

بررسی نگرش‌های زبانی در گویش تالشی

فاطمه میرزاپور^۱

کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی

محرم رضایتی کیشه‌خاله^۲

دانشگاه گیلان

سید هاشم موسوی^۳

دانشگاه گیلان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۴/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۵/۲۱

چکیده

نگرش‌های زبانی، دلایل انتخاب یک زبان در یک موقعیت یا وضعیت را نشان می‌دهد. مطالعه نگرش‌های زبانی، در حفظ، مرمت و بازسازی تخریب‌های زبانی و اجرای موفق توسعه برنامه‌ها و سیاست‌های گویش تالشی نقش و اهمیت اساسی دارد. به‌منظور مطالعه نگرش‌های زبانی، از هریک از دبیرستان‌های پسرانه و دخترانه منتخب در شهرهای ماسال و تالش و روستاهای خاله‌سرا و کشلی، ۳۰ دانش‌آموز به‌صورت تصادفی انتخاب شد و از آنها در قالب پرسش‌نامه نظرسنجی به‌عمل آمد. نگرش مثبت پاسخ‌دهنده‌ها در مورد فرهنگ و گویش تالشی، ۷۰ درصد و درباره سایر گویشوران تالشی، ۴۲ درصد بوده است. درمورد برنامه‌های سواد تالشی، ۳۶ درصد نگرش کاملاً مثبت و ۳۴ درصد نگرش نسبتاً مثبت داشتند. نسبت به رسانه‌های توسعه‌دهنده زبان تالشی، ۶۳ درصد از پاسخ‌گویان نگرش مثبت داشتند و تلویزیون و رادیو و روزنامه، به‌ترتیب، در ردیف اول و دوم و سوم اولویت آنها قرار داشت. در هریک از نگرش‌های زبانی، اختلاف معنی‌دار آماری در بین شهر و روستا وجود دارد ولی در بین پسر و دختر وجود ندارد.

کلیدواژه‌ها: نگرش زبانی، رسانه، جامعه‌شناسی زبان، تالشی، جنسیت، محل زندگی

1. fatemehmirzapoort@yahoo.com

2. rezayati@guilan.ac.ir

3. hmosavi@guilan.ac.ir

۱- مقدمه

زبان‌شناسی و جامعه‌شناسی به صورت دو علم مجزا بر یکدیگر تأثیرات متقابل گذاشته‌اند. امروزه شاخه‌ای از علوم اجتماعی به نام جامعه‌شناسی زبان، به مطالعه متقابل این دو علم پرداخته است. «جامعه‌شناسی زبان، زبان را از دیدگاه جمع می‌نگرد. براساس این دیدگاه زبان در خدمت برقرارکردن ارتباط فرد با اجتماع خویش است. جامعه‌شناسی زبان به این موضوع که زبان در چه زمانی و در چه مکانی، برای چه مقصودی، در حضور چه کسی، با چه لحنی و... مورد استفاده قرار می‌گیرد توجه دارد و نیز به جایگاه زبان در الگوی رفتاری جامعه، در بین مردمی که آن را درک می‌کنند اهمیت می‌دهد» (باقری، ۱۳۷۷: ۵۹).

یکی از موضوعات مهم در جامعه‌شناسی زبان، تماس و برخورد زبانی است. به هنگام برخورد دو زبان، اهمیت کاربرد و نقش‌های آن دو می‌توانند در حفظ یا تغییر زبان و در نهایت سرنوشت آنها مؤثر باشند. طبیعی است که یک زبان محلی که تنها نقش برقراری ارتباط میان افراد یک گروه کوچک را بر عهده دارد در مقابل یک زبان اصلی، رسمی و آموزشی که از کاربردهای وسیع و آثار ادبی و هنری غنی برخوردار است شانس کمی برای بقا دارد (فسولد^۱، ۱۹۸۷: ۶۲). نگرش‌های زبانی^۲، علل یا دلایل انتخاب یک زبان در یک موقعیت یا وضعیتی را نشان می‌دهد (دوآن. لی^۳، ۲۰۰۴: ۱۸).

تعاریف وسیع‌تر دیگر از نگرش‌های زبانی، شامل شناخت و انجام کلیه رفتارهای زبانی است که باید انجام شود تا برآیندی از نگرش‌ها نسبت به حفظ زبان و تلاش‌های برنامه‌ریزی شده در توسعه زبان باشد (فسولد، ۱۹۸۷: ۱۴۸).

به اعتقاد مدرّسی، ایجاد احساسات و نگرش‌های منفی نسبت به زبان بومی، مقدمه تغییر زبان و شرط لازم و کافی برای وقوع آن است. رابطه نگرش زبانی و کاربرد زبان یک رابطه دوسویه است، بدین معنی که نگرش منفی موجب کاهش میزان کاربرد زبان در جامعه و عدم کاربرد زبان سبب تقویت نگرش منفی در افراد می‌شود (مدرّسی، ۱۳۶۸: ۸۳-۸۲).

گویش تالشی در اثر مجاورت با زبان ترکی در قسمت‌های شمالی (عمدتاً گرگانرود، لیسار و حویق) و مجاورت با گویش گیلکی در قسمت‌های جنوبی (رضوان شهر، ماسال و شاندرمن) از

1. R. Fasold
2. Language Attitudes
3. L. Duan

آنها به‌شدت تأثیر پذیرفته است؛ ضمن این که خود نیز توانسته است بر روی آنها تأثیر بگذارد. در نتیجه در قسمت‌هایی که تأثیر کمتری پذیرفته است (مانند اسالم در حوزه مرکزی)، نسبتاً گویش یکدست و خالصی را مشاهده می‌کنیم. به سبب گسترش نفوذ گویش گیلکی و خصوصاً ترکی در منطقه قومی تالش، بسیاری از خانواده‌های تالشی، تغییر گویش داده و برخی نیز دوزبانه شده‌اند (رضایتی، ۱۳۸۶: ۳۵). غیر از زبان ترکی و گویش گیلکی، زبان فارسی نیز بیشترین تأثیر را بر روی گویش تالشی گذاشته است که دلیل عمده آن این است که زبان رسمی کشور است و کارایی و کاربرد آن در رفع نیازهای زبانی فوق العاده بالاست.

بنابراین گویش تالشی نیز همانند سایر گویش‌های محلی و منطقه‌ای تحت تأثیر پدیده تداخل یا نفوذهای زبانی قرار گرفته است و به تدریج در حال ضعیف‌تر و کم‌رنگ شدن است. بیم آن می‌رود که در آینده‌ای نه‌چندان دور، این گویش به‌طور کلی منقرض و ناپدید شود که در آن صورت یک سرمایه زبانی مهم و باارزش که حاصل میراث چند صد یا چند هزار ساله است نابود و به فراموشی سپرده می‌شود.

مسئله است که در تغییر و یا نابودی گویش تالشی، نگرش‌ها اهمیت بسیار زیادی دارند. بنابراین بررسی علمی نگرش‌های زبانی در جغرافیای قومی تالش، نه تنها در پیش‌بینی حیات گویش تالشی و برآورد طول عمر آن مؤثر است، بلکه در مرمت و بازسازی تخریب‌های گویش تالشی و اجرای موفق توسعه برنامه‌ها و سیاست‌های گویش تالشی نقش اساسی دارد. در نتیجه، طرح این موضوع هم از نظر زبان‌شناسی و هم از نظر جامعه‌شناسی (یا به‌طور دقیق‌تر جامعه‌شناسی زبان) بسیار ضروری و حائز اهمیت است.

متأسفانه در مورد تعیین و یا برآورد نگرش‌های گویش تالشی، هیچ گونه مطالعه کمی و آماری صورت نگرفته است و خلأ این تحقیق کاملاً ضروری، بیش از پیش احساس می‌شود.

۲- تالش

تالش منطقه‌ای قومی، در حاشیه جنوب غربی دریای خزر، در شمال غربی ایران است. در گذشته منطقه قومی تالش سرزمین وسیعی را در شمال غرب گیلان به خود اختصاص می‌داد، به طوری که از حدود شهرستان رودبار گیلان آغاز می‌شد و سراسر آبریز شرقی البرز شمالی، جبال تالش و جلگه‌های ساحلی آن از کپورچال بندر انزلی تا مغان شرقی و شهرستان سالیان در خاک جمهوری

آذربایجان را در بر می‌گرفت (بازن، ۱۳۶۷: ۱۷). اما امروزه در تقسیم‌بندی کشوری، منطقه قومی تالش عمدتاً شامل شهرستان‌های طوالش، رضوانشهر و ماسال است (رهنمایی، ۱۳۸۰: ۱۶/۱-۱۳). گویشی که قوم تالش بدان سخن می‌گوید «تالشی» نامیده می‌شود. این گویش از گروه گویش‌های ایرانی به‌شمار می‌آید و به شاخه شمال غرب و به لهجه‌های ساحل دریای خزر تعلق دارد (بازن، ۱۳۶۷: ۳۴) و دلیل ارجحیت بکارگیری لفظ گویش تالشی بر زبان تالشی این است که این گویش فاقد خط و منابع مکتوب تاریخی، فرهنگی و ادبی است. به‌علاوه، از آنجایی که این گویش فقط به منطقه قومی تالش اختصاص دارد و تالش‌ها همان کادوس‌ها هستند که به مرور زمان نامشان به «تالش‌ها» تغییر یافته است، مناسب‌ترین نام برای آن گویش تالشی است. لذا در این مقاله با عنوان گویش تالشی مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد.

۳- پیشینه پژوهش

در ارتباط با پژوهش حاضر در خارج از کشور پژوهش‌های زیادی صورت گرفته است که مواردی از آنها به‌طور اجمالی در اینجا ذکر خواهد شد. آگیسی^۱ و فیشمن^۲ (۱۹۷۰: ۱۳۷) در مقاله‌ای با عنوان «مطالعات نگرش‌های زبانی؛ یک بررسی اجمالی ابزارهای روش‌شناسی» برخی روش‌های مفید برای مطالعه نگرش‌های زبانی را مطرح کردند. آنها بیان کردند که پرسش‌نامه عمدتاً بیشترین روش به‌کارگرفته‌شده در مطالعه نگرش‌های زبانی است. سؤالاتی که در پرسش‌نامه پرسیده می‌شود از این لحاظ ارزشمند است که تصویری کلی از احساسات مردم درباره زبانشان ارائه می‌کند. مصاحبه مشابه پرسش‌نامه است و هر دو روش مستقیم به حساب می‌آیند. مشکل مصاحبه، مربوط به سازمان‌دهی داده‌ها است، زیرا داده‌ها پراکنده و معمولاً تصادفی‌اند.

