱- فرهنگ

- الف) آداب و رسوم؛ مثل اعیاد، جشن سده، شب یلدا، مهرگان، عروسی و عزا، چهارشنبه‌سوری، سیزده‌به‌در، و مانند آن.
- ب) لباس؛ مثل حجاب، چادر، لباس محلی و مانند آن.
- ج) رفتار دولتمردان بزرگ تاریخی و مانند آن.
- د) غذای ایرانی؛ مثل شله‌زرد، آبگوشت و مانند آن.
- ه) باورها.

۲- خصوصیات اخلاقی (که در واقع بخشی از فرهنگ ماست)

- الف) خصوصیات مثبت؛ مثل احترام به بزرگ‌ترها، خونگرمی، مهمان‌نوازی، عشق به والدین، احساساتی‌بودن، تعارف و مانند آن.
- ب) خصوصیات منفی مثل دروغ‌گویی، دزدی، ریاکاری، جهالت، پول‌پرستی، ناهماهنگی فکر با عمل، خلف وعده و مانند آن.
- ج) خصوصیات سیاسی یا ملی مثبت؛ مثل میهن‌پرستی، استقلال‌طلبی، استقامت، عشق به گذشته و مانند آن.
- د) خصوصیات سیاسی یا ملی منفی؛ مثل فردگرایی، میل به بی‌قانونی و مانند آن.
- ه) مذهبی بودن؛ مثل توجه به مسائلی چون نذر، وقف، شرکت در مراسم عاشورا و مانند آن.

۳- شناسنامه ایرانی (بی‌هویتی)

- ۴- آثار باستانی؛ مثل تخت جمشید، پاسارگاد، کتیبه حقوق بشر کوروش، ارگ بام، چهل‌ستون، چارباغ، حمام فین و مانند آن.
- ۵- اساطیر ایرانی؛ مثل اسطوره‌های شاهنامه (رستم و سهراب)، سیمرغ، شیروخورشید و مانند آن.



- ۶- پرچم
 ۷- ورزش‌های باستانی ایرانی و ورزش ملی معاصر مثل کشتی
 ۸- دین
 الف) آیین زرتشتی
 ب) اسلام
 ج) مذهب تشیع
 د) عرفان و تصوف
 ۹- قومیت؛ مثل تنوع قومی، چهره و فرم صورت، اصالت
 ۱۰- سرود ملی
 ۱۱- جغرافیا و مکان‌ها
 الف) جغرافیا؛ مثل نقشه ایران، مرز
 ب) مکان‌ها؛ مثل دریای خزر، خلیج فارس، شهر محل تولد، دماوند
 ج) طبیعت؛ مثل خاک، آب، کوه، دریا، کویر
 ۱۲- اقتصاد؛ مثل کشاورزی، صنایع ملی، نفت، پسته، فرش، خاویار، پیکان، زعفران
 ۱۳- هنر؛ مثل موسیقی، قالی‌بافی، معماری، تئاتر، نقاشی، کارهای دستی، خوشنویسی، مینیاتور
 ۱۴- زبان فارسی؛ مثل عدم به‌کارگیری الفاظ خارجی، اصطلاحات عامیانه و ضرب‌المثل‌ها، خط فارسی و مانند آن.
 ۱۵- ادبیات؛ مثل شعر، شاهنامه، لغت‌نامه دهخدا، بوستان، گلستان سعدی، دیوان حافظ، رباعیات خیام، مثنوی معنوی، آثار نیما یوشیج و مانند آن.
 ۱۶- علم و صنعت؛ مثل کتاب‌های قانون و شفا، ابن سینا
 ۱۷- تاریخ و تمدن؛ مثل دوران هخامنشیان، ساسانیان و صفویان
 ۱۸- مشاهیر ایرانی
 الف) ادبی؛ مثل مولوی، حافظ، فردوسی و مانند آن.
 ب) علمی؛ مثل ابوعلی سینا
 ج) سیاسی؛ مثل امیرکبیر، قائم‌مقام فراهانی، مصدق، امام خمینی مانند آن.
 د) دینی؛ مثل امام خمینی
 ۱۹- سیاست
 الف) توجه به مسائل ملی؛ مثل تمامیت ارضی



- (ب) توجه به مسائل مذهبی؛ مثل ولایت فقیه
 (ج) روابط سیاسی؛ مثل نه شرقی، نه غربی
 (د) توجه به دفاع؛ مثل جنگ تحمیلی، شهدا
 (ه) وجود قوانین

