



نام‌های اماکن ورزشی در جمهوری اسلامی ایران و مقایسه‌ی آن با پیش از انقلاب: رویکردی گفتمان - بنیاد

ویدا شقاقی^{۱*}

حسین رئیسی^۲

مقاله پژوهشی

چکیده

نام مکان یا جای‌نام می‌تواند افزون بر ابزار موقعیت‌نمایی، بیانگر روایت رسمی و مجاز از تاریخ باشد. از این رو پیکره‌ای شامل ۴۲۰ نام مکان ورزشی در پیش و پس از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ به‌صورت تصادفی در بازه‌ی زمانی سه‌ماهه‌ای در سال ۱۳۹۸ گردآوری شد تا با اتخاذ رویکردی گفتمان - بنیاد در چارچوب نظری ون‌دایک (۲۰۰۶) مورد بررسی قرار گیرد. یافته‌ها حاکی از آن است که در پی انقلاب ۵۷ مفاهیم مذهبی مرتبط با حکومت اسلامی جایگزین مفاهیم مرتبط با حکومت شاهنشاهی و ایران باستان شده، و حجم بالای نام‌های ایدئولوژیک (۸۵ درصد) بیانگر نظام‌مندی روال نام‌گذاری است. همچنین، یافته‌ها بیانگر آن است که نام‌گذاری به‌عنوان ابزار مشروعیت‌بخشی به نظام حاکم و نیز مشروعیت‌زدایی از نظام پیشین و زدودن آثار گذشته به کار گرفته شده است. از سوی دیگر، یافته‌های این مطالعه دلالت بر آن دارد که قلمروی ورزش می‌تواند شاخصی از میزان تکثرگرایی مذهبی در یک جامعه‌ی متنوع باشد.

کلیدواژه‌ها: نام‌گذاری، اماکن ورزشی، ایدئولوژی، انقلاب اسلامی ایران، زبان فارسی.

✉ vshaghghi@hotmail.com

۱- استاد گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های
خارج، دانشگاه علامه طباطبائی تهران*

✉ raeesi_hossein@yahoo.com

۲- دانشجوی دکترای زبان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

شناسه دیجیتال (DOI): 10.22084/RJHLL.2021.23933.2127

۱- مقدمه

نام مکان صرفاً ابزاری نشانه‌شناختی^۱ برای تعیین نشانی یا موقعیت یک مکان نیست، بلکه به‌عنوان سرنخی از آثار فرهنگ‌های گذشته و نیز شناخت گاه‌نگاری^۲ تاریخ استقرار اقوام یا حکومت‌ها در یک سرزمین تعبیر می‌شود (کرنز^۳ و برگ^۴، ۲۰۰۲؛ وولتیناهو^۵ و برگ، ۲۰۰۹). از سوی دیگر، نام مکان‌ها بیانگر گونه‌ای از سرمایه‌ی نمادین^۶ است، از این جهت که آنها با شأن و اعتبار و تمایز در پیوند هستند و به همین دلیل برای آنها ارزش قائل می‌شوند (رز-دوود^۷، ۲۰۰۸؛ آلدمن^۸، ۲۰۰۸).

از همین رو، نام‌گذاری یک مکان در خلأ رخ نمی‌دهد بلکه عواملی در آن دخیل هستند. معمولاً در این امر برهمکنشی از قدرت، هویت، حافظه و فرهنگ دخالت دارد (لایت و یانگ، ۲۰۱۵). به بیان دیگر، نام‌گذاری یک مکان در «بافت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی» رخ می‌دهد (گونزالز فاراکو^۹ و دین مورفی^{۱۰}، ۱۹۹۷: ۱۲۶). در پرتو این واقعیت، نام‌گذاری را می‌توان یک کردار یا کنش اجتماعی^{۱۱} انگاشت که «دربرگیرنده‌ی روابط قدرت» است (وولتیناهو و برگ، ۲۰۰۹: ۹). به عبارت دیگر، نام‌های اختصاص یافته به مکان‌ها تصادفی و خنثی نیستند بلکه رفتارهایی هستند که می‌توانند نمایانگر ایدئولوژی حاکم بر یک جریان سیاسی باشند. از سوی دیگر، «ایدئولوژی‌ها معمولاً، ولو نه منحصرأ، در گفتمان و ارتباطات، بیان و بازتولید می‌شوند» (ون دایک، ۲۰۰۱: ۳۵۲). این امر بدان معنی است که انتخاب‌های زبان‌شناختی دارای انگیزه‌ی ایدئولوژیکی هستند، یعنی انتخاب واژه‌ها یا دستور زبان، چه آگاهانه یا ناآگاهانه، «اصولی و نظام‌مند» هستند (فاولر^{۱۲} و هاج^{۱۳}، ۱۹۷۹: ۱۸۸).

بنابراین، تحلیل گفتمان جای‌نام‌ها از جمله می‌تواند روشن سازد که این نام‌ها تا چه اندازه برخاسته از ایدئولوژی یا ارزش‌هایی است که نظام حاکم ترویج می‌کند. در این راستا، مطالعه‌ی حاضر دارای اهمیت دوچندانی است زیرا درباره‌ی ایران امروزی است که در پی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و روی کار آمدن حکومتی مذهبی شاهد پدید آمدن دگرگونی‌های اجتماعی گسترده و ظهور گفتمانی تازه در همه‌ی عرصه‌ها بوده است. از سوی دیگر، دلالت‌ها و دستاوردهای چنین مطالعه‌ای می‌تواند از قلمروی ورزش فراتر رود و

1. semiotic
2. chronology
3. Kearns
4. Berg
5. Vuolteenaho
6. symbolic capital
7. Rose-Redwood
8. Alderman
9. GonzálezFaraco
10. Dean Murphy
11. social practice
12. Fowler
13. Hodge

برای شناخت روابط میان نظام‌های سیاسی، اقلیت‌های قومی و مذاهب به کار گرفته شود و بر مباحثی چون آزادی بیان پرتو بیفکند.