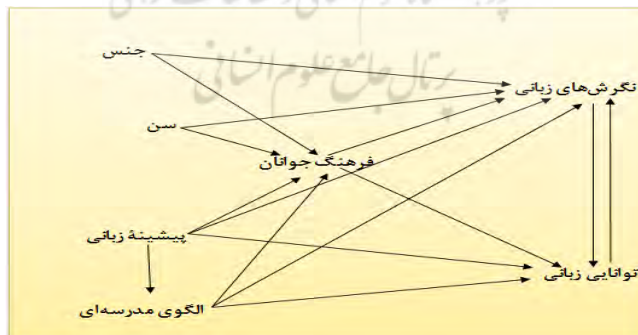
ادواردز^۳ (۱۹۹۴: ۱۰۲-۹۷) نیز درباره نگرش‌های زبانی پیشنهاد کرد که سه تکنیک اصلی برای اندازه‌گیری نگرش‌ها وجود دارد: تحلیل محتوایی، ارزیابی مستقیم و ارزیابی غیرمستقیم. تحلیل محتوایی شامل: مشاهدات تاریخی، جامعه‌شناسی و نیز مطالعات قوم‌شناسی است.

1. R. Agheisi
2. J. Fishman
3. W. F. Edwards

ارزیابی مستقیم معمولاً شامل روش‌های پرسش‌نامه یا مصاحبه است. در صورتی که روش تطبیق صدا^۱ بهترین مثال از اندازه‌گیری غیرمستقیم نگرش‌های زبانی است.

بیکر^۲ (۱۹۸۸: ۱۱۲) در تشریح نگرش‌ها معتقد است که نگرش‌ها در تاریخ زندگی یک زبان، بسیار مهم‌اند. در توسعه یا نابودی یک زبان و مرمت و بازسازی تخریب‌های زبانی، نگرش‌ها اهمیت بسیاری دارد. و به‌علاوه شناسایی نگرش‌های مردمی در پیش‌بینی حیات یک زبان و موفقیت در اجرا و توسعه برنامه‌های زبانی، نقش اساسی دارد. بیکر (۱۹۸۸) نگرش‌ها را چنین تعریف می‌کند: «نگرش‌ها تصوّرات فرضی هستند که استنتاج می‌شوند، نگرش‌ها ابداعات خیالی هستند که انتظار می‌رود به بررسی علل و دلایل رفتار زبانی کمک کنند، نگرش‌ها استعدادها را بارور می‌کنند، نگرش‌ها نه به ارث برده می‌شوند و نه به انسان‌ها بخشیده می‌شوند و در طول زمان نسبتاً ثابت باقی می‌مانند». او (۱۹۸۸: ۱۱۴) سه عامل مهم را که در اندازه‌گیری نگرش‌ها به‌ندرت ارزش دارند، به این شکل عنوان می‌کند: نگرش‌ها در برابر واقعیت‌ها، محیط انجام آزمون و نمونه افراد مردم.

بیکر بعدها در کتابی با عنوان «نگرش‌های زبانی» بحث مربوط به نگرش‌های زبانی را عمیق‌تر و مفصّل‌تر بیان می‌کند (۱۹۹۲: ۲۹). به‌نظر او، یک همبستگی احتمالی بین نگرش‌های زبانی، سن، جنسیت، مدرسه، توانایی زبانی، پیشینه زبانی و پیشینه فرهنگی وجود دارد (نمودار ۱). او در جایی دیگر اشاره می‌کند که مدرسه یک محیط آموزشی است که در آنجا نگرش‌های زبانی توسعه و تغییر می‌یابند (بیکر، ۱۹۹۲: ۴۵).



نمودار ۱- عوامل تعیین‌کننده نگرش‌های زبانی (بیکر، ۱۹۹۲: ۴۵)

اما در داخل کشور تحقیق کاملاً مرتبطی صورت نگرفته است و پژوهش‌های اندکی هم که انجام گرفته است، به مطالعات اجتماعی زبان مربوط می‌شوند و عمدتاً به بررسی موضوعاتی نظیر قرض‌گیری‌های زبانی، گونه‌های زبانی، تفاوت‌های تلفظی در بین گروه‌های سنی و جنسیتی، تغییر گونه‌های سبکی، برخورد زبان‌ها، رابطه زبان و ملیت، و... پرداخته‌اند.

از سوی دیگر، مطالعات گویش‌شناسی نیز غالباً به توصیف آواها، ساختار یا واژگان گویش‌های ایرانی محدود می‌شوند. با این حال، برخی از تحقیقاتی که در زمینه مطالعات اجتماعی زبان انجام گرفته است و دیدگاه‌هایی کلی درباره وضعیت کنونی و دورنمای آینده این زبان‌ها ارائه می‌کنند، فهرست‌وار ارائه می‌شوند. از مهم‌ترین این پژوهش‌ها، واژه‌شناسی اجتماعی زبان گیلکی (مطالعه موردی واژه‌ها و اصطلاحات خویشاوندی و جنسیت) توسط رضایتی و چراغی (۱۳۸۷)، پژوهش ذوالفقاری (۱۳۸۱) درباره گویش بختیاری در شهر مسجدسلیمان، پژوهش بشیرنژاد (۱۳۷۹) درباره زبان مازندرانی در شهر آمل، پژوهش شاه‌بخش (۲۰۰۰) درباره زبان بلوچی در دانشگاه لندن و پژوهش مشایخ (۱۳۸۱) درباره کاربرد زبان فارسی و گیلکی در دو گروه سنی مختلف در شهر رشت است (بشیرنژاد، ۱۳۸۲: ۷۴). آنچه در همه این پژوهش‌ها مشهود است، این است که بتدریج زبان فارسی جایگزین زبان‌ها و گویش‌های محلی در بیشتر حوزه‌ها شده است (همان: ۷۴ و ۷۸).

به‌طور کلی واضح است که به بررسی جایگاه اجتماعی گویش‌های محلی و مسئله حفظ و تغییر آنها توجه زیادی نشده است، به‌ویژه اینکه در مورد تعیین و یا برآورد نحوه نگرش به گویش‌های محلی، متأسفانه مطالعات کمی و آماری صورت نگرفته است. پژوهش‌های موردی و پراکنده فوق‌الذکر که درباره برخی از این گویش‌ها صورت گرفته است در راستا و یا در امتداد مطالعه حاضر نیستند، لذا تفاوت‌های زیادی بین تحقیق حاضر و تحقیقات فوق وجود دارد. تفاوت عمده بین تحقیق حاضر و تحقیقات فوق این است که تحقیق حاضر به برآورد کمی و اندازه‌گیری میزان و مقدار نگرش به گویش تالشی در بین دانش‌آموزان دبیرستانی (دختر و پسر) از محل‌های زندگی مختلف (شهری و روستایی)، متمرکز شده است.

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر بخشی از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی پدیدهٔ دو یا چندزبانی در جغرافیای قومی تالش» است که به اندازه‌گیری، برآورد و تحلیل نگرش‌های گویش تالشی مربوط است. در این مطالعه، سه گروه از نگرش‌ها در دو زیرمتغیر وابسته شامل محل زندگی و جنسیت گویشوران، از طریق آزمون آماری مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. لذا پژوهش حاضر از نوع مقطعی و توصیفی-تحلیلی است.

۴-۱- جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه بودند که از سه منطقه جغرافیایی تالش (یا سه محل زندگی گویشوران) به این شرح انتخاب شدند: از تالش جنوبی، یک دبیرستان دخترانه و یک دبیرستان پسرانه از شهر ماسال، از تالش مرکزی، یک دبیرستان دخترانه و یک دبیرستان پسرانه از شهر تالش و یک دبیرستان دخترانه و یک دبیرستان پسرانه از روستای خاله‌سرا، و از تالش شمالی، یک دبیرستان دخترانه و یک دبیرستان پسرانه از روستای کشلی، انتخاب شدند. یعنی چهار دبیرستان دخترانه و چهار دبیرستان پسرانه طوری انتخاب شدند که دو دبیرستان دخترانه و دو دبیرستان پسرانه از مناطق شهری و دو دبیرستان دخترانه و دو دبیرستان پسرانه از مناطق روستایی بودند. تعداد کل دانش‌آموزان هر دبیرستان بین ۱۵۰ تا ۴۰۰ دانش‌آموز متغیر بود. از هر دبیرستان ۳۰ دانش‌آموز به صورت تصادفی از کلاس‌های سوم و چهارم انتخاب شدند که کل جامعه مورد آزمون را تشکیل می‌دادند و پرسش‌نامه بر روی آنها اجرا شد.

۴-۲- روش اجرای پرسش‌نامه

با توجه به این که از هر دبیرستان ۳۰ نفر دانش‌آموز انتخاب شد و چون چهار دبیرستان دخترانه و چهار دبیرستان پسرانه انتخاب شده بود، در مجموع ۲۴۰ دانش‌آموز (۱۲۰ نفر دختر و ۱۲۰ نفر پسر) برای اجرای آزمون در نظر گرفته شدند و در نهایت ۲۴۰ پرسش‌نامه تکمیل و همین تعداد پاسخ‌نامه از کل منطقه گویشوران تالشی جمع‌آوری شد.

پرسش‌نامه به‌صورت دستی توزیع شد و آزمون در حضور محقق به‌عمل آمد. مدت زمان آزمون بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه بود تا پرسش‌شونده‌ها با آرامش و بدون هیچ‌گونه اضطراب و با تأمل به سؤالات پاسخ دهند.

سؤالات پرسش‌نامه، با ایده‌های برگرفته از دستورالعمل تهیه پرسش‌نامه توسط فیشمن و آگیسی (۱۹۷۰: ۴۷-۳۰) منطبق است تا نگرش‌های گویشوران، به‌طور کامل آشکار شوند. لذا سؤالات نگرش‌های زبانی در سه بخش نگرش‌ها به فرهنگ و گویش تالشی، نگرش‌ها نسبت به سایر گویشوران تالشی و نگرش‌ها به برنامه‌های توسعه گویش تالشی در دو بخش شامل سواد و رسانه، طراحی و اجرا شد (ن.ک. به پیوست).