توزیع فراوانی افراد از نظر انتخاب نماد هویت ملی

از پاسخ‌گویان خواسته شده بود که در مجموع و حتی‌الامکان، ده نماد هویت ملی ایرانی را ذکر و در این میان، سه نمادی که از نظر آنها مهمترین هستند را به ترتیب اولویت مشخص کنند. نتیجه کلی به قرار زیر بود:

بیشترین فراوانی، مربوط به زبان فارسی به عنوان هویت ملی است با $13/3$ درصد و پس از آن، آداب و رسوم با $12/1$ درصد و در درجه سوم، خصوصیات اخلاقی مثبت با $11/2$ درصد قرار دارد. سه موضوع خصوصیات ملی منفی، توجه به روابط سیاسی و توجه به دفاع، کمترین فراوانی را داشته‌اند ($0/1$).

در مورد ترتیب اولویت سه نماد مهمتر، به نتیجه زیر رسیدیم:

بیشترین فراوانی در میان مؤلفه‌هایی که به عنوان اولین نماد هویت ملی انتخاب شده‌اند، مربوط است به زبان فارسی با $40/6$ درصد و موارد غذای ایرانی، مذهبی بودن، ورزش‌های باستانی ایرانی، اقتصاد، مشاهیر دینی و روابط سیاسی، کمترین درصد فراوانی را داشته‌اند ($1/2$). فرهنگ (در زیر طبقه آداب و رسوم)، بیشترین درصد را در اولویت دوم به خود اختصاص داده است ($22/2$). اولویت سوم نیز از آن فرهنگ (در زیر طبقه آداب و رسوم) به عنوان نماد هویت ملی بوده است.

به‌طور کلی، نمادهای هویت ملی ایرانی به ترتیب اولویت از نظر پاسخ‌گویان چنین بوده است: زبان، فرهنگ، خصوصیات اخلاقی، دین، ادبیات، هنر، تاریخ، آثار باستانی، مشاهیر ایرانی، جغرافیا، پرچم، سیاست، اساطیر، نژاد، سرود ملی، افتخارات علمی، شناسنامه ایرانی، اقتصاد.

تأثیر متغیر سن و هویت صنفی در تلقی از نماد هویت ملی

مهمترین نماد هویت ملی از نظر دانش‌آموزان، زبان فارسی بوده است ($17/8$). پس از آن، خصوصیات اخلاقی و فرهنگ بوده‌اند ($14/7$).

مهمترین نماد هویت ملی از نظر دانشجویان، زبان فارسی بوده است ($49/8$). پس از آن پرچم (12) و سپس، فرهنگ ($9/2$) بوده است.



مهمترین نماد هویت ملی از نظر دانشگاهیان نیز زبان فارسی بوده است (۶۰/۲٪).
 دومین جایگاه را دین داشته (۸٪) و جایگاه بعدی، از آن پرچم (۶۷/۸٪) بوده است.
 مهمترین نماد هویت ملی از نظر فرهنگستانیان، زبان فارسی بوده است (۷۹/۵٪).
 پس از آن تاریخ و تمدن (۶۷/۸٪) و سرانجام، فرهنگ (۴/۵٪) قرار می‌گیرد.
 جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان در گزینش نمادهای هویت ملی
 به تفکیک هویت صنفی

ردیف	نمادهای هویت ملی	دانش آموزان	دانشجویان	استادان	فرهنگستانیان
۱	فرهنگ	۱۴/۷٪	۹/۲٪	۵/۷٪	۴/۵٪
۲	خصوصیات اخلاقی	۱۴/۷٪	۴٪	۳/۴٪	—
۳	بی‌هویتی (شناستامه)	۰/۴٪	۰/۴٪	۲/۳٪	۲/۳٪
۴	آثار باستانی	۸/۵٪	۵/۲٪	—	—
۵	اساطیر ایرانی	۲/۳٪	۰/۸٪	۱/۱٪	—
۶	پرچم	۸/۵٪	۱/۲٪	۶/۸٪	—
۷	ورزش‌های باستانی	۰/۴٪	—	—	—
۸	دین	۸/۱٪	۵/۲٪	۸٪	۲/۳٪
۹	قومیت	۰/۴٪	۱/۲٪	—	—
۱۰	سرود ملی	۰/۸٪	۰/۴٪	—	—
۱۱	جغرافیا و مکان‌ها	۵/۸٪	۰/۸٪	۳/۴٪	—
۱۲	اقتصاد	—	۰/۴٪	—	—
۱۳	هنر	۲/۷٪	۰/۸٪	—	—
۱۴	زبان فارسی	۱۷/۸٪	۴۹/۸٪	۶۰/۲٪	۷۹/۵٪
۱۵	ادبیات	۱/۵٪	۲/۴٪	۵/۷٪	۲/۳٪
۱۶	علم و صنعت	—	—	—	—
۱۷	تاریخ و تمدن	۴/۶٪	۳/۶٪	۲/۳٪	۶/۸٪
۱۸	مشاهیر ایرانی	۵/۴٪	۲/۸٪	—	۲/۳٪
۱۹	سیاست	۳/۵٪	۱/۲٪	۱/۱٪	—