۲- پیشینه پژوهش

اگرچه موضوع نام مکان‌ها یا تغییر نام آنها دست‌مایه‌ی پژوهش در میان پژوهشگران ایرانی و غیرایرانی بوده است، در اینجا به برخی از موضوعات مرتبط با مطلب مورد بحث در سالیان اخیر پرداخته می‌شود. در این میان، آثار نویسندگان ایرانی حجم کم‌تری از پیشینه را در بر می‌گیرند. از جمله آثار شایان توجه در این زمینه می‌توان به مقالات بدیعی (۱۳۸۸)، آزرپاهو (۱۹۹۶)، آلدرومن (۲۰۰۲)، ریسین^۱، اسنایدر^۲ و برنز کومب^۳ (۲۰۱۲) و لایت و یانگ (۲۰۱۵) اشاره کرد.

مرجان بدیعی (۱۳۸۸) در مقاله‌ی خود با عنوان «گفتمان نام‌گذاری خیابان‌های تهران پس از انقلاب اسلامی» با در نظر گرفتن فرایند تغییر نام صورت گرفته در خیابان‌های شهر تهران به‌عنوان پایتخت جمهوری اسلامی ایران به‌جای پایتخت کشور شاهنشاهی ایران در بعد از انقلاب و نیز پیامد این تغییرات، به موضوع چرایی و چگونگی نام‌گذاری و تغییر نام معابر پرداخته است. در این اثر، نگارنده با روشی توصیفی - تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای - آرشیوی، عواملی مانند خواست ایدئولوژیکی، ساخت سیاسی، جنگ، مذهب و غیره را مدنظر قرار داده است. بر اساس نتایج این مطالعه، اسامی خیابان‌های تغییر نام‌یافته پس از انقلاب اسلامی که نام شهدای جنگ تحمیلی را بر خود گرفته‌اند، پایدارترین موارد بوده، و اسامی خیابان‌هایی که بدون ارتباط با ایدئولوژی سیاسی انتخاب شده‌اند، ناپایدارترین موارد را تشکیل داده‌اند.

آزرپاهو (۱۹۹۶) نیز در مقاله‌ی خود با عنوان «قدرت نام‌های خیابان» به بررسی عملکرد نشانه‌شناختی و سیاسی اسامی‌ای که در راستای بزرگداشت و یادبود برای نام‌گذاری خیابان‌ها انتخاب شده‌اند، پرداخته است. او در این مقاله بر رویه‌های نام‌گذاری و تغییر نام خیابان‌ها و کاربرد نام‌های خیابان‌ها برای اهداف بزرگداشت و یادبود به‌عنوان یک ویژگی بنیادی از فرهنگ سیاسی معاصر پرتویی افکنده است. افزون بر این، او توضیح می‌دهد که چگونه نام‌های خیابان‌ها علاوه بر نقش بنیادی در سازمان‌دهی فضایی و ساخت نشانه‌شناختی شهر، در تولید فرهنگی گذشته‌ی مشترک ایفای نقش می‌کنند. همچنین، نگارنده نام‌های خیابان‌ها را به‌عنوان سازوکار قدرتمندی برای مشروعیت‌بخشی به نظم اجتماعی - سیاسی و نیز ارائه‌ی روایتی رسمی از تاریخ که به بخشی از زندگی روزمره تبدیل می‌شود، توصیف می‌کند.

آلدرومن (۲۰۰۲) نیز در مقاله‌ی خود با عنوان «نام‌های خیابان‌ها به‌مثابه عرصه‌های یادبود» به مطالعه‌ی موردی از سیاست‌های گرامی‌داشت مارتین لوتر کینگ^۴، رهبر جنبش حقوق مدنی آمریکا، در یکی از شهرهای

1. Reysen
2. Snider
3. Branscombe
4. Martin Luther King

آمریکا پرداخته و این موضوع را واکاوی نموده است که مردم آمریکا چگونه شخصیتی تاریخی و سیاسی محبوب همچون او را گرامی می‌دارند. از دید این نگارنده، نام‌های خیابان‌ها به منزله‌ی عرصه‌هایی هستند که در آن کنشگران و گروه‌های اجتماعی گذشته را تفسیر، اعتبار تاریخی را تعریف و درباره‌ی ارزش نسبی گرامی‌داشت یک آرمان نسبت به دیگری بحث و جدل می‌کنند. نگارنده همچنین توضیح می‌دهد که چگونه درخواست برای نام‌گذاری یک جاده یا خیابان جدید یا تغییر نام یک خیابان یا جاده‌ی بزرگ به اسم لوتر کینگ مورد مخالفت قرار می‌گیرد و در مقابل، پیشنهاد تغییر نام یک خیابان یا جاده‌ی فرعی کم‌اهمیت داده می‌شود که از دید کنشگران آمریکایی آفریقایی تبار، به نسبت دستاورد و اهمیت تاریخی این شخصیت، نوعی کوچک‌شماری و تحقیر وجهه تلقی می‌شود. در نهایت، جاده‌ی مهمی پیشنهاد داده می‌شود تا این نابرابری قدرت که از گذشته میان جامعه‌ی سفیدپوست و سیاهپوست وجود داشته، تصحیح گردد.