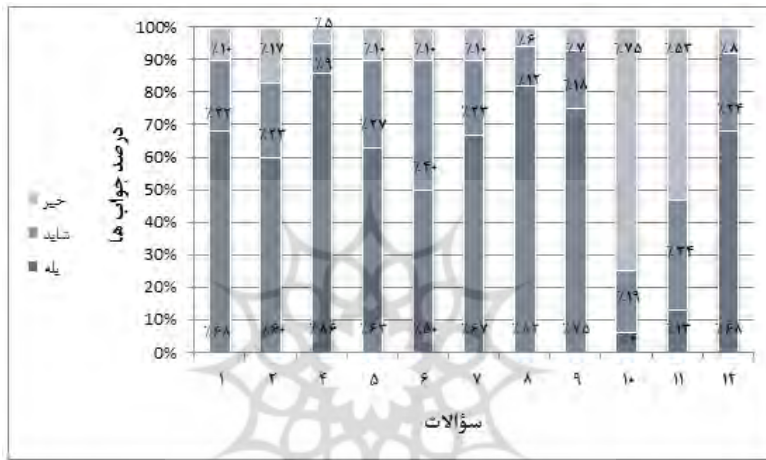
۵- تحلیل داده‌ها

روش به‌کارگرفته‌شده در تحلیل داده‌ها این است که تمامی داده‌ها در صفحه گسترده نرم‌افزار مایکروسافت اکسل قرار داده شده است و از فرمول‌های آن برای محاسبه درصد پاسخ‌ها، میانگین یا متوسط حسابی نگرش زبانی در هر بخش و نیز برای رسم انواع نمودارهای ستونی ویا دایره‌ای، استفاده شد.

۵-۱- نگرش به گویش و فرهنگ تالشی

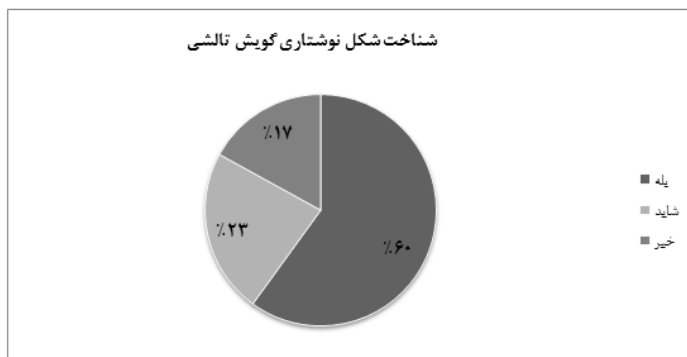
برای استخراج نگرش‌ها به گویش و فرهنگ تالش، تعداد ۱۲ سؤال بسته در قالب پرسش‌نامه مطرح شد. البته در شش سؤال، به‌همراه سؤالات بسته، سؤالات باز نیز مطرح شده بود. به این ترتیب که در این سؤالات، دلایل انتخاب پاسخ‌ها، از پرسش‌شونده‌ها خواسته شده بود (جدول ۱ پیوست). نتایج پاسخ‌ها به این سؤالات برای کل جامعه مورد آزمون (۲۴۰ نفر)، به‌طور کامل در نمودار ۲ دیده می‌شود. در همه سؤالات (غیر از سؤالات ۱۰ و ۱۱)، بیش از ۶۵ درصد پاسخ‌ها مثبت بوده است و این نشان می‌دهد که نگرش‌ها به گویش و فرهنگ تالشی، مثبت بوده است، ضمن آنکه به‌طور متوسط ۲۰ تا ۲۵ درصد پاسخ‌ها، خنثی هستند.

سؤالات ۱۰ و ۱۱ با سؤالات دیگر فرق می‌کند، به این شکل که پاسخ منفی به این سؤالات به‌عنوان نگرش مثبت و پاسخ مثبت به آنها به‌عنوان نگرش منفی تلقی می‌شود و در نتیجه حدود ۷۵ درصد پاسخ منفی، ۱۹ درصد پاسخ خنثی و ۶ درصد پاسخ مثبت به سؤال ۱۰ ارائه دادند و حدود ۵۳ درصد جواب منفی و ۳۴ درصد پاسخ خنثی و ۱۳ درصد پاسخ مثبت به سؤال ۱۱ ارائه نمودند. این اعداد بیانگر نگرش نسبتاً مثبت افراد مورد آزمون به گویش و فرهنگ تالشی است.



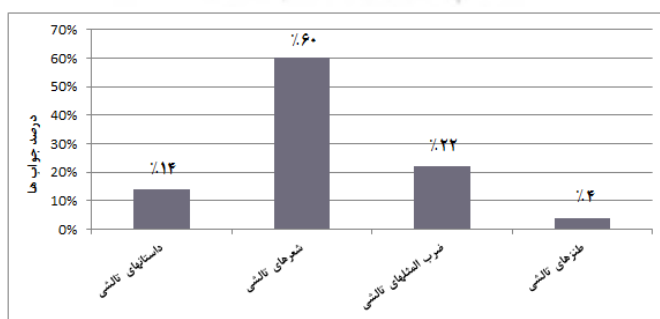
نمودار ۲- نگرش به گویش و فرهنگ تالشی

در سؤال ۲، وجود یا عدم اطلاعات در مورد نوشتارشناسی گویش تالشی مطرح شده است، به این شکل که از شکل نوشتاری گویش تالشی سؤال شده است. فقط ۱۴۲ نفر از ۲۴۰ نفر (معادل ۶۰ درصد) در مورد شکل نوشتاری، اطلاع داشتند. این نتایج در نمودار ۳ نشان داده شده است.



نمودار ۳- شناخت شکل نوشتاری گویش تالشی

در سؤال ۳، از افرادی که به سؤال ۲ پاسخ مثبت داده بودند (یعنی ۶۰ درصد)، نوع شکل نوشتاری سؤال شد که نتایج آن در نمودار ۴ ارائه شده است. از مجموع ۱۰۰ درصد افرادی که از شکل نوشتاری گویش تالشی مطلع بودند، ۶۰ درصد با شعرهای تالشی، ۲۲ درصد با ضرب‌المثل‌های تالشی، ۱۴ درصد با داستان‌های تالشی و ۴ درصد با طنزهای تالشی کم‌وبیش آشنا بودند. این موضوع بیانگر این است که با وجود اینکه در این مطالعه همه افراد پرسش‌شونده، دانش‌آموز و باسواد بودند، اطلاعات عمومی افراد در مورد شکل نوشتاری زبان فارسی در سطح متوسط و متوسط به پایین است و علت آن این است که یا حجم آثار مکتوب گویش تالشی کم است و یا متخصصان امر در این مورد آن‌طور که باید و شاید اهتمام نورزیده‌اند و این آثار را به‌خوبی معرفی نکرده‌اند. در نتیجه، این شکل از گویش تالشی تقریباً فراموش شده است. بنابراین لزوم توجه بیشتر اهل فن به این زمینه از گویش تالشی کاملاً محسوس و ملموس است.

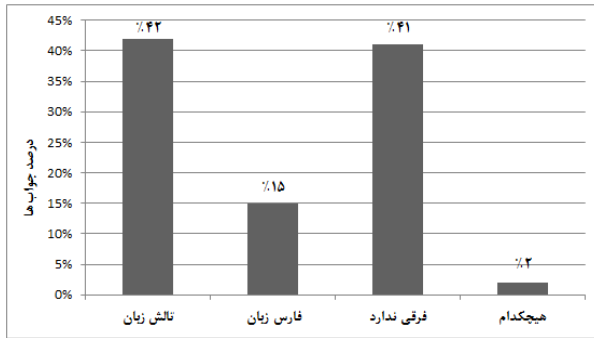


نمودار ۴- نگرش به انواع شکل‌های نوشتاری گویش تالشی

۵-۲- نگرش‌ها نسبت به سایر گویشوران تالشی

به‌منظور بررسی نگرش مردم تالش نسبت به دیگر گویشوران تالشی، شش سؤال در قالب پرسش‌نامه طراحی و اجرا شد. در هر سؤال، پاسخ‌دهنده در یک موقعیت فرضی قرار می‌گیرد و از او درباره آن موقعیت سؤال می‌شود و او باید از چهار پاسخ مربوطه (گویشور تالشی، فارسی‌زبان، گزینه ۱ یا ۲ و هیچ‌کدام)، یک پاسخ را انتخاب کند. موقعیت‌های فرضی مورد سؤال شامل: تجارت، استخدام، بیمارستان، آموزش، تلویزیون و ازدواج بود (جدول ۲ پیوست). در این سؤالات گویش فرد گویشور، به‌عنوان تنها متغیر در نظر گرفته شده و از دیگر متغیرها چشم‌پوشی شده است. بنابراین جواب‌های سؤالات، نگرش‌ها و تمایلات گویشوران را آشکار خواهد ساخت.

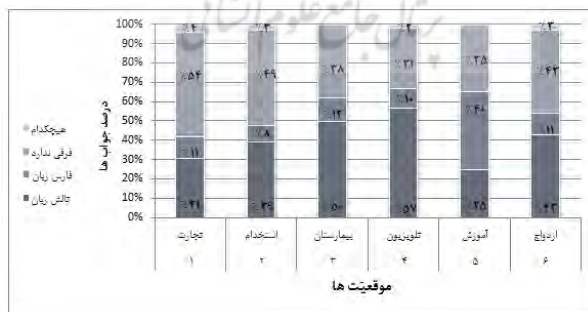
در بررسی کلّ جامعه مورد آزمون و مجموع شش سؤال، از مجموع ۱۴۴۰ پاسخ به‌دست‌آمده، ۴۲ درصد پاسخ‌ها به گویشوران تالشی گرایش دارند و این نشان می‌دهد که مردم تالش در موقعیت‌های خاص، اول گویش تالشی را انتخاب می‌کنند. ضمن اینکه افرادی که نگرش‌های بی‌طرفانه نسبت به دیگر گویشوران تالشی یا فارسی‌زبانان دارند، در ردیف دوم قرار می‌گیرند (۴۱ درصد). از نظر این گروه، هیچ‌کدام از گویش تالشی و زبان فارسی نسبت به دیگری برتری ندارند و در واقع زبانی که یک گویشور در موقعیت خاصی به‌کار می‌برد، مهم نیست. به‌عبارت دیگر، زبان در تصمیم‌گیری آنها یک عامل معنی‌دار نیست و در واقع نگرش بی‌تفاوتی نسبت به زبان دارند. درصد نگرش مثبت نسبت به فارسی‌زبانان ۱۵ درصد از کلّ پاسخ‌ها بود و این گروه برای زبان فارسی ارجحیت قائل‌اند که شاید بتوان دلایل آن را اعتبار اجتماعی بیشتر زبان فارسی یا کارایی بهتر این زبان در آن موقعیت و یا برخورداری از پشتوانه قوی‌تر زبان فارسی در مقایسه با گویش تالشی دانست. سهم درصد افرادی که به گویش تالشی یا زبان فارسی گرایش ندارند و یا بی‌تفاوت‌اند و یا زبان‌های دیگری را احتمالاً ترجیح می‌دهند، حدود ۲ درصد است که تعداد خیلی کمی هستند و با توجه به وجود گویش‌ها و زبان‌های دیگر در تالش باید انتظار این مقدار جواب هیچ‌کدام را داشت و این امر بخاطر مهاجرت‌های صورت گرفته به تالش طبیعی است (نمودار ۵).



نمودار ۵: نگرش کلّ جامعهٔ مورد آزمون نسبت به دیگر گویشوران تالشی

در بررسی هریک از شش موقعیت فرضی، همان‌طور که در نمودار ۶ مشاهده می‌شود، در موقعیت تجارت (سؤال ۱)، ۳۱ درصد ترجیح می‌دهند که با گویشور تالشی تجارت کنند. در صورتی که ۵۴ درصد از پاسخ‌دهندگان، زبان مشتری را عامل تعیین‌کننده در تجارت نمی‌دانند. ۱۱ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها ترجیح می‌دهند که محصولات خود را به فرد فارسی‌زبان بفروشند. چون احتمالاً تصوّر می‌کنند فارسی‌زبانان، مسائل و قوانین تجارت را بهتر می‌فهمند.

در موقعیت استخدام (سؤال ۲)، ۳۹ درصد پاسخ‌دهنده‌ها علاقه دارند برای گویشور تالشی کارکنند. دلیل آنها این است که باید در وهلهٔ اول به هم‌زبانان خود کمک‌کنند و در ضمن، ارتباط برقرار کردن با گویشور تالشی راحت‌تر است. و ۸ درصد علاقه دارند برای یک صاحب‌کار فارسی‌زبان کار کنند. برای ۴۹ درصد هم فرقی نمی‌کند که برای چه کسی کار کنند.



نمودار ۶- نگرش کلّ جامعهٔ مورد آزمون به دیگر گویشوران تالشی در موقعیت‌های مختلف

در موقعیت بیمارستان (سؤال ۳)، ۵۰ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها ترجیح می‌دهند نزد دکتری بروند که گویش تالشی دارد و دلیل بیشتر افراد این گروه این بود که بهتر می‌توانند با دکتر هم‌زبان خود ارتباط برقرار کنند. ۱۲ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها نگرش منفی به گویشوران تالشی داشتند. ۳۸ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها در این موقعیت هیچ‌گونه نگرش ترجیحی به دکترهای با گویش تالشی یا فارسی‌زبان نداشتند.

در موقعیت برنامه تلویزیونی (سؤال ۴) حدود ۵۷ درصد پاسخ‌دهنده‌ها ترجیح می‌دهند که به برنامه‌های با گویش تالشی نگاه کنند تا برنامه‌های با زبان فارسی. مهم‌ترین دلیل این برتری این است که برنامه‌های با گویش تالشی برای آنها دلچسب‌تر است و کاملاً ملموس و قابل فهمند. ۱۰ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها برنامه تلویزیونی فارسی را دوست دارند. البته تعدد برنامه‌های تلویزیونی فارسی نسبت به برنامه‌های تالشی موجب چنین انتخابی می‌شود.

در موقعیت آموزشی (سؤال ۵)، ۲۵ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها، مدرسه‌ای را که دو گویش تالشی و زبان فارسی دارد، ترجیح می‌دهند، زیرا تصور می‌کنند مدرسه‌ای که ابتدا گویش تالشی داشته باشد، یعنی مرحله انتقالی از گویش تالشی به زبان فارسی داشته باشد، بهتر است. اما ۴۰ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها تصور می‌کنند که استفاده صرف از زبان فارسی، به‌عنوان تنها وسیله آموزشی، بهتر است، زیرا آنها فارسی را سریع‌تر یاد می‌گیرند و زبان فارسی پشتیبان محکم و کاربرد وسیع‌تری دارد و مفیدتر است. برای ۳۵ درصد هم، نوع مدرسه مهم نیست.

در موقعیت ازدواج (سؤال ۶) حدود ۴۳ درصد از پاسخ‌دهندگان ترجیح می‌دهند با گویشور تالشی ازدواج کنند زیرا از نظر آنها ارتباط برقرار کردن با گویشور تالشی آسان است. فقط ۱۱ درصد از پاسخ‌دهندگان بیان کردند که ازدواج با یک فرد فارسی‌زبان بهتر است. برای ۴۳ درصد هم، زبان مسأله تعیین‌کننده‌ای در ازدواج نیست بلکه عوامل دیگری باید مورد توجه قرار گیرد.

به‌طور کلی می‌توان دریافت که نگرش‌ها و گرایش‌های مردم تالش نسبت به دیگر گویشوران تالشی در موقعیت‌های مختلف فرق می‌کند. در موقعیت‌های تلویزیون و بیمارستان بیشترین گرایش به گویشوران تالشی وجود دارد و در موقعیت‌های آموزش و تجارت کمترین گرایش به گویشوران تالشی وجود دارد و در موقعیت‌های ازدواج و استخدام گرایش نسبتاً متوسطی به گویشوران تالشی دیده می‌شود.

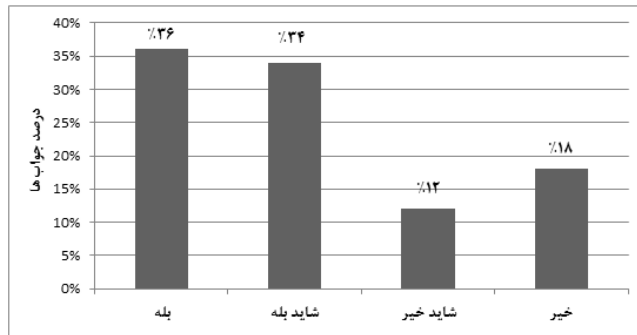
۵-۳- نگرش‌ها به برنامه‌های توسعه گویش تالشی

این بخش از دوازده سؤال تشکیل شده و در دو قسمت طراحی شده است: نگرش‌ها به برنامه‌های توسعه سواد گویش تالشی و نگرش‌ها به برنامه‌های رسانه‌ای توسعه‌دهنده گویش تالشی.

۵-۳-۱- نگرش‌ها به برنامه‌های توسعه سواد گویش تالشی

برای جمع‌آوری اطلاعات این بخش، از افراد پرسیده شد که در یک موقعیت فعالیت فرضی چه نوع عکس‌العملی دارند. سؤالات ۱ تا ۳ به بررسی نحوه نگرش به توسعه سواد گویش تالشی می‌پردازد و میل و اشتیاق پرسش‌شونده‌ها را به مشارکت در یادگیری این گویش نشان می‌دهد. سؤالات ۴ تا ۶ برای استخراج نگرش یا باور عمومی درباره توسعه گویش تالشی است (قسمت الف جدول ۳ پیوست).

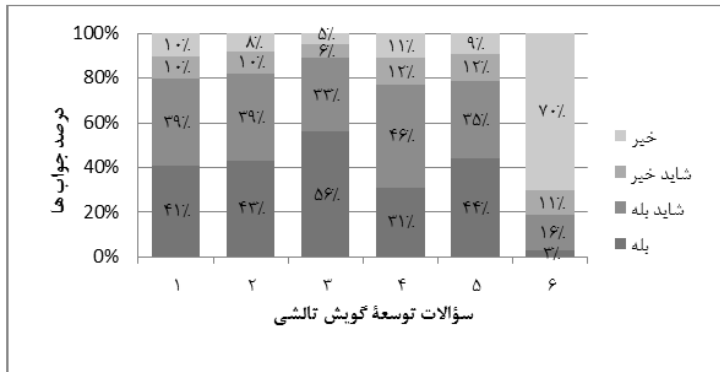
نگرش کل جامعه مورد آزمون نسبت به سواد گویش تالشی در نمودار ۷ خلاصه شده است. همان‌طوری که دیده می‌شود، بیشتر پاسخ‌ها (۳۶ درصد) درباره مشارکت در برنامه‌های یادگیری گویش تالشی مثبت بود. ۳۴ درصد پاسخ‌ها تاحدی مثبت و ۱۲ درصد تاحدی منفی و ۱۸ درصد باقیمانده از کل پاسخ‌ها، منفی بودند. شاید یکی از دلایلی که بتوان برای ضعف گرایش‌ها نسبت به سواد گویش تالشی مطرح کرد، عدم آگاهی عمومی درباره نوشتارشناسی گویش تالشی است. به عبارت دیگر، چون آثار و منابع نوشتاری گویش تالشی بسیار نادر و نایاب است، اطلاعات مردم در این مورد بسیار کم است. این موضوع در بخش مربوط به نگرش‌ها به سوی فرهنگ و گویش تالشی، در سؤال ۲ و ۳ نیز مورد بررسی قرار گرفت و آن هم تأیید شد. در سؤال ۴، حدود ۳۱ درصد، جواب مثبت، ۴۶ درصد جواب نسبتاً مثبت، ۱۲ درصد جواب نسبتاً منفی و ۱۱ درصد جواب کاملاً منفی حاصل شد. به نظر می‌رسد دلیل جواب منفی افراد به این سؤال این باشد که یادگیری گویش تالشی در ابتدای شکل‌گیری گویش، موجب می‌شود یادگیرنده در سال‌های اول آموزش سردرگم شود و با زبان فارسی تداخل کند. همین موضوع موجب می‌شود که به‌زعم خودشان این امر بر یادگیری محتوای درسی نیز تأثیر بگذارد و موجب افت تحصیلی شود.



نمودار ۷- نگرش به توسعه سواد گویش تالشی

در سؤال ۵، حدود ۴۴ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها تصوّر می‌کنند که یادگیری زبان فارسی مهم‌تر از گویش تالشی است، در صورتی‌که ۴۷ درصد نگرش خنثی دارند و ۹ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها معتقدند یادگیری زبان فارسی مهم‌تر از گویش تالشی نیست. افرادی که نگرش خنثی داشتند، چنین استدلال کردند که اگرچه زبان فارسی همیشه مهم‌تر از گویش تالشی است اما گویش تالشی نیز مفید است چون گویش اجدادی ما است و فقط کاربرد محدودتری دارد. گویش تالشی در جایی مهم است که همه افراد به گویش تالشی صحبت کنند.

نتایج پاسخ‌ها به سؤال ۶ نشان می‌دهد که بیشتر پاسخ‌دهنده‌ها (۷۰ درصد)، به این سؤال جواب منفی دادند و ۱۶ درصد، جواب خنثی ولی نسبتاً منفی و ۱ درصد پاسخ خنثی ولی نسبتاً مثبت و حدود ۳ درصد (تقریباً ناچیز)، جواب کاملاً مثبت دادند. دلیل جواب منفی چنین مطرح شده است که اگرچه گویش تالشی کاربرد محدودی دارد اما هنوز کاملاً مفید است و آن برای همیشه گویش مردم تالش است. بنابراین می‌توانیم با اطمینان نتیجه بگیریم که بخش اعظم جامعه مورد آزمون، نسبت به سواد گویش تالشی نگرش مثبت دارد. و قطعاً استدلال آنها این خواهد بود که «تالشی گویش ماست و یادگیری بیشتر آن همیشه بهتر است و اگر گویش تالشی نباشد، فرهنگ تالشی وجود نخواهد داشت». نمودار ۸ نتایج پاسخ‌های ارائه‌شده به هریک از سؤالات بخش نگرش به توسعه سواد گویش تالشی را نشان می‌دهد.



نمودار ۸- نگرش‌ها به هریک از برنامه‌های توسعه سواد گویش تالشی

۵-۳-۲- نگرش‌ها نسبت به برنامه‌های رسانه‌های گویش تالشی

به‌منظور بررسی وضعیت نگرش‌های افراد نسبت به برنامه‌های رسانه‌ای توسعه‌دهنده گویش تالشی، سؤالات ۷ تا ۱۲ در قالب پرسش‌نامه (قسمت ب جدول ۳ پیوست) طراحی و اجرا شد که نتایج کلی آن در نمودار ۹ نشان داده شده است.



نمودار ۹- نگرش به رسانه‌ها در کل جامعه مورد آزمون

سؤالات ۷، ۹ و ۱۱ مربوط به علاقه مندی افراد برای داشتن برنامه‌های رسانه‌ای گویش تالشی است و سؤالات ۸، ۱۰ و ۱۲ تمایل افراد را برای مشارکت در این برنامه‌ها بیان می‌کند. از مجموع ۱۴۴۰ پاسخ ارائه‌شده در کل جامعه مورد آزمون، ۹۰۷ پاسخ (معادل ۶۳ درصد) در مورد برنامه‌های رسانه‌ای مثبت بود. در صورتی که ۳۳۵ پاسخ (معادل ۲۳ درصد) پاسخ خنثی و ۲۰۸

پاسخ (معادل ۱۴ درصد) پاسخ منفی بود. نمودار ۱۰ پاسخ‌های مثبت به تک‌تک برنامه‌های رسانه‌ای (تلویزیون، رادیو، روزنامه) را به صورت مجزا نشان می‌دهد. از ۷۰ درصد افرادی که میل دارند برنامه تلویزیونی به گویش تالشی داشته باشند، ۶۷ درصد (تقریباً همگی) اعلام کرده‌اند که در آن مشارکت خواهند کرد و بیننده این نوع برنامه‌ها خواهند بود و از ۶۹ درصد افرادی که علاقه دارند برنامه رادیویی به گویش تالشی داشته باشند، ۶۲ درصد در آن مشارکت می‌کنند و به آن گوش می‌دهند و بقیه (۷ درصد) در آن مشارکت نمی‌کنند. از ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان که علاقه دارند روزنامه‌ای به گویش تالشی موجود باشد، فقط ۴۶ درصد در آن مشارکت می‌کنند بطوریکه هم دوست دارند آن را مطالعه کنند و هم در آن اظهار نظر کنند و ۱۴ درصد نیز در آن مشارکت نمی‌کنند. مشاهده می‌شود که اولاً رسانه‌های تلویزیون و رادیو، به ترتیب، دارای بیشترین میزان نگرش‌های مثبت هستند و رسانه روزنامه در رتبه سوم قرار دارد. ثانیاً درصد علاقه مندی افراد و تمایل به مشارکت آنها در مورد رسانه تلویزیون در رتبه اول و خیلی نزدیک به هم است و در رسانه رادیو این فاصله کمی بیشتر شده است و در مورد رسانه روزنامه بین میزان علاقه مندی افراد و میزان تمایل به مشارکت آنها فاصله نسبتاً زیادتری وجود دارد. دلایل قابل ارائه مرتبط با این تفاوت‌ها، مربوط به تفاوت بین نوع رسانه روزنامه با رادیو و تلویزیون است، به این ترتیب که رسانه‌های تلویزیون و نیز رادیو در همه مکان‌ها و حالات قابل دسترسی و استفاده هستند، درحالی‌که روزنامه، به دلایل متعدد، در همه جا و همه مواقع قابل دسترسی نیست. به علاوه، در مورد رسانه روزنامه، مهارت خواندن و درک افراد باید بیشتر باشد که این موضوع برای افراد کم‌سواد پرزحمت و ملال‌آور است و نیز برخی از افراد باسواد هم، به دلایل مختلف، عادت زیادی به خواندن روزنامه ندارند. در بین عوامل مؤثر بر استقبال نکردن از رسانه روزنامه، باید هزینه‌های مختلف مربوط به تهیه روزنامه و مطالعه آن و سرعت دسترسی به آن نیز ذکر شود. درباره دو رسانه تلویزیون و رادیو باید به این موضوع نیز اشاره شود که درک و فهم برنامه‌های تلویزیونی، هم از نظر دیداری و هم از نظر شنیداری، برای مخاطبان باسواد و کم‌سواد، در مقایسه با رادیو بسیار آسان‌تر است و به همین دلیل، برخی از مردم استفاده از رادیو را در سال‌های اخیر، کنار گذاشته‌اند.



نمودار ۱۰- نگرش کل جامعه مورد آزمون به سه نوع رسانه توسعه‌دهنده گویش تالشی

به‌طور خلاصه می‌توان مشاهده کرد که اکثریت مردم تالش نگرش مثبت نسبت به برنامه‌های رسانه‌ای گویش تالشی دارند. به‌عبارت دیگر، هم دوست دارند برنامه‌های توسعه‌ای تالشی در رسانه‌ها وجود داشته باشد و هم مشتاق‌اند که در این برنامه‌ها شرکت کنند. اما باید توجه داشت که میزان مطلوبیت این سه نوع رسانه، نامتوازن است و تلویزیون بیشترین مطلوبیت و روزنامه حداقل مطلوبیت را دارد.

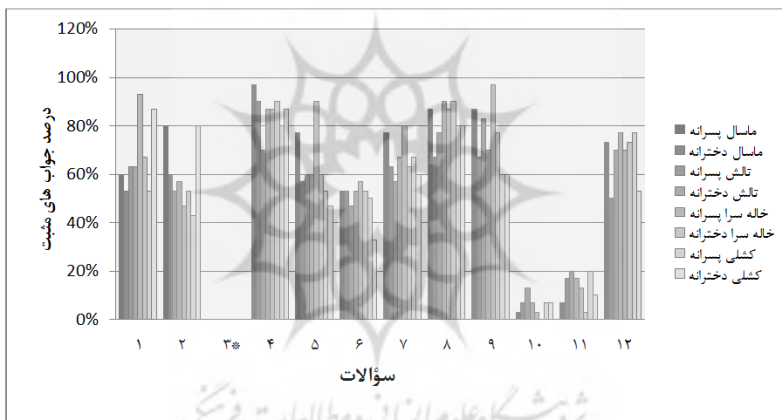
۵-۴- مقایسه نگرش‌های زبانی با توجه به محل زندگی و جنسیت

به‌منظور مشخص کردن معنی‌دار بودن یا معنی‌دار نبودن اختلاف آماری بین متغیرهای وابسته تحقیق، یعنی بین محل زندگی و نیز بین جنسیت‌های مختلف (دختر یا پسر) گویشوران بر روی نحوه نگرش‌ها به گویش تالشی از نرم‌افزار آماری SPSS^۱ استفاده شده است. با توجه به نوع متغیرها و داده‌ها، آزمون چندین نمونه وابسته یا همان آزمون فریدمن^۲ به‌عنوان آزمون آماری استفاده و اجرا شد.

1. Statistical Package for Social Science
2. Friedman

۵-۴-۱- مقایسه نگرش‌ها نسبت به گویش و فرهنگ تالشی

نمودار سؤالات این بخش از نگرش‌ها به تفکیک محلّ زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون در نمودار ۱۱ ترسیم شده است. نمودار نشان می‌دهد در تک‌تک سؤالات، نگرش‌های مثبت در بین محلّ‌های زندگی و جنسیت دختر و پسر به‌طور متوسط در حدود ۶۰ تا ۶۵ درصد است، به‌جز سؤالات ۱۰ و ۱۱ که حاکی از یک نگرش تقریباً خوب به گویش و فرهنگ تالشی است. در سؤالات ۱۰ و ۱۱ با توجه به ماهیت سؤال، جواب‌های منفی نشان‌دهنده نگرش مثبت به گویش و فرهنگ تالشی است. سؤال ۳ نیز که در مورد شناخت نوشتارشناسی گویش تالشی است، در نمودار ۱۱ قابل رسم نیست و قبلاً در نمودار ۳ بررسی شده است.



نمودار ۱۱- نگرش مثبت به گویش و فرهنگ تالشی به تفکیک محلّ زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

اما به‌منظور مقایسه علمی و آماری محلّ زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها، آزمون آماری بر روی هریک از سؤالات و براساس دو نوع متغیر (محلّ زندگی و جنسیت) افراد، به‌اجرا درآمد (جدول ۱). در سطح اعتماد ۹۵ درصد، مقدار عدد معنی‌دار بودن^۱ در بین محلّ‌های زندگی کمتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار بودن اختلاف آماری است. البته در سؤالات ۵ و ۹ که عدد معنی‌داری ۰/۰۲۲ است، نشان‌دهنده اختلاف شدید است

1. P-value

جدول ۱ - تفاوت در نحوه نگرش به فرهنگ و گویش تالشی با توجه به محل زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

نوع سؤال	تفاوت در بین محل‌های زندگی		تفاوت در بین جنسیت	
	مقدار معنی‌دار بودن یا <i>P-value</i>	شرح	مقدار معنی‌دار بودن یا <i>P-value</i>	شرح
۱	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۲۳۱	معنی‌دار نیست
۲	۰/۰۳۹	معنی‌دار	۰/۲۳۱	معنی‌دار نیست
۳				
۴	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۱	معنی‌دار نیست
۵	۰/۰۲۲	معنی‌دار	۰/۱۲۲	معنی‌دار نیست
۶	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۱۵۵	معنی‌دار نیست
۷	۰/۰۳۹	معنی‌دار	۰/۲۴۵	معنی‌دار نیست
۸	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۲۵۲	معنی‌دار نیست
۹	۰/۰۲۲	معنی‌دار	۰/۱۰۷	معنی‌دار نیست
۱۰	غیر قابل محاسبه	-	غیر قابل محاسبه	-
۱۱	۰/۱۷۴	معنی‌دار نیست	۰/۲۷۱	معنی‌دار نیست
۱۲	۰/۰۴۹	معنی‌دار	۰/۳۲۹	معنی‌دار نیست

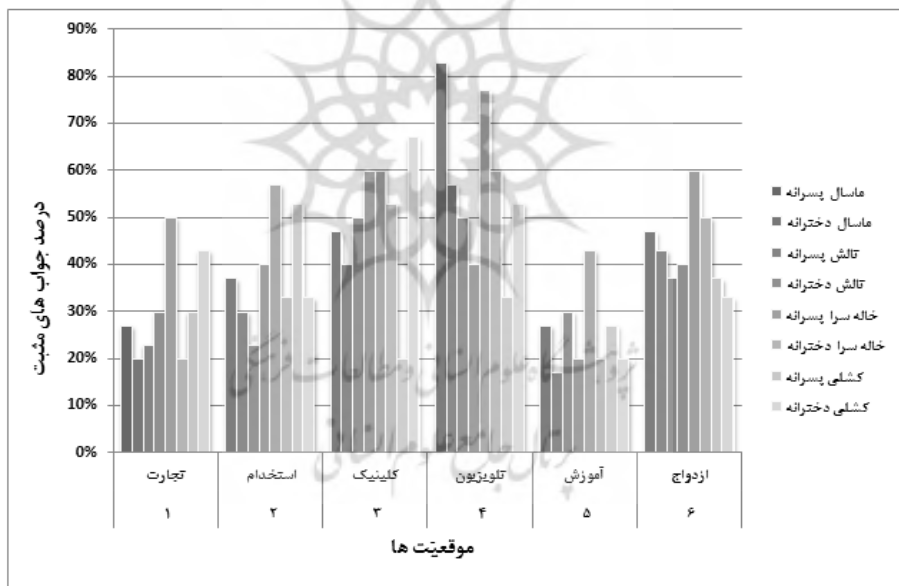
لازم به توضیح است که سؤال ۳ مربوط به نوشتارشناسی است و آزمون آماری بر روی آن قابل انجام نیست و در سؤالات ۱۰ و ۱۱ که جواب منفی به سؤالات نشان‌دهنده نگرش مثبت است، عدد معنی‌داری غیر قابل محاسبه است. در بین دختران و پسران مقدار عدد معنی‌دار بودن بیشتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار نبودن اختلاف آماری است.

۵-۴-۲- مقایسه نگرش‌ها به دیگر گویشوران تالشی

در نمودار ۱۲ هریک از موقعیت‌های فرضی این بخش از نگرش‌ها برطبق محل زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون، ترسیم شده است. در تک‌تک موقعیت‌ها، نگرش‌های مثبت در بین محل زندگی و جنس دختر و پسر به‌طور متوسط از حدود ۲۵ درصد تا ۵۷ درصد متغیر است.

به‌منظور مقایسه علمی و آماری محلّ زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون، آزمون آماری بر روی هریک از موقعیت‌های فرضی و براساس دو نوع متغیر (محلّ زندگی و جنسیت) افراد، به‌اجرا درآمد (جدول ۲). در سطح اعتماد ۹۵ درصد، مقدار عدد معنی‌دار بودن در بین محل‌های زندگی کمتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار بودن اختلاف آماری بین مناطق چهارگانه است.

البته در موقعیت بیمارستان و تجارت، شدت اختلاف در مقایسه با موقعیت‌های دیگر کم است (۰/۰۴۹). این موضوع نشان می‌دهد که در موقعیت بیمارستان و تجارت در چهار منطقه مورد بررسی، تفاوت دیدگاه و نگرش به تالشی کم است و برعکس، در موقعیت آموزش، تفاوت دیدگاه و نگرش به گویش تالشی زیاد است.



نمودار ۱۲- نگرش مثبت به دیگر گویشوران تالشی با توجه به محلّ زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

در بین دختران و پسران، مقدار عدد معنی‌دار بودن، بیشتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار نبودن اختلاف آماری است. اگرچه در برخی از موقعیت‌ها (مانند بیمارستان، تلویزیون و آموزش و به‌خصوص ازدواج) مقدار عدد معنی‌داری، خیلی کوچک‌تر می‌شود، اما از ۰/۰۵ (پنج

صدم) کوچک‌تر نیست. و در نتیجه در کلیه موقعیت‌ها، در بین دخترها و پسرها در نگرش‌های مثبت نسبت به دیگر گویشوران تالشی اختلافی دیده نمی‌شود.

جدول ۲- تفاوت در نحوه نگرش به دیگر گویشوران تالشی با توجه به محل زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

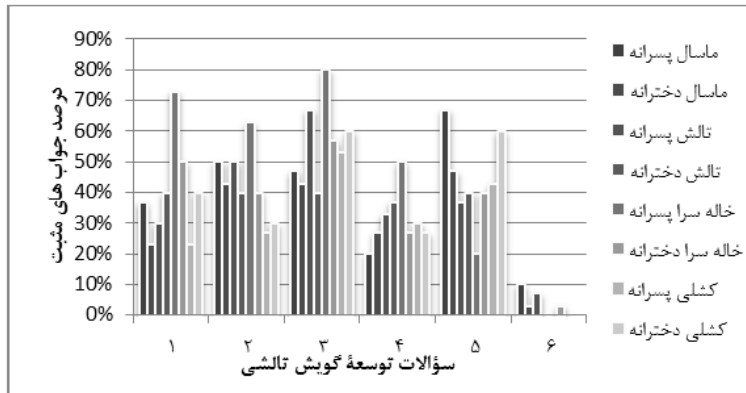
نوع سؤال	تفاوت در بین محل‌های زندگی		تفاوت در بین جنسیت	
	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	شرح	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	شرح
۱	۰/۰۴۹	معنی‌دار	۰/۲۲۸	معنی‌دار نیست
۲	۰/۰۳۹	معنی‌دار	۰/۲۴۵	معنی‌دار نیست
۳	۰/۰۴۹	معنی‌دار	۰/۱۰۷	معنی‌دار نیست
۴	۰/۰۳۹	معنی‌دار	۰/۱۲۶	معنی‌دار نیست
۵	۰/۰۱۸	معنی‌دار	۰/۱۲۶	معنی‌دار نیست
۶	۰/۰۴	معنی‌دار	۰/۰۹۵	معنی‌دار نیست

۵-۴-۳- نگرش‌ها نسبت به برنامه‌های توسعه گویش تالشی

۵-۴-۳-۱- نگرش‌ها نسبت به سواد تالشی

این بخش از نگرش‌ها با توجه به محل زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون در نمودار ۱۳ ترسیم شده است. نمودار نشان می‌دهد به‌طور کلی در تک‌تک سؤال‌ها، نگرش‌های مثبت به تفکیک محل زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها، به‌طور متوسط، از حدود ۳۱ درصد تا ۶۷ درصد متغیر است.

به‌منظور مقایسه آماری براساس محل زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون، آزمون آماری بر روی هریک از سؤالات فرضی و براساس دو نوع متغیر (محل زندگی و جنسیت) افراد، به‌اجرا درآمد (جدول ۳). در سطح اعتماد ۹۵ درصد، مقدار عدد معنی‌دار بودن در بین محل‌های زندگی کمتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار بودن اختلاف آماری در بین مناطق چهارگانه است.



نمودار ۱۳- نگرش مثبت نسبت به سواد گویش تالشی به تفکیک محل زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

در بین محل زندگی افراد پرسش شونده در موقعیت سؤالات ۱ و ۴، که مقدار عددی معنی‌دار بودن ۰/۰۴۹ است، در مقایسه با موقعیت سؤالات ۲ و ۳ و ۵، که مقدار عدد معنی‌داری ۰/۰۳۹ است، شدت اختلاف در گروه دوم بیشتر از گروه اول است. این موضوع نشان می‌دهد که در موقعیت‌های خرید کتاب تالشی، سایت اینترنتی رایگان و اینکه مطالعه فارسی مهم‌تر از تالشی است، دیدگاه‌ها و نگرش‌های افراد چهار منطقه، تفاوت آماری نسبتاً شدیدی با یکدیگر دارند. در مورد سؤال ۶، با توجه به ماهیت سؤال، از طریق جواب‌های مثبت مقدار معنی‌دار بودن، قابل محاسبه نیست بلکه باید از طریق جواب منفی محاسبه گردد. اگر از طریق جواب‌های منفی مقدار معنی‌داری محاسبه شود، در بین مناطق اختلاف معنی‌دار است.

در بین جنس دختر و پسر، مقدار عدد معنی‌دار بودن، بیشتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) است و نشان دهنده معنی‌دار نبودن اختلاف آماری است (ستون سمت چپ جدول ۳).

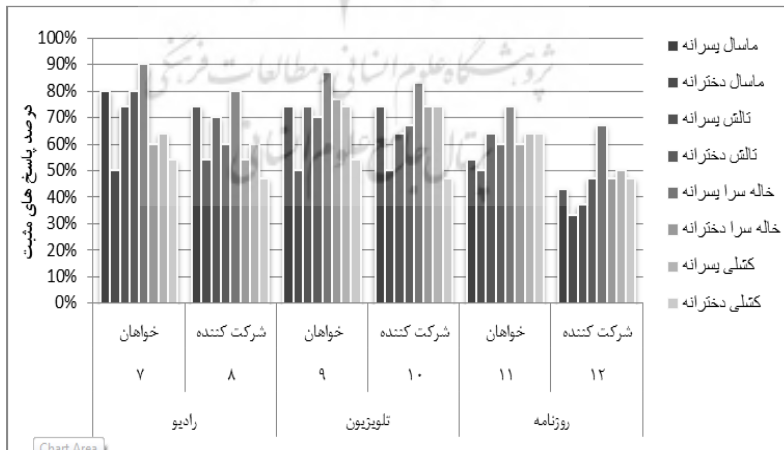
جدول ۳- تفاوت در نحوه نگرش به برنامه‌های توسعه‌ای سواد گویش تالشی به تفکیک محل زندگی و جنسیت

آزمودنی‌ها

نوع سؤال	تفاوت در بین محل زندگی		تفاوت در بین جنسیت	
	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	شرح	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	شرح
۱	۰/۰۴۹	معنی‌دار	۰/۱۷۱	معنی‌دار نیست
۲	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۱۳۳	معنی‌دار نیست
۳	۰/۰۳۸	معنی‌دار	۰/۱۹۹	معنی‌دار نیست
۴	۰/۰۴۹	معنی‌دار	۰/۱۵۵	معنی‌دار نیست
۵	۰/۰۳۹	معنی‌دار	۰/۱۱۲	معنی‌دار نیست
۶	غیر قابل محاسبه	-	غیر قابل محاسبه	-

۵-۴-۳-۲- نگرش نسبت به رسانه‌های توسعه‌دهنده گویش تالشی

نمودار سؤالات این بخش از نگرش‌ها، براساس محل زندگی و جنسیت افراد مورد آزمون در نمودار ۱۴ ترسیم شده است. در مجموع، نگرش‌های مثبت نسبت به رسانه‌های توسعه‌دهنده گویش تالشی در بین مناطق محل زندگی و نیز جنس دختر و پسر به‌طور متوسط ۶۳ درصد است.



نمودار ۱۴- نگرش مثبت نسبت به رسانه‌های توسعه‌دهنده گویش تالشی به تفکیک محل زندگی و جنسیت

آزمودنی‌ها

به‌منظور مقایسه آماری در بین محلّ‌های زندگی و جنسیت افراد پرسش شونده، آزمون آماری بر روی هریک از سؤالات فرضی و براساس دو نوع متغیر (محلّ زندگی و جنسیت) افراد، به‌اجرا درآمد (جدول ۴). در سطح اعتماد ۹۵ درصد، مقدار عدد معنی‌دار بودن در بین محل‌های زندگی کمتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار بودن اختلاف آماری، هم در بین علاقه‌مندان و هم شرکت‌کنندگان هر سه رسانه، در مناطق چهارگانه است.

جدول ۴- تفاوت در نحوه نگرش به برنامه‌های توسعه‌دهنده رسانه‌ای به تفکیک محل زندگی و جنسیت آزمودنی‌ها

تفاوت در بین جنسیت		تفاوت در بین محلّ‌های زندگی		نوع سؤال
شرح	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	شرح	مقدار معنی‌دار بودن یا P-value	
معنی‌دار نیست	۰/۱۹۹	معنی‌دار	۰/۰۳۸	۷
معنی‌دار نیست	۰/۱۵۵	معنی‌دار	۰/۰۱۸	۸
معنی‌دار نیست	۰/۱۰۹	معنی‌دار	۰/۰۱۸	۹
معنی‌دار نیست	۰/۱۵۵	معنی‌دار	۰/۰۳۹	۱۰
معنی‌دار نیست	۰/۱۳۳	معنی‌دار	۰/۰۲۲	۱۱
معنی‌دار نیست	۰/۱۵۵	معنی‌دار	۰/۰۳۸	۱۲

البته در موقعیت سؤال ۸ (مربوط به شرکت‌کنندگان در برنامه‌های رادیویی) و سؤال ۹ (علاقه‌مندان رسانه تلویزیون)، شدت اختلاف در بین محل‌های زندگی نسبتاً زیاد است (مقدار عدد معنی‌داری ۰/۰۱۸ است) و اختلاف دیدگاه‌ها و نگرش‌های افراد چهار منطقه، تفاوت آماری زیادی با یکدیگر دارند و در موقعیت سؤال ۱۱ (علاقه‌مندان به روزنامه) عدد معنی‌داری ۰/۰۲۲ است که بیانگر اختلاف نسبتاً متوسط در بین مناطق محل زندگی است. در موقعیت سؤالات ۷ و ۱۰ و ۱۲، شدت اختلاف در بین مناطق، مشابه و تقریباً کم است (۰/۰۳۸) ولی از نظر آماری معنی‌دار است. در بین جنس دختر و پسر، مقدار عدد معنی‌دار بودن، بیشتر از ۰/۰۵ (پنج صدم) و نشان‌دهنده معنی‌دار نبودن اختلاف آماری است (ستون سمت چپ جدول ۴).

۶- نتیجه‌گیری

در نگرش‌ها به فرهنگ و گویش تالشی، حدود ۷۰ درصد از پاسخ‌دهنده‌ها نگرش مثبت و ۲۰ درصد نگرش خنثی داشتند. قریب به اتفاق افراد مورد آزمون، گویش تالشی را بخش مهمی از هویت و فرهنگ تالشی می‌دانند. آنها معتقدند از دست‌دادن گویش تالشی برای فرهنگ تالشی یک خطر به حساب می‌آید و هجوم زبان فارسی منجر به تخریب یکپارچگی گویش تالشی و در نتیجه کاهش کارایی آن خواهد شد. با توجه به اینکه تغییر زبان نتیجه حرکت جمعی و طولانی مدت افراد یک جامعه زبانی در جهت انتخاب و کاربرد یک زبان است و این امر در درجه اول تحت تأثیر نگرش‌های زبانی افراد است، از این‌رو، هرگونه اقدامی برای تغییر نگرش‌های منفی نسبت به گویش تالشی باید به صورت جمعی، مستمر، طولانی مدت، و در جهت ایجاد تحول در احساسات، نگرش‌ها و باورهای افراد نسبت به نقش، کاربرد، اهمیت و اعتبار گویش تالشی باشد. تحقق این امر از دو طریق میسر است: اول، رواج و کاربرد گویش تالشی، در موقعیت‌ها و حوزه‌هایی که باید به کار گرفته شوند و دوم، آگاهی‌بخشی به گویشوران، از طریق دادن اطلاعات درست درباره نقش، کاربرد و جایگاه واقعی این گویش و زدودن باورها و برداشت‌های نادرستی که در این باره وجود دارند.

در نگرش به سایر گویشوران تالشی، ۴۲ درصد گویش تالشی را انتخاب کردند و به‌طور کلی اغلب مردم تالش نگرش‌های مثبت نسبت به گویشوران تالشی دارند و ۴۱ درصد افراد نگرش‌های خنثی نسبت به گویشوران تالشی یا زبان فارسی داشتند و در رتبه دوم قرار دارند. فقط جزء کوچکی از گویشوران، زبان فارسی را ترجیح دادند. به‌علاوه مشخص شد که نگرش‌های مردم تالش نسبت به دیگر گویشوران تالشی از موقعیتی به موقعیت دیگر فرق می‌کند که در موقعیت‌های تلویزیون و بیمارستان این نگرش مثبت بیشترین مقدار را داشت. شناخت موقعیت‌هایی که گویش تالشی در آنها به‌میزان زیادی استفاده می‌شود، فرصت مغتنمی است که با بهره‌گیری از افراد مسلط و خبره، این گویش در آنها بیشتر تقویت شود و بازسازی نسبی گویش تالشی صورت گیرد.

در نگرش به برنامه‌های توسعه سواد تالشی، ۳۶ درصد نگرش کاملاً مثبت و ۳۴ درصد نگرش تا حدودی مثبت داشتند و در نگرش به رسانه‌های توسعه گویش تالشی نیز ۶۳ درصد

نگرش مثبت و ۲۳ درصد نگرش خنثی داشتند. در بین رسانه‌ها نیز نگرش به تلویزیون در ردیف اول، رادیو در ردیف دوم و روزنامه در ردیف سوم قرار داشت.

نتایج این تحقیق نشان داد جامعه مورد آزمون، ارتباط زیادی با تلویزیون دارند و نگرش‌های خیلی مثبتی نسبت به برنامه‌های تالشی تلویزیون دارند. اکثریت (بیش از ۸۰ درصد) از پرسش‌شوندگان نشان دادند که علاقه‌مندند برنامه‌های تلویزیونی به گویش تالشی داشته باشند. ضمن اینکه خودشان نیز دوست دارند در برنامه‌های آتی آن مشارکت داشته باشند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که برنامه توسعه گویش تالشی از طریق تلویزیون خیلی راحت قابل انجام است و به‌طور بالقوه در این برنامه موفقیت وجود دارد و یکی از پتانسیل‌های مفید و نسبتاً ارزان در زمینه توسعه گویش تالشی است.

رادیو و تلویزیون‌های استانی، به‌عنوان پرطرفدارترین و مناسب‌ترین رسانه، راه مطمئنی برای تبلیغ و گسترش گویش تالشی محسوب می‌شوند. یکی از راه‌ها این است که تا حد ممکن در برنامه‌ها، به‌ویژه در برنامه‌هایی که برای گروه سنی پایین تهیه می‌شوند، از گویش تالشی استفاده شود. البته اگر صرفاً از این گویش در رسانه‌ها برای ایجاد خنده و طنز و... استفاده شود، ممکن است نتایج عکس به‌بار آورد.

اقدام دیگری که رادیو و تلویزیون می‌توانند انجام دهند، دادن آگاهی‌های لازم به مردم درباره نقش و جایگاه واقعی گویش تالشی است و شایسته است که این کار نیز به‌روش علمی و با استفاده از متخصصان فن، یعنی زبان‌شناسان، گویش‌شناسان و جامعه‌شناسان و ادبای منطقه صورت پذیرد.

یکی از دلایلی که می‌توان در مورد ضعف گرایش‌ها نسبت به سواد تالشی مطرح کرد، نبود آگاهی عمومی درباره نوشتارشناسی گویش تالشی است. به‌عبارت دیگر، این مشکل به‌دلیل نادر و نایاب بودن آثار و منابع نوشتاری گویش تالشی است. این موضوع در بخش مربوط به نگرش‌ها به‌سوی گویش و فرهنگ تالشی، نیز مورد بررسی قرار گرفت و آن هم تأیید شد. بنابراین فضای ادبی را باید طوری هدایت و جهت‌دهی کرد که اولاً آثار ادبی و به‌خصوص شعرهای مفید و کارا با گویش تالشی در جامعه ظهور پیدا کنند و ثانیاً تمهیدات لازم برای دسترسی همگان از طریق چاپ و نشر ارزان قیمت و یا از طریق اجرای زنده و باکیفیت شب‌های شعر صورت پذیرد.

مطبوعات، اعم از روزنامه‌ها و مجلات محلی نیز می‌توانند سهم عمده‌ای در انتقال دیدگاه‌های زبان‌شناسان و گویش‌شناسان به مخاطبان داشته باشند. به‌علاوه، استفاده از گویش تالشی در نگارش مطالب، خود عاملی برای تقویت و به‌کارگیری این گویش خواهد شد. در این تحقیق، به کمک آزمون‌های آماری، مشاهده شد که در هر گروه از نگرش‌ها، در بین محلّ‌های زندگی (شهری و روستایی) افراد پرسش‌شونده اختلاف معنی‌دار آماری وجود دارد. به‌عبارتی دیگر، تفاوت نگرش‌ها به گویش تالشی در بین شهر و روستاها مشهود است، درحالی‌که در بین افراد دختر و پسر مورد آزمون، تفاوت‌های نگرشی قابل ملاحظه‌ای به گویش تالشی وجود ندارد. این یافته‌ها نشانگر این است که برنامه‌های توسعه‌گویش تالشی در روستاها، نسبتاً موفقیت‌آمیزتر از شهر است. بنابراین استراتژی بهتر برنامه‌های توسعه‌گویش تالشی این است که از روستاها شروع و سپس به شهر کشیده شود. البته در این زمینه، در بین پسران و دختران در روستا و شهر اختلاف آماری معنی‌داری وجود ندارد.

منابع

- بازن، مارسل (۱۳۶۷). *تالاش، منطقه‌ای قومی در شمال ایران*. ترجمه مظفرامین فرشچیان. چ ۱. مشهد: آستان قدس رضوی.
- باقری، مه‌ری (۱۳۷۷). *مقدمات زبان‌شناسی*. چ ۲. تهران: پیام نور.
- بشیرنژاد، حسن (۱۳۷۹). *بررسی جایگاه و کاربرد فارسی و مازندرانی در شهرستان آمل*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجی دانشگاه علامه طباطبائی.
- بشیرنژاد، حسن (۱۳۸۲). «زبان‌های محلی ایران و خطر انقراض». *فرهنگ مردم ایران*. ش ۵ و ۶. ۶۵-۸۴.
- ذوالفقاری انارکی، سیما (۱۳۸۱). «گویش بختیاری: بقا یا زوال؟». *نامه انسان‌شناسی*. دوره اول، ش ۱، بهار و تابستان. ۱۷۷-۱۴۷.
- رضایتی کیشه‌خاله، محرم (۱۳۸۶). *زبان تالشی (توصیف گویش مرکزی)*. چ ۱. رشت: فرهنگ ایلیا.

- رضایتی کیشه‌خاله، محرم و رضا چراغی (۱۳۸۷). «واژه‌شناسی اجتماعی زبان گیلکی (مطالعه موردی واژه‌ها و اصطلاحات خویشاوندی و جنسیت)». *مجله تخصصی زبان و ادبیات دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد*. س ۴۱، ش ۱۰. ۱۶۱-۹۵.
- رهنمایی، تقی (۱۳۸۰). «کجایی تالش و کیستی تالشان». *فصل‌نامه تحقیقات تالش*. سال اول، دوره اول، شماره ۱، پاییز. ۱۶-۹.
- شاه‌بخش، عزیز (۲۰۰۰). *بررسی وضعیت زبان بلوچی*. پایان‌نامه دکتری. دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه لندن.
- مدرّسی، یحیی (۱۳۶۸). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. چ ۱. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- مشایخ، طاهره (۱۳۸۱). *بررسی کاربرد فارسی و گیلکی در شهر رشت*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- میرزاپور، فاطمه (۱۳۹۰). *بررسی پدیده دو یا چندزبانی در جغرافیای قومی تالش*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان.

- Agheisiyi, R., and J. A. Fishman (1970). "Language attitudes study: A brief survey of methodological approaches" *Anthropological linguistics*. No: 12 (5). 137-157.
- Baker, C. (1988). *Key issues in bilingualism and bilingual education*. Philadelphia: Multilingual Matters Ltd.
- Baker, C. (1992). *Attitudes and language*. Philadelphia: Multilingual Matters Ltd.
- Duan, L. (2004). "A Sociolinguistic Study of Language: Use and Language Attitudes among the Bai people in Jianchuan Country, China". Presented to the graduate school of Payap university for the degree of Master of Arts in linguistics. Payap University, Ching Mai, Thailand.
- Edwards, J. R. (1994). *Multilingualism*. New York: Routledge.
- Fasold, R. (1987). *The Sociolinguistics of Society*, Oxford: Blackwell.

پرسش‌نامه پیوست: جداول سؤالات نحوه نگرش

جدول ۱: سؤالات نحوه نگرش نسبت به گویش و فرهنگ تالشی		
۱	آیا جوانان روستای شما همانند افراد مسن محل شما، گویش تالشی را به‌خوبی صحبت می‌کنند؟	
۲	آیا می‌دانید گویش تالشی شکل نوشتاری هم دارد؟	
۳	اگر بله، کدام شکل نوشتاری؟ داستان‌های تالشی، شعرهای تالشی، ضرب‌المثل‌های تالشی، طنزها.	
۴	آیا یک تالشی باید قادر به صحبت کردن گویش تالشی باشد؟ چرا؟	
۵	آیا یک تالشی باید قادر به خواندن گویش تالشی باشد؟ چرا؟	
۶	آیا یک تالشی باید قادر به نوشتن گویش تالشی باشد؟ چرا؟	
۷	آیا یک تالشی باید املای صحیح گویش تالشی را به‌منظور حفظ و نگه‌داری شعرها و داستان‌ها و ضرب‌المثل‌های تالشی به‌کار برد؟ چرا؟	
۸	آیا ما باید صحبت‌کردن به گویش تالشی را در سال‌های آینده نیز ادامه دهیم؟ چرا؟	
۹	آیا یک تالشی می‌خواهد که در تالش به گویش تالشی صحبت کند؟	
۱۰	اگر گویش تالشی به‌کار گرفته نشود، آیا فرهنگ تالشی وجود خواهد داشت؟	
۱۱	اگر گویش تالشی لغات فارسی بیشتری داشته باشد، آیا می‌توان تصوّر کرد که گویش تالشی دیگر خالص نیست؟	
۱۲	آیا فکر می‌کنید، تالشی‌بودن بهتر از سایر اقوام بودن است؟ چرا؟	
توجه: در کلیه سؤالات فوق (غیر از سؤال ۳)، گزینه‌های جواب شامل موارد زیر است:		
بله	شاید	خیر

سؤال	موقعیت‌ها	جدول ۲: سؤالات نحوه نگرش نسبت به سایر گویشوران تالشی
۱	تجارت	وقتی به بازار می‌روید تا محصولی (مثلاً یکی از صنایع دستی) را بفروشید، اگر دو نفر، یکی گویشور تالشی و دیگری فارسی‌زبان، یک قیمت را به شما پیشنهاد کنند، آن محصول را به چه کسی خواهید فروخت؟
۲	استخدام	اگر دو نفر گویشورتالشی و فارسی‌زبان به روستای شما بیایند و بخواهند که شما در ازای دریافت مبلغی برای آنها کاری انجام دهید، در صورتی که هر دو دستمزد برابر پرداخت کنند، شما برای چه کسی کار می‌کنید؟
۳	بیمارستان	وقتی که شما به یک بیمارستان یا یک کلینیک پزشکی می‌روید و در آنجا دو پزشک با تخصص مشابه ولی یکی گویشورتالشی و دیگری فارسی‌زبان باشد، شما برای ویزیت‌شدن پیش کدام‌یک خواهید رفت؟
۴	تلویزیون	اگر یک نمایشنامه در میدان مرکزی محل شما در تلویزیون به نمایش گذاشته شود، دوست دارید این نمایش به گویش تالشی باشد یا زبان فارسی؟

آموزش	۵	اگر دو مدرسه در محل زندگی شما باشد که یکی از آن مدارس، ابتدا گویش تالشی را و سپس زبان فارسی را برای آموزش استفاده کند و مدرسه دیگر از همان ابتدا زبان فارسی را برای آموزش استفاده کند، شما ترجیح می‌دهید خود و فرزندانان به کدامیک از این مدارس بروید؟
ازدواج	۶	اگر خواستید ازدواج کنید، دوست دارید همسر شما ترجیحاً گویشورتالشی باشد یا فارسی‌زبان؟
		توجه: گزینه‌های جواب شامل موارد زیر است: در صورت امکان دلایل انتخاب خود را بیان کنید. گویشور تالشی فارسی‌زبان فرقی نمی‌کند هیچکدام

جدول ۳: سؤالات نحوه نگرش نسبت به برنامه‌های توسعه گویش تالشی الف- نگرش نسبت به توسعه سواد گویش تالشی	
۱	اگر کسی بخواهد که در محل شما یاد دهد که چگونه گویش تالشی را بخوانیم و بنویسیم، آیا شما در آنجا حضور خواهید یافت؟
۲	اگر یک کتاب درسی گویش تالشی ۵۰۰۰ تومان فروخته شود، آیا شما آن را می‌خرید؟
۳	اگر یک سایت اینترنتی موجود باشد که بخواهد گویش تالشی را به‌طور رایگان یاد دهد، آیا شما از آن سایت استفاده می‌کنید؟
۴	آیا فکر می‌کنید اگر خواندن و نوشتن گویش تالشی را یاد بگیریم، به یادگیری بهتر زبان فارسی کمک می‌کند؟
۵	آیا فکر می‌کنید مطالعه فارسی مهم‌تر از مطالعه تالشی است؟
۶	آیا فکر می‌کنید یادگیری خواندن و نوشتن گویش تالشی بی‌فایده است؟
	توجه: در کلیه سؤالات فوق، گزینه‌های جواب شامل موارد زیر است: بله شاید بله شاید خیر خیر

سؤال	ب- نگرش نسبت به برنامه‌های رسانه‌ای توسعه‌دهنده گویش تالشی
۷	آیا فکر می‌کنید گویش تالشی باید شبکه رادیویی مجزا داشته باشد؟
۸	در صورت وجود چنین شبکه‌ای آیا به آن شبکه رادیویی گوش خواهید داد؟ چرا؟
۹	آیا فکر می‌کنید گویش تالشی باید برنامه تلویزیونی مجزا داشته باشد؟
۱۰	در صورت وجود چنین برنامه‌ای، آیا به آن برنامه تلویزیونی نگاه خواهید کرد؟ چرا؟
۱۱	آیا فکر می‌کنید تالش باید یک روزنامه به گویش تالشی داشته باشد؟
۱۲	در صورت وجود چنین روزنامه‌ای، آیا شما آن روزنامه را می‌خرید و می‌خوانید؟ چرا؟
توجه	توجه: در کلیه سؤالات فوق، گزینه‌های جواب شامل موارد زیر است: بله شاید خیر