خلاصه یافته‌های تحقیق

آنچه از مجموع یافته‌های مربوط به نمادهای هویت ملی، می‌توان دریافت کرد، یکی این است که زبان فارسی جایگاه ویژه‌ای در نمادهای هویت ملی ایرانی دارد؛ با این



حال، در مورد تعبیر از زبان فارسی به عنوان اولین نماد هویت ملی ایرانی باید احتیاط کرد (چون موضوع پرسش‌نامه توزیع شده زبان فارسی بوده است، ممکن است نوعی سوگیری به پاسخ‌گویان داده باشد). البته چون زبان فارسی یکی از مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی است و فرهنگ ایرانی در این نگرش‌سنجی جایگاه دومین نماد هویت ملی را به دست آورده است، می‌توان با قاطعیت فرهنگ و زبان فارسی را به عنوان اولین نماد هویت ملی دانست. آنچه در این بخش از پاسخ‌های افراد، بسیار قابل توجه است، این است که با این نگرش‌سنجی، به فهرست کاملی از مؤلفه‌های احتمالی نمادهای هویت ملی ایرانی دست یافته‌ایم. در واقع، در طبقات نوزده‌گانه هویت ملی، پاسخ‌گویان به آنچنان ظرایف و دقایقی از هویت ملی ایرانی اشاره کرده‌اند که شگفت‌آور است. خلاصه این فهرست به قرار زیر می‌باشد:

۱- فرهنگ (آداب و رسوم، لباس، رفتار، غذا، باورها و مانند آن)، ۲- خصوصیات اخلاقی (مثبت و منفی)، ۳- شناسنامه ایرانی، ۴- آثار باستانی، ۵- اساطیر ایرانی، ۶- ورزش‌های باستانی و ورزش ملی معاصر، ۷- دین، ۸- قومیت، ۹- سرود ملی، ۱۰- جغرافیا و مکان‌ها، ۱۱- اقتصاد، ۱۲- هنر، ۱۳- زبان فارسی، ۱۴- ادبیات، ۱۵- علم و صنعت، ۱۶- تاریخ و تمدن، ۱۷- مشاهیر ایرانی، ۱۸- سیاست، ۱۹- پرچم.

نکته دیگر اینکه، به نظر می‌رسد هر چه سن افراد و در نتیجه هویت صنفی آنها بالاتر رفته‌است، مؤلفه‌های ذکر شده به عنوان هویت ملی کمتر و کلی‌تر شده‌است؛ به این مفهوم که دانش‌آموزان، نسبت به فرهنگستانیان، به دقایق و ظرایف بیشتری اشاره کرده‌اند. ممکن است علت این تفاوت، این باشد که دانش‌آموزان در حضور پژوهشگر پرسش‌نامه را پاسخ داده‌اند؛ ضمن اینکه اغلب دانش‌آموزان از چستی هویت ملی می‌پرسیدند و از این‌رو پژوهشگر پیش از آغاز کار توضیحاتی کلی و ساده درباره هویت ملی برای دانش‌آموزان داده است. سه گروه دانش‌آموز، دانشجویان و فرهنگستانیان، به طور مشابه، فرهنگ را به عنوان سومین نماد هویت ملی انتخاب کرده‌اند؛ در حالی که فرهنگ در زمره سه نماد اول هویت ملی دانشگاهیان به چشم نمی‌خورد و در عوض، دانشگاهیان تنها گروهی هستند که به دین به عنوان یکی از سه نماد هویت ملی اصلی ایرانیان توجه کرده‌اند. همچنین، دانشگاهیان و دانشجویان، به پرچم به عنوان نماد هویت ملی اشاره کرده‌اند، در حالی که دو گروه دیگر چنین برداشتی از پرچم ندارند. دانش‌آموزان، خصوصیات روحی و اخلاقی را به عنوان نماد هویت ملی، معتبر می‌دانند؛ در حالی که فرهنگستانیان، تاریخ و تمدن را. شاید مقایسه دو سر طیف، یعنی