ریسین، اسنایدر و برنzkامب (۲۰۱۲) نیز در مقاله‌ی خود با عنوان «تغییر نام ورزشگاه‌ها به اسم شرکت، هویت تیم و تهدید تمایز» به بررسی پیامدهای احتمالی تغییر نام ورزشگاه‌ها پرداخته‌اند. از جمله، آنها کوشیده‌اند تا از طریق پرسش‌نامه دریابند که آیا نهادن نام شرکت یا شخص نامرتبط بر ورزشگاه یا مکان ورزشی باعث بروز احساس خشم و خدشه به هویت در میان هواداران می‌شود یا خیر. بر اساس یافته‌های این پژوهش، شرکت‌کنندگان ابراز داشتند که چنین تغییر نامی موجب خشم هواداران و احساس از دست دادن هویت و احساس از دست دادن هویت می‌شود و نیز تهدیدی برای تمایز تیم‌شان انگاشته می‌شود. به باور نگارندگان پیش‌گفته، و در پرتو نظریه‌ی هویت اجتماعی^۱، نتایج پژوهش آنان نشان داد که این خشم، برونداد عاطفی تهدید اخیر مبنی بر از دست دادن هویت و تمایز است.

همسو با مقاله‌ی پیشین، لایت و یانگ (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان «جای نام به‌مثابه کالا: بررسی ابعاد اقتصادی نام مکان‌های شهری» به موضوع نام مکان‌های شهری به‌عنوان کالا پرداخته‌اند. در این اثر، نگارندگان نام‌گذاری ورزشگاه‌ها توسط پشتیبانان مالی^۲ یا شرکت‌های حامی را مورد بررسی قرار داده‌اند. آنها همچنین نمونه‌هایی ارائه می‌دهند دال بر این که چگونه نام‌های اماکن در راستای اهداف تبلیغاتی و تجاری‌سازی نام^۳ مصادره می‌شوند و این که نام‌ها به ابزاری برای کالاسازی جای‌نام‌ها تبدیل می‌شوند.

۳- روش‌شناسی

۳-۱- گردآوری داده‌ها

عمده‌ی داده‌های مورد استفاده در این مطالعه با مراجعه به پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت ورزش و جوانان ۳۱ استان کشور به‌صورت تصادفی و طی بازه‌ی زمانی سه ماهه‌ای از مهرماه ۱۳۹۸ تا دی ماه ۱۳۹۸ از بطن محتوای خبرهای ورزشی تارنمای یادشده گردآوری شدند. در این راستا، نام ۴۰۰ مکان ورزشی استخراج گردید. افزون

1. social identity theory
2. sponsors
3. branding

بر این، برای دستیابی به نام‌های پیشین این قبیل اماکن به مجلات ورزشی قدیمی مراجعه گردید. در این راستا، نام ۲۰ مکان ورزشی استخراج گردید. در همین جا باید یادآور شد که شمار اماکن ورزشی در دوره‌ی پیش از انقلاب بسیار کم‌تر از دوره‌ی امروزی است. یک دلیل آن رواج کم‌تر ورزش حرفه‌ای در آن دوران و کمبود امکانات است به طوری که شمار آنها در سال ۱۳۵۷ برابر با ۱۷۵۱ و در سال ۱۳۹۷ برابر با ۲۴۱۵۱ بوده است، یعنی رشد ۱۴ برابری^۱.

۳-۲- چهارچوب نظری

چهارچوبی که برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به کار گرفته شده، رویکرد ون دایک (۲۰۰۶) است. ون دایک (۲۰۰۶): ۷۳۵-۷۳۹ در انگاره‌ی اجتماعی - شناختی^۲ خود، ۲۷ آرایه‌ی گفتمانی^۳ برای شناسایی ایدئولوژی در متون فراهم می‌کند. این آرایه‌ها عبارت‌اند از:

۱. توصیف کنشگر^۴: معمولاً اعضای گروه خودی به شکل خنثی یا مثبت توصیف می‌شوند و اعضای بیرون از گروه به شکل منفی.

۲. مرجع^۵: توسل جستن به مقامات یا افراد فراحزبی یا افراد متخصص یا رهبران معنوی برای حمایت از دیدگاه خود.

۳. بار مسئولیت^۶ (زحمت): توسل به استدلال‌های مبتنی بر قضیه‌های آشکار و بسنده برای پذیرش نتیجه‌گیری.

۴. مقوله‌بندی^۷: دسته‌بندی کردن افراد به دو گروه اصیل (واقعی) و دروغین (غیرواقعی)

۵. مقایسه^۸: گروه‌های خودی به طور مثبت و گروه‌های غیرخودی به طور منفی با کردار دیگران سنجیده می‌شوند.

۶. اجماع^۹: تأکید بر توافق همگانی گروه‌ها و احزاب درباره یک موضوع.

۷. خلاف واقع‌گویی^{۱۰}: طرح موضوعی فرضی برای به دست آوردن همدردی یا موافقت.

۸. انکار^{۱۱}: تأکید بر خصوصیات مثبت خودی‌ها و آنگاه تأکید صرف بر خصوصیات منفی غیرخودی‌ها.

۹. حُسن تعبیر^{۱۲}: بیان مفاهیم منفی در قالب واژگان ملایم‌تر.

۱. خبرگزاری دانشجویان ایران «ایسنا»، ۱۳۹۷. تاریخ درج خبر: ۱۳۹۷/۱۱/۱۸. تاریخ بازبایی خبر: ۱۳۹۹/۱۲/۱.

2. socio-cognitive model

3. discursive devices

4. actor description

5. authority

6. burden

7. categorization

8. comparison

9. consensus

10. counterfactuals

11. disclaimers

12. euphemism

۱۰. گواهنمایی^۱: ارائه شواهد و مدارک برای تأیید دیدگاه‌های خود.
۱۱. نمونه‌آوری^۲: ارائه مثال عینی، حکایت، داستان و غیره برای موجه نشان دادن استدلال.
۱۲. تعمیم‌دهی^۳: عمومیت دادن خصوصیات منفی به همگان.
۱۳. اغراق^۴: بزرگنمایی کنش‌ها و اعمال به شکل مثبت یا منفی.
۱۴. استلزام (فحوا)^۵: عدم بیان صریح مطالب و واگذاری مقصود نگارنده به خواننده.
۱۵. کنایه^۶: به‌کارگیری لحن کنایه‌آمیز برای تحقیر افراد غیرخودی.
۱۶. واژه‌پردازی^۷: بیان دیدگاه مورد نظر با استفاده از واژه‌های گوناگون.
۱۷. استعاره^۸: استفاده از آرایه‌های ادبی برای قابل مفهوم‌تر کردن دیدگاه مورد نظر.
۱۸. خودستایی ملی^۹: ارجاع مثبت برای ستایش تاریخ، فرهنگ، سنت‌ها و ارزش‌های کشور خود.
۱۹. دگرنمایی منفی^{۱۰}: نقطه‌ی مقابل «خودستایی ملی»
۲۰. بیان هنجار^{۱۱}: تبدیل‌سازی دیدگاه منفی به هنجار.
۲۱. بازی اعداد^{۱۲}: افزایش اعتبار و عینیت بخشیدن به دیدگاه مورد نظر با ارائه آمار و ارقام.
۲۲. دوقطبی‌سازی^{۱۳}: تقسیم‌بندی گروه‌ها به دو دسته‌ی مطلق «ما» (گروه خیر) و «آنها» (گروه شر).
۲۳. عوام‌گرایی^{۱۴}: هزینه کردن از جیب مردم و نسبت دادن یک دیدگاه به باور جمعی.
۲۴. خودنمایی مثبت^{۱۵}: تأکید بر ویژگی‌های مثبت گروه خودی.
۲۵. پیش‌انگاشت^{۱۶}: عدم بیان صریح دیدگاه و مسلم پنداشتن گزاره در حالی که چنین چیزی محقق نشده است.
۲۶. ابهام^{۱۷}: به‌کارگیری واژگان و عباراتی که معنی دقیقی ندارند یا قابل ارجاع نیستند.
۲۷. قربانی‌سازی^{۱۸}: بیان داستان‌های دروغین و پلیدنمایی گروه غیرخودی.

1. evidentiality
2. example
3. generalization
4. hyperbole
5. implication
6. irony
7. lexicalization
8. metaphor
9. national self-glorification
10. negative self-presentation
11. norm expression
12. number game
13. polarization
14. populism
15. positive self-presentation
16. presupposition
17. vagueness
18. victimization

۴- یافته‌ها و بحث

در این بخش، نخست، یافته‌های پس از انقلاب و سپس یافته‌های پیش از انقلاب ارائه می‌شوند و سپس این یافته‌ها در چهارچوب نظری ون دایک (۲۰۰۶) بررسی می‌شوند.

۴-۱- یافته‌های پس از انقلاب

جدول ۱ نتایج به‌دست آمده از بررسی شیوه‌های نام‌گذاری اماکن ورزشی دولتی پس از انقلاب را نشان می‌دهد. داده‌های یادشده که دربرگیرنده‌ی نام ۴۰۰ مکان ورزشی هستند، به‌مقوله‌های گوناگونی بخش‌بندی شدند و در قالب جدول برحسب بسامد و درصد مرتب گردیدند.

جدول ۱: مقوله‌بندی و آمار مربوط به نام‌گذاری اماکن ورزشی دولتی

مقوله	بسامد	درصد
شهدای محلی و منطقه‌ای ^۱ (ورزشگاه شهید متقی ساری، ورزشگاه شهید عضدی رشت، سالن شهید پورشریفی تبریز، سالن شهید عباسی گناوه، ...)	۸۴	۲۱٪
عمومی شهدا (سالن شهدای سرعین، سالن شهدای شرفانی، سالن شهدای مخابرات، سالن شهدای هفتم تیر، ...)	۴۴	۱۱٪
پیامبر و امام (مجموعه پیامبر اعظم قم، مجموعه ورزشی امام علی تهران، ورزشگاه امام رضای مشهد، سالن امام سجاد کرمانشاه، ...)	۳۳	۸٪
پهلوانان و قهرمانان ملی (تختی، نامجو، پوریای ولی، رضازاده اردبیل، ...)	۳۳	۸٪
مفاهیم ایدئولوژیک انقلابی (انقلاب، فجر، آزادی، پیروزی، ...)	۲۸	۷٪
شهدای ملی (رجایی، بهشتی، باهنر، چمران، دستغیب، مفتاح، باکری، صیاد شیرازی، ...)	۲۱	۵٪
مفاهیم با بار معنایی ایدئولوژیک (حجاب، عفاف، ایثار، ولایت، آزادگان، ...)	۲۳	۵٪
مناسبت تاریخی (۲۲ بهمن، ۱۵ خرداد، ۱۷ شهریور، ...)	۲۳	۵٪
واقعه یا عملیات نظامی (غدیر، بعثت، خیبر، فتح المبین، ...)	۱۶	۴٪
نام زنانه با مضمون ایدئولوژیک (کوثر، ...)	۱۳	۳٪
واژه‌ها و مفاهیم غیرایدئولوژیک (المپیک، تلاش، نشاط، یاس، فخر، ...)	۱۵	۳٪
مفاهیم ایدئولوژیک فرعی برخاسته از انقلاب و مستضعفین و مظلومان عالم (عدالت، وحدت، قدس، ...)	۱۱	۲٪
بنیان‌گذار جمهوری اسلامی و اولاد (آیت الله خمینی، امام خمینی، یادگار امام، ...)	۹	۲٪
شخصیت مذهبی (آیت الله طالقانی، ملاصدرا، علامه امینی، شریعتی، ...)	۶	۱/۵٪
شخصیت تاریخی (سردار جنگل، میرزا کوچک خان، ستارخان...)	۵	۱/۲۵٪
کوه، منطقه، دریا و یا سازه‌ی طبیعی (زاگرس، سهند، خلیج فارس، نقش جهان، ...)	۵	۱٪
وابستگی به یک سازمان یا نهاد غیرایدئولوژیک (نفت، گاز، شهرداری، ...)	۴	۱٪

۱. نگارندگان با بررسی و تحقیق در منابع اینترنتی اطمینان حاصل کردند که این شهدا بومی استان یا منطقه هستند.

مقوله	پسامد	درصد
وابستگی به یک سازمان یا نهاد ایدئولوژیک (بسیج، ثارالله، ...)	۲	۰/۵٪
نام اصیل ایرانی - باستانی (پارسه، پارسیان، ...)	۲	۰/۵٪
شخصیت معنوی (حافظیه، شوریده شیرازی...)	۲	۰/۵٪
پهلوان تاریخی - حماسی (سام و زال، ...)	۱	۰/۲۵٪
مجموع	۴۰۰	۱۰۰٪

۴-۲- نام‌گذاری اماکن ورزشی پیش از انقلاب

با مراجعه به شماری مجله‌ی ورزشی قدیمی، نام‌های مکان‌های ورزشی زیر گردآوری شدند:

ورزشگاه چهارم آبان تهران؛ استادیوم چهارم آبان اصفهان؛ استادیوم باغ همایون اصفهان؛ ورزشگاه رضا پهلوی اهواز؛ استادیوم رضا پهلوی نازی آباد؛ استادیوم ورزشی ۲۵ شهریور آاده؛ استادیوم ورزشی رضا پهلوی میناب؛ استادیوم خسروپرویز شهرستان کرمانشاه؛ ورزشگاه رضا پهلوی رضائیه؛ استادیوم نهم آبان اصفهان؛ ورزشگاه آریا مهر؛ ورزشگاه امجدیه؛ ورزشگاه فرح؛ ورزشگاه فرح پهلوی اصفهان؛ ورزشگاه آپادانا؛ ورزشگاه دودیه؛ ورزشگاه سرپوشیده والا حضرت شاهپور علی‌رضا پهلوی گنبد؛ استخر پهلوی اصفهان؛ ورزشگاه سرپوشیده محمدرضا شاه پهلوی

اگرچه داده‌های موجود اندک هستند اما اگر براساس همین داده‌ها، شیوه‌ی نام‌گذاری اماکن ورزشی شهرستان‌های گوناگون تعمیم داده شود، آنگاه می‌توان به یافته‌های زیر رسید.

الف) نام‌گذاری بر پایه‌ی مناسبت‌های تاریخی: یکی از رایج‌ترین شیوه‌های نام‌گذاری اماکن ورزشی مبتنی بر رویدادهای مهم تاریخی پیرامون نظام پادشاهی و خاندان حاکم است. از همین‌رو، رویدادهایی همچون سالروز پادشاهی محمدرضا پهلوی (برابر با ۲۵ شهریور)، زادروز محمدرضا پهلوی (برابر با چهارم آبان)، زادروز ولیعهد (نهم آبان)، و مانند آن برای نام‌گذاری مورد توجه قرار گرفته‌اند. در واقع، چنین ایامی افزون بر این‌که یادآوری و بزرگداشت تلقی می‌شوند، آورنده‌ی خیر و برکت پنداشته می‌شوند.

ب) نام‌گذاری بر پایه‌ی اعضای خانواده‌ی سلطنتی: روش رایج دیگر، نام‌گذاری اماکن ورزشی به افتخار اعضای خانواده به‌ویژه ولیعهد است. از آنجا که ولیعهد جوان در حکومت‌های سلطنتی در آینده بر مسند قدرت می‌نشیند، این ابزاری برای مطرح کردن، سر زبان انداختن و آماده کردن ذهنی مردم و نیز از سوی دال بر خوش‌یمن و برکت دانستن ولیعهد تلقی می‌شود. از همین‌رو، در هر استانی می‌توان اماکن ورزشی‌ای یافت که به اسم رضا پهلوی نام‌گذاری شده است.

پ) نام‌گذاری بر پایه‌ی القاب: روش دیگر نام‌گذاری که باز هم با پادشاه و سلطنت سر و کار دارد، استفاده از القاب پادشاهی است. از همین‌رو، القابی مانند آریامهر یا باغ همایون برای نام‌گذاری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. معمولاً از لقب آریامهر برای نام‌گذاری اماکن ورزشی بزرگ استفاده شده است.

ت) نام‌گذاری بر پایه‌ی نام پادشاهان بزرگ و خوش‌نام: از دیگر روش‌های متداول نام‌گذاری، بهره‌گیری از نام پادشاهان برجسته‌ی ایرانی است. به‌عنوان مثال، خسروپرویز. نام‌گذاری بر پایه‌ی نام اماکن تاریخی: از دیگر روش‌های متداول نام‌گذاری، بهره‌گیری از نام اماکن باستانی و قدیمی معروف است. برای نمونه، *آیادانا*.

ث) دیگر روش‌های نام‌گذاری: از دیگر روش‌های متداول نام‌گذاری می‌توان نام‌گذاری بر مبنای نام منطقه‌ای که یک مکان ورزشی در آنجا تأسیس می‌شود، اشاره کرد. به‌عنوان مثال، ورزشگاه داودیه بر مبنای منطقه‌ای به همین اسم نام‌گذاری شده است.

۳-۴- مقایسه‌ی نام‌گذاری‌ها در چهارچوب نظری ون دایک

در این بخش یافته‌های این مطالعه بر پایه‌ی رویکرد ون دایک (۲۰۰۶) به مطالعه‌ی ایدئولوژی تشریح می‌شوند: ۱- توصیف کنشگر: در اینجا، گروه غیرخودی با القاب «شاه»، «والاحضرت» و مانند آن تعریف می‌شوند در حالی که گروه خودی با القابی مانند «آیت‌الله»، «امام»، «علامه» و مانند آن توصیف می‌شوند. یک معنی تلویحی این تقابل آن است که گروه غیرخودی قدرت و مشروعیت خود را از مردم دریافت نمی‌کند بلکه در فرایندی غیردموکراتیک به این مقام نائل می‌شود. در مقابل، گروه خودی قدرت خود را به‌صورت معنوی از خداوند دریافت می‌کند و بر پایه‌ی نظریه‌ی ولایت فقیه، آنها نماینده‌ی مشروع و به‌حق خداوند در دوران غیبت امام معصوم هستند. از همین‌رو، تقابل دوگانه‌ای میان حاکم نامشروع و حاکم مشروع شکل می‌گیرد.

۲- مرجع: در اینجا، می‌توان به «تختی»، «نامجو»، «پوریای ولی»، «ستارخان» و «میرزا کوچک خان» اشاره کرد. به واقع، استناد به این چهره‌های معتبر و ملی می‌تواند مظهر تأییدی بر حقانیت نظام و ابزاری برای پشتوانه‌سازی و مشروعیت‌بخشی به دیدگاه‌های اردوگاه خودی‌ها انگاشته شود.

۳- بار مسئولیت: در این باره، موردی یافت نشد.

۴- مقوله‌بندی: افراد منتسب به گروه غیرخودی به دلیل نداشتن القاب علمی یا حوزوی تلویحاً غیرمذهبی و غیرعالم پنداشته می‌شوند در حالی که افراد منتسب به گروه خودی، با توجه به نام‌گذاری‌هایی همچون «آیت‌الله» و «علامه» مذهبی، اسلامی و دانشمند نشان داده می‌شوند.

۵- مقایسه: در این باره، نمونه‌هایی همچون «ولایت» و «غدیر» برای تشبیه حاکمیت کنونی و نوع مشروع حکومت، با حکومت پیامبر اسلام مقایسه می‌شود و به طریقی دنباله‌رو و ادامه‌دهنده‌ی آن معرفی می‌شود.

۶- اجماع: نام‌گذاری «خلیج فارس» برای یک مکان ورزشی نمونه‌ای است از همراه کردن کل جامعه برای اهداف پنهان و آشکاری که در پس چنین نام‌گذاری‌ای دنبال می‌شود.

۷- خلاف واقع‌گویی: در این باره، موردی یافت نشد.

۸- انکار: در این باره، موردی یافت نشد.

۹- حُسن تعبیر: در این باره، نام‌گذاری «یادگار امام» برای پرهیز از نام بردن مستقیم فرزند درگذشته‌ی امام خمینی(ره) (سید احمد خمینی) به کار گرفته می‌شود.

- ۱۰- گواه‌نمایی: در این باره، موردی یافت نشد.
- ۱۱- نمونه‌آوری: در این باره، نام‌گذاری‌هایی همچون «۲۲ بهمن» «۱۵ خرداد»، «۱۷ شهریور» و مانند آن می‌تواند دلالت بر خیزش مستمر و به‌حق مردم علیه استبداد شاهنشاهی و حقانیت انقلاب ۱۳۵۷ باشد. همچنین، نمونه‌ای مانند «شهدای هفتم تیر» که اشاره به یک رویداد خونبار تروریستی دارد می‌تواند تأثیر عاطفی بیشتری بر مخاطب داشته باشد.
- ۱۲- تعمیم‌دهی: در این باره، موردی یافت نشد.
- ۱۳- اغراق: در این باره، می‌توان به نام‌گذاری «فتح المبین» اشاره کرد که برگرفته از نام عملیاتی در دفاع مقدس است که خود برگرفته از واقعه‌ای در صدر اسلام است که فتح مکه یا فتح خیبر به آن نسبت داده می‌شود.
- ۱۴- استلزام (فحوا): در این باره، برخی نام‌گذاری‌ها که در ادامه نیز مطرح می‌شوند به نکته‌ی مورد نظر اشاره دارند. برای نمونه، «عدالت» تلویحاً به معنی برقراری عدالت در نظام کنونی و عدم برقراری عدالت در نظام پیشین است. یا «آزادی» تلویحاً به معنی دستیابی به رهایی از سلطه از زیر یوغ نظام پیشین و تحقق آن در نظام کنونی است. یا «حجاب» که تلویحاً به معنی وجود بی‌بند و باری و برهنگی زنان در نظام پیشین است اما اکنون ابزار حفاظت از زنان در نظام کنونی تعبیر و ترویج می‌شود.
- ۱۵- کنایه: در این باره، موردی یافت نشد.
- ۱۶- واژه‌پردازی: در این باره، مفهوم ستمگری و سلطه و نقطه‌ی مقابل آن یعنی رهایی از ستم و استقلال که دو شعار عمده‌ی انقلاب ۱۳۵۷ برشمرده شده‌اند، در قالب نام‌گذاری‌هایی همچون «آزادی»، «پیروزی»، «انقلاب»، «فجر»، «خیبر»، «فتح المبین» و مانند آن بیان شده است. به بیان دیگر، گروه خودی پشتیبان و حامی این شعارها است و در مقابل، گروه غیرخودی به‌صورت سرکوبگر و بیدادگر به تصویر کشیده می‌شود و از این‌رو «انقلاب» روندی ناگزیر و مشروع جلوه می‌شود.
- ۱۷- استعاره: در این باره، نام‌گذاری «فجر» که در لفظ به معنی سپیده دم، و نیز نام سوره‌ای از قرآن کریم است، استعاره از پیروزی سپیدی بر سیاهی (پیروزی انقلاب اسلامی) می‌باشد.
- ۱۸- خودستایی ملی: نام‌هایی همچون «پیامبر اعظم»، «بعثت»، «غدیر»، «ولایت» و مانند آن دال بر آن است که این نظام به این ارزش‌ها که بیانگر پذیرش دین اسلام در این سرزمین است می‌بالد و آنها بر ارزش‌های دیگر ارجح می‌داند. به پیامد این ارجحیت، مفاهیمی چون «حجاب»، «ایثار»، و مانند آن که در اسلام مورد تأکید هستند، ترویج می‌شود.
- ۱۹- دگرنمایی منفی: هر ویژگی که در «خودنمایی مثبت» برشمرده می‌شود، طرف مقابل از آنها بی‌بهره است و از این‌رو، امتیاز منفی محسوب می‌شود.
- ۲۰- بیان هنجار: در این باره، موردی یافت نشد.
- ۲۱- بازی اعداد: در این باره، موردی یافت نشد.

۲۲- دوقطبی‌سازی: در اینجا نیز یک دوقطبی میان اسلام‌گرایی (مشروع) و سلطنت‌طلبی (نامشروع) ایجاد شده است. در این راستا، تقابل‌های دوگانه‌ای همچون «پیامبر» در مقابل «شاه»، «پیامبر اعظم» در مقابل «خسرو پرویز»، «ولی عصر» در مقابل «آریامهر»، «خاتم الانبیا» در مقابل «والاحضرت»، «ولایت» در مقابل «ولیعهد»، «امام علی(ع)» در مقابل «رضا پهلوی»، «غدیرخم» در مقابل «آبادانا»، «بعثت» در برابر «بیست و پنج شهریور»، و «الزهر» در مقابل «فرح» ایجاد شده است. در عین حال، همه‌ی این نام‌گذاری‌های مذهبی به ارزش‌های اسلام شیعی اشاره دارند و به دیگر ادیان و مذاهب اسلامی اشاره‌ای نشده است.

۲۳- عوام‌گرایی: در این باره، نام‌گذاری‌هایی همچون «پارسه» یا «پارسیان» که یادآور تاریخ پیش از اسلام در سرزمین ایران هستند، اگرچه برای جذب و همراهی مردمی علاقمند به گذشته‌ی این سرزمین اتخاذ شده است، اما کمبود مواردی از این دست در میان یافته‌ها می‌تواند ناشی از عوام‌فریبی باشد.

۲۴- خودنمایی مثبت: بر این اساس، نام‌هایی همچون «آزادی»، «عدالت»، «وحدت» و مانند آن که برای نام‌گذاری اماکن ورزشی مورد استفاده قرار گرفته‌اند، به‌مثابه شعارهایی عمل می‌کنند که به نظام جدید نسبت داده می‌شود.

۲۵- پیش‌انگاشت: در بسیاری از نام‌گذاری‌ها مفاهیم مثبتی انتقال داده شده است که در عمل راهی بس طولانی برای اثبات و تحقق آنها وجود دارد. به‌عنوان مثال، در نمونه‌هایی همچون «عدالت» شعار عدالت‌محوری دیده می‌شود که راستی‌آزمایی آنها مستلزم زمان است.

۲۶- ابهام: در این باره، نام‌هایی همچون «تلاش» و «نشاط» دارای معنای کلی هستند.

۲۷- قربانی‌سازی: برای ایجاد یک تقابل میان جلاد (گروه غیرخودی) و قربانی (گروه خودی) از مفهوم پرتکرار «شهید» یا «شهدا» بسیار استفاده شده است. واژه‌ی «شهید» مفهوم مشروعیت یک اقدام و جهاد در راه خدا را می‌رساند که یکی از ارزشمندترین کارها در اسلام دانسته می‌شود. از همین‌رو است که این واژه پربسامدترین مورد در میان مقوله‌های دسته‌بندی شده است.

۵- نتیجه‌گیری

پژوهش کنونی بر آن بود تا شیوه‌های نام‌گذاری اماکن ورزشی در دوره‌های پیش از انقلاب ۵۷ و پس از آن را در چهارچوب تحلیل گفتمانی ون دایک (۲۰۰۶) بررسی کند. همان‌گونه که داده‌های این مطالعه نشان داد، این نام‌گذاری‌ها یک تقابل و دوقطبی‌سازی را به تصویر می‌کشند؛ یعنی آنچه که پیش‌تر «ارزش» تلقی می‌شد اکنون «ضد ارزش» پنداشته می‌شود. در این راستا، مفاهیم و ارزش‌های غیرمذهبی، مرتبط با سلطنت، ایرانیّت، و ایران باستان جای خود را به محتوای مذهبی و مرتبط با حکومت اسلامی از نوع تشیع داده‌اند که رقمی بیش از ۸۵ درصد نام‌گذاری‌های اماکن ورزشی را در بر می‌گیرند. با توجه به حجم بالای موارد، می‌توان ادعا کرد که این اسم‌سازی‌های ایدئولوژیک در حوزه‌ی ورزش قاعده‌مند هستند تا استثناء. از سوی دیگر، این نام‌گذاری‌ها تلویحاً خوانشی رسمی و مشروع از تاریخ ارائه داده‌اند و به‌عنوان ابزار مشروعیت‌بخشی و عادی‌سازی ایدئولوژی گروه حاکم به کار بسته شده‌اند. افزون بر این، می‌توان گفت که رابطه‌ی متقابلی میان زبان و ایدئولوژی وجود دارد

و زبان هم انعکاس ایدئولوژی است (مانند نام‌گذاری‌ها) است و هم ایدئولوژی را شکل می‌بخشد؛ یعنی ابزاری است برای انتقال انگاره‌ها، جهان‌بینی‌ها، و ارزش‌ها. فراتر از آن، قلمروی ورزش به دلیل محبوبیت و جذابیتش به‌عنوان ابزاری برای تأیید و تقویت ایدئولوژی گروه‌های در قدرت و مشروعیت‌زدایی از دیگر باورها و خوانش‌ها به‌کار گرفته شده است، و این استفاده‌ی ابزاری تصادفی نیست چون «... باید از تمامی راه‌ها، ابزارها و امکانات برای تبلیغ اسلام استفاده کنیم»^۱ و در این راستا، «امروز ورزش، رساترین صدای دنیا است و می‌تواند پیام‌رسان انقلاب اسلامی باشد»^۲.

۶- دلالت‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش می‌تواند دلالت بر آن داشته باشد که نام‌گذاری‌ها می‌تواند پژوهشی از میزان تکثرگرایی قومی و مذهبی در جامعه باشند. به بیان دیگر، می‌توان از آن به‌عنوان شاخصی برای تعیین میزان به رسمیت شناختن دیگر ارزش‌های مغایر و در نتیجه میزان همزیستی مسالمت‌آمیز میان ادیان و مذاهب گوناگون بهره جست.

منابع

- بدیعی ازندهی، م. (۱۳۸۸). «گفتمان نامگذاری خیابان‌های تهران پس از انقلاب اسلامی». ژئوپلیتیک-انجمن ژئوپلیتیک ایران، ۵ (۱): ۷۲-۱۰۱.
- Alderman, D. (2002). "Street Names as Memorial Arenas: The Reputational Politics of Commemorating Martin Luther King in a Georgia County". *Historical Geography*, 30: 99-120.
- Alderman, D. (2008). Place, Naming, and the Interpretation of Cultural Landscapes. In: Brian, G. & Howard, P. (editors), *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*, Aldershot: Ashgate, 295-213.
- Alderman, D. & Inwood, J. (2013). "Street naming and the politics of belonging: Spatial injustices in the toponymic commemoration of Martin Luther King Jr". *Social and Cultural Geography*, 14(2): 211-233.
- Azaryahu, M. (1996). "The Power of Commemorative Street Names". *Environment and Planning D: Society and Space*, 14(3), 311-330.
- Azaryahu, M. (2009). "Naming the past: the significance of commemorative street names". In L. Berg and J. Vuolteenaho (eds.), *Critical Toponymies: The Contested Politics of Place Naming*, Ashgate, Farnham.
- Azaryahu, M. (2011). "The critical turn and beyond: the case of commemorative street naming". *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies* 10.1, 28-33.

۱. حجت الاسلام مهدی کروی، دنیای ورزش، ۱۳۶۹، سال بیست و یکم، شماره ۹۶۷.

۲. حسن غفوری فرد، دنیای ورزش، ۱۳۶۹، سال بیست و یکم، شماره ۹۶۷.

- Fowler, R. & Hodge, B. (1979). *Critical linguistics, language and control*. R. Fowler (Ed.) (pp 185-213). London: Routledge and Kegan Paul.
- González Faraco, J. C. & Dean Murphy, M. (1997). "Street Names and Political Regimes in an Andalusian Town". *Ethnology*, 36(2): 123-148.
- Kearns, R. & Berg, L. (2002). "Proclaiming place: Towards a geography of place name pronunciation". *Social & Cultural Geography*. 3(3): 283-302.
- Light, D. & Young, C. (2015). "Toponymy as Commodity: Exploring the Economic Dimensions of Urban Place Names". *International Journal of Urban and Regional Research*, 39(3): 435-450.
- Reysen, S., Snider, J. & Branscombe, N. (2012). "Corporate Renaming of Stadiums, Team Identification, and Threat to Distinctiveness". *Journal of Sport Management*, 26: 350-357.
- Rose-Redwood, R., Alderman, D. & Azaryahu, M. (2010). "Geographies of toponymic inscription: New directions in critical place-name studies". *Progress in Human Geography*, 34(4), 453 - 470.
- Van Dijk, T. A. (2001). Multidisciplinary CDA: A plea for diversity. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 95-120). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Van Dijk, T. A. (2006). Politics, ideology and discourse. In: Brown, K. (Ed.), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Vol. 9 Oxford; New York: Pergamon Press, 728-740.
- Vuolteenaho, J; Berg, L. (2009). "Towards critical toponymies". In: L. Berg and J. Vuolteenaho (Eds.) *Critical Toponymies: The Contested Politics of Place Naming*, 1-18.