دانش‌آموزان با فرهنگستانیان، نشان از دو نوع نگرش همزمانی و در زمانی، که به ترتیب متعلق به نسل نو و نسل قدیمتر است، داشته باشد. شاید این تفاوت انتخاب، حاکی از این باشد که نسل جدید، به زمان حال توجه بیشتری دارد و نسل قدیم، به تاریخ می‌نگرد. در مجموع، چنانکه قبلاً هم گفته شد، به نظر می‌رسد که با افزایش سن و تحصیلات، جایگاه زبان فارسی به عنوان نماد هویت ملی در میان پاسخگویان، تقویت می‌شود. از جمع سه نماد اول انتخاب‌شده توسط گروه‌های مختلف، زبان فارسی و فرهنگ، خصوصیات اخلاقی، پرچم، دین و تاریخ و تمدن، در اولویت قرار دارند. زبان فارسی، انتخاب مشترک همه گروه‌ها و فرهنگ، انتخاب مشترک دانش‌آموزان، دانشجویان و فرهنگستانیان است. دین در زمره سه نماد اول هویت ملی دانشگاهیان قرار دارد. پرچم، انتخاب مشترک دانشگاهیان و دانشجویان می‌باشد.

برای دانش‌آموزان، خصوصیات اخلاقی در زمره سه نماد اول هویت ملی قرار دارد و برای فرهنگستانیان، تاریخ و تمدن.

با افزایش سن و تحصیلات، فارسی به عنوان نماد هویت ملی تقویت می‌شود. پری در مقایسه برنامه‌ریزی زبان در ایران و ترکیه، در صحبت از نمادهای هویت ملی، فارسی را به عنوان دومین نماد هویت ملی پس از دین اسلام معرفی می‌کند؛ اما در نگرش‌سنجی حاضر، فارسی جایگاه اول را دارد. در عین حال، ممکن است بتوان این نتیجه را این‌طور توجیه کرد که با افزایش سن، میزان تعلق خاطر افراد به زبان فارسی، به عنوان نماد هویت ملی نیز افزایش می‌یابد؛ چون زبان درونی‌تر و خودی‌تر می‌گردد.

نتیجه‌گیری

- شکل‌گیری هویت ملی و در نتیجه نمادهای آن، فرایندی تاریخی است که مسایل همزمانی و در زمانی بسیاری در آن دخیلند.

- از جمله این مسایل در زمانی و همزمانی، می‌توان به وقایع تاریخی، اجتماعی، جغرافیایی، فرهنگی (دین، زبان و آداب و رسوم)، اقتصادی، سیاسی، علمی و تکنولوژیک و مانند آن اشاره کرد که هر یک می‌توانند از جمله مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هویت ملی باشند.

- به دلایل فوق، ماهیت هویتی هر ملت در طول تاریخ و در برهه‌های مختلف تغییر می‌کند؛ به طوری که باید گفت هویت پدیده‌ای پویاست و نه ایستا.

- ایرانیان پیش از اسلام؛ به سبب پرچمداری تمدن و فرهنگ، دارای هویت ملی



- بوده‌اند و بهتر است در بافت ایران، به این گفته که «مفهوم هویت ملی مفهومی است که پس از ظهور دولت‌های متمرکز غربی ایجاد شده است»، به دیده تردید نگریست.
- به نظر می‌رسد که زبان فارسی، پیش از اسلام نماد هویت ایرانیان نبوده‌است.
- چون هویت مفهومی است که دو وجه وحدت‌طلبی و تمایزجویی را به طور همزمان در خود دارد، و یکی از وجوه تمایز ایرانیان از سایر مسلمانان، زبان فارسی بوده است، جایگاه «نماد هویت ملی» ایرانیان را احراز نموده‌است.
- در طول تاریخ پس از اسلام، زبان فارسی توسط گروه‌های مختلف، و به دلایل مختلف، مورد توجه و در نتیجه در کانون مسائل هویتی قرار گرفته است. برخی از این دلایل عبارتند از نیاز قوم کهن ایرانی به ماندن، سابقه تمدنی ایران، استقلال‌طلبی از غیر، تسلط غیر ایرانیان بر ایران، استفاده سیاسی از دین و مذهب، ضرورت برقراری ارتباط با عامه مردم و در نتیجه، استفاده از زبان آنها، نوعی مخالفت با حکومت، رونق و گسترش حوزه عرفان، گسترش صنعت چاپ و نشر، گسترش علوم و مانند آن.
- هویت ایرانی دارای مؤلفه‌های بسیاری است که مهمترین آنها، فرهنگ، زبان و تاریخ می‌باشند.
- زبان فارسی در میان مؤلفه‌های مختلف هویت ملی ایرانی، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.
- با افزایش سن و تحصیلات افراد، زبان فارسی جایگاه مهمتری را در میان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هویت احراز می‌کند.
- با توجه به جایگاه ویژه زبان فارسی در میان نمادهای هویت ملی ایرانی، سزاوار است که برنامه‌ریزان زبان فارسی توجه ویژه‌ای به برنامه‌ریزی شأن زبان فارسی در کنار پیکره آن داشته باشند.



منابع:

- ۱- ا. ان. اوپنهایم (۱۳۶۹)؛ طرح پرسشنامه و سنجش نگرش‌ها، ترجمه مرضیه کریم‌نیا، مشهد: آستان قدس رضوی.
- ۲- افخمی، علی و داوری اردکانی، نگار، «برنامه‌ریزی زبان در ترکیه»، مجله نامه فرهنگستان، زیر چاپ.
- ۳- ----- (۱۳۸۴ الف)؛ «برنامه‌ریزی زبان و نگرش‌های زبانی»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ش ۱۷۳، دوره ۵۶، صص ۱-۲۳.
- ۴- ----- (۱۳۸۴ ب)؛ «معرفی اجمالی ابعاد نظری و عملی برنامه‌ریزی زبان»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ش ۱۷۵، دوره ۵۶، صص ۱-۱۶.
- ۵- داوری اردکانی، نگار (۱۳۸۴)؛ «صاحب‌نظران ایرانی و زبان فارسی»، مجله نامه پارسی، ش ۳، س دهم، صص ۱-۲۸.
- ۶- ----- (۱۳۸۵)؛ «شان زبان فارسی به عنوان زبان ملی»، مجله نامه پارسی، ش ۲، س یازدهم، صص ۱۷-۲۹.
- ۷- دکتر طرح و برنامه (۱۳۸۳)؛ آمار آموزش و پرورش (سال تحصیلی ۸۳-۱۳۸۲)، وزارت آموزش و پرورش.
- ۸- ربانی، جعفر (۱۳۸۱)؛ هویت ملی، تهران: انتشارات انجمن اولیا و مربیان.
- ۹- غیائی، مینو (۱۳۸۲)؛ آمار آموزش عالی ایران، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی (سال تحصیلی ۸۲-۱۳۸۱).
- ۱۰- کریمی، یوسف (۱۳۷۹)؛ نگرش و تغییر نگرش، تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
- ۱۱- محیط طباطبائی، محمد (۱۳۵۴)؛ «لغت، زبان و فرهنگ ملی»، راهنمای کتاب، سال ۱۸، ش ۹-۷، صص ۷۲۸-۷۳۸.
- ۱۲- مسکوب، شاهرخ (۱۳۷۳)؛ هویت ایرانی و زبان فارسی، تهران: انتشارات باغ آینه.
- 13- Ager, Dennis (2001); *Motivation in Language Planning and Language Policy*, Clevedon: Multilingual Matters.
- 14- Cooper, Robert L (1989); *Language Planning and Social Change*, Cambridge: Cambridge University Press.
- 15- Giles, H. and Johnson, P. (1987); Ethnolinguistic Identity Theory: A social psychological approach to language maintenance. *International Journal of the Sociology of Language*, 68; 69-99.
- 16- Karimi-Hakkak, Ahmad (1989); "Language Reform Movement and its Language: the case of Persian". Bjorn H. Jernudd & Michael J. Shapiro(Eds.), *The Politics of Language Purism*. Berlin: Mouton de Gruyter. 81-105.
- 17- Krejcie and Morgan D. W. (1970); "Determining Sample Size for Research Activities" *Educational and Psychological Measurement*, 607-610.
- 18- Oakes, Leigh (2001); *Language and National Identity: Comparing France and Sweden*. Amsterdam: John Benjamins.
- 19- Pennycook, Alastair (1994); *The Cultural Politics of English as an International Language*. Londres: Longman.
- 20- Perry, R. John. (1985); "Language Reform in Turkey and Iran". *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 17: 295-311.
- 21- Schiffman, Harold F. (1996); *Linguistic Culture & Language Policy*. London, New York: Routledge.
- 22- Tajfel, H., and Turner, J.C. (1979); An Integrative Theory of Intergroup Conflict, In: W. G. Austin and S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, California, (CA): Brooks-Cole.
- 23- Thomas, George (1991); *Linguistic Purism*, New York: Longman.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی