

تأثیر رسانه‌ها در همگرایی گویشهای زبان فارسی

مطالعه موردی: گویش همدانی

پژوهشگران: مسعود ویژه^۱، نرجس اسکندریان^۲

چکیده:

نسل کنونی جامعه از ابتدای حیاتش با رسانه‌ها بزرگ می‌شود و در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، این نسل، بخش عظیم فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه پردازان ارتباطی بر این باورند، رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند.

کشور ایران به دلیل شرایط آب و هوایی و موقعیت‌های استراتژیکی همواره در طول تاریخ محل عبور اقوام و ایلات گوناگون و شکوفایی فرهنگهای متنوع بوده است. حاصل این مراودات، گرد آمدن مردمانی با ویژگی‌های فرهنگی و زیستی متنوع بوده است. توجه به خرده فرهنگهای یک کشور اعم از فرهنگ‌های قبیله‌ای، مذهبی و طبقه‌ای در جامعه شناسی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا همیشه تهدیدات و فرصتهایی نیز برای خرده فرهنگها وجود داشته است. گویش کنونی همدانی که بازمانده گویش از دست‌رفته همدانی کهن است یکی از این خرده فرهنگها به شمار می‌آید. قدرت نفوذ فرهنگ غالب در پایتخت بر سایر فرهنگهای بومی و محلی و خرده فرهنگها از طریق رسانه‌ها سبب شده که در سالهای اخیر گویش همدانی در شهر همدان کمتر استفاده شود، لذا در این تحقیق به تأثیر رسانه‌ها بر همگرایی فرهنگی در قالب مطالعه موردی تأثیر رسانه‌ها بر گویش همدانی پرداخته می‌شود و در نهایت چند راه حل جهت کنترل این پدیده پیشنهاد می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: رسانه، تأثیر رسانه‌ها، همگرایی فرهنگی، گویش همدانی

مقدمه

رسانه‌ها در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند. مردم در طول شبانه‌روز از محتوای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و آموزشی و سرگرمی رسانه‌ها استفاده می‌کنند. نسل کنونی جامعه از ابتدای حیاتش با رسانه‌ها بزرگ می‌شود و در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، این نسل، بخش عظیم فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از جامعه‌پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

تأثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه پردازان ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد دهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند. از آنجا که کشور ایران به دلیل شرایط آب و هوایی و موقعیت‌های استراتژیکی همواره در طول تاریخ محل عبور اقوام و ایلات گوناگون و شکوفایی فرهنگهای متنوع بوده است. حاصل این مراودات، گرد آمدن مردمانی با ویژگی‌های فرهنگی و زیستی متنوع بوده است. توجه به خرده فرهنگهای یک کشور اعم از فرهنگ‌های قبیله‌ای، مذهبی و طبقه‌ای در جامعه‌شناسی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا همیشه تهدیدات و فرصتهایی برای خرده فرهنگها وجود داشته است. تهدیدات ناشی از تنوع و تعدد قومیتها و خرده فرهنگ‌ها شامل: ۱- منازعات قومی ۲- جدایی طلبی یا خودمختاری خواهی ۳- ضعف انسجام ملی ۴- آسیب‌های امنیتی ناشی از مناقشات اقوام مشابه در کشورهای همجوار ۵- تحریک‌پذیری از سوی دشمنان و قدرتهای بزرگ بوده است. فرصتهایی هم این تنوع فرهنگی به دنبال دارد که شامل: ۱- تکثر فرهنگی و تعدد قومی ۲- تنوع قومی و تأثیر در توسعه ملی ۳- تنوع قومی و توزیع فضای جمعیتی ۴- عامل رقابت بین اقوام و ۵- قومیت‌های فرامرزی و تعاملات اقتصادی می‌باشد. یکی از مسائلی که امروزه فرهنگ اقوام مختلف را تحت تأثیر خود قرار داده است، رسانه‌ها هستند، لذا در این مقاله قصد داریم به تأثیر رسانه‌ها بر همگرایی فرهنگی بپردازیم که در قالب مطالعه موردی تأثیر رسانه‌ها بر گویش همدانی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

بیان مساله

گویش کنونی همدانی، بازمانده گویش از دست‌رفته همدانی کهن است که می‌توان بخشی از ویژگی‌های این گویش کهن را در سروده‌های دگرگون‌نشده باباطاهر همدانی باز یافت. قدرت نفوذ فرهنگ غالب در پایتخت یا فرهنگ تهرانی بر سایر فرهنگهای بومی و محلی و خرده فرهنگها از طریق رسانه‌ها سبب شده که در سالهای اخیر بسیاری از واژگان همدانی و گویش خاص همدانی در شهر همدان کمتر استفاده شود، لذا در این تحقیق به تأثیر رسانه‌ها بر همگرایی فرهنگی در قالب مطالعه موردی تأثیر رسانه‌ها بر گویش همدانی پرداخته می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم رسانه

به وسایل انتقال دهنده پیام‌ها از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان رسانه گفته می‌شود؛ که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و... است. این وسایل دارای ویژگی‌هایی مانند پیام‌گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند. (دادگران، ۱۳۸۴، ص ۶)

کارکردهای رسانه

"هارولد لاسول" و "چارلز رایت" از جمله پژوهشگرانی هستند که به طور جدی به نقش و کارکرد رسانه‌ها در جامعه توجه کرده‌اند. این دو نظریه پرداز ارتباطات بر این باورند که نخستین کارکرد رسانه‌ها، نظارت، مراقبت، تهیه و رساندن خبر درباره‌ی محیط پیرامونی است.

دومین کارکرد رسانه، انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط است. رسانه اغلب شامل انتقادات و تجویزهایی برای چگونگی و منش افراد به حوادث است. در این نقش رسانه‌ها به تقویت ارزش‌های اجتماعی، اجماع و افشای انحرافات، رجوع به پایگاه رهبران افکار، ممانعت از تهدید ثبات اجتماعی و وحشت عمومی، مدیریت افکار عمومی و نظارت بر حکومت و حفاظت می‌پردازند.

یکی دیگر از کارکردهای رسانه، انتقال فرهنگ، افزایش انسجام اجتماعی و تعمیق تجربه‌ی مشترک، کاستن از نابهنجاری‌های اجتماعی و احساس از خود بیگانگی، استمرار اجتماعی شدن پیش و پس از آموزش رسمی و از نظر "لاسول" رسانه‌ها در حکم انتقال‌دهنده فرهنگ، برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه واردها، کاربرد دارند. آنها از این راه با گسترش بنیان تجربه‌ی مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با استمرار اجتماعی شدن پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پیش از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱، ص ۴۵۲)

نقش رسانه در انتقال ارزشها

تحقیقات فراوانی انجام شده است که تأثیر رسانه‌ها را بر نگرش‌های کودکان و بزرگسالان تحلیل کرده‌اند. اگر چه هنوز بیشتر این تحقیقات از نظر استنباط قطعی نیستند. اما نمی‌توان انکار کرد که رسانه‌های جمعی انواع گوناگونی از اطلاعات و محتوا (به ویژه هنجارها و ارزش‌ها) را انتقال می‌دهند. (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۸۸)

نقش رسانه‌ها در دگرگونی ارزش‌های فردی و اجتماعی

"رونالد اینگهارت"، معتقد است که تغییر ارزشی، روندی است که از نسلی به نسل دیگر رخ می‌دهد، نه به طور مداوم از سالی به سال دیگر (یوسفی، ۱۳۸۳، ص ۴۲). وی معتقد است که اشاعه‌ی رسانه‌های جمعی منجر به تغییر ارزش‌ها شده است؛ به طوری که در عصر کنونی، جهانی شدن ارتباطات و رسانه‌ها بر شکاف ارزش‌های نسلی تأثیر گذاشته است. لباس‌های متحدالشکل جوانان، موسیقی پاپ و... از نمودهای تأثیر رسانه بر تغییر رفتارها و ارزش‌های نسل کنونی و عدم پای‌بندی به سنت‌های فرهنگی خود است. (همان، ص ۱۱۴)

نظریه تأثیر رسانه‌ها

در نظریه تأثیر رسانه‌ها از مارشال مک لوهان سه پیش فرض اصلی مطرح می‌شود: (۱) رسانه‌ها هر عمل و شیوه رفتاری را به جامعه القا می‌کنند. (۲) رسانه‌ها درک ما را تثبیت کرده و تجارب ما را شکل می‌دهند. (۳) رسانه‌ها دنیای ما را یکپارچه می‌سازند. مک لوهان مدعی است که رسانه‌های هر عصر ماهیت جامعه‌ی آن عصر را معین می‌کنند. وی همچنین معتقد است رسانه‌ها امتداد حواس انسان هستند. طبق این نظریه جامعه همزمان با رشد فناوری‌ها در آن رشد کرده است. از حروف الفبا تا اینترنت، ما از رسانه‌ها تأثیر گرفته ایم و بر آن‌ها تأثیر گذاشته ایم. (رشیدپور، ۱۳۵۲، ص ۷۶)

نظریه مطالعات فرهنگی

رسانه‌ها بازتاب دهنده‌ی ایدئولوژی طبقه حاکم در جامعه هستند. از آن جایی که رسانه‌ها تحت کنترل سازمان‌ها (نخبگان) هستند، اطلاعات عرضه شده به عامه مردم ناگزیر تأثیر گرفته و شکل یافته توسط منافع ذهنی آنان است. هنگام تفسیر فرهنگ لازم است تأثیر رسانه‌ها و نقش قدرت نیز مورد ملاحظه قرار گیرد. (قربانی، ۱۳۸۳، ص ۳۴)

همگونی فرهنگی

همگونی فرهنگی، عبارت است از نوعی انفعال و استحاله که بر یکپارچه‌شدن فرهنگی و کاهش تنوع فرهنگی تأکید می‌کند. (صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹، ص ۱۴۱-۱۴۲)

سیاست مزبور رویه معمول تعدادی از دولت‌ها در قبال خواسته‌های اقلیت‌هاست؛ سیاستی که از اقلیت‌ها می‌خواهد آداب و سنن و باورهای اخلاقی خاص خود را کنار بگذارند و فرهنگ عمومی و مرکزی را بپذیرند. (صالحی امیری، رضا، ۱۳۸۸، ص ۱۴۱)

همگرایی فرهنگی

همگرایی فرهنگی، به معنای پیدایی و رشد ویژگی‌های مشابه فرهنگی در نقاط مختلف، به‌طور مستقل و بدون ارتباط با یکدیگر می‌باشد. (ساروخانی، ۱۳۸۰، ص ۱۷۰)

نظریه همگرایی

نظریه همگرایی از نظریه‌های مربوط به فرایند تحول، است که از "کلارک کر" و همکارانش است. بر طبق این نظریه، صنعتی‌شدن نیروی عمده شکل دهنده دنیای امروز است که در راستای آن، جوامع، از برخی جهات به یکدیگر شبیه می‌شوند. (گیدنز، ۱۳۸۱، ص ۷۰۱)

اهداف همگرایی فرهنگی

از دیدگاه ارنست بارت و دونالد نوئل، سیاست‌های همگون‌ساز به‌مثابه هدف منسجم‌ساز شکل‌دهنده ایدئولوژی‌هایند که جوامع چندقومی به سوی آن حرکت می‌کنند. اینان هدف سیاست همگون‌سازی را به‌منزله ترکیب زیست-شناختی، فرهنگی، اجتماعی و روانی گروه‌های متمایز و منفرد به منظور ایجاد یک جامعه بدون تفاوت‌های قومی می‌دانند. مارتین مارجر، هدف سیاست‌های همگون‌ساز را کاهش اختلافات فرهنگی و ساختاری در بین گروه‌های قومی گوناگون می‌داند. وی براین باور است که بر پایه این سیاست، قومیت، تأثیری در توزیع ثروت و قدرت جامعه ندارد، کلیه اعضای جامعه قومی به‌عنوان شهروند از حقوق مساوی برخوردارند و عضویت آن‌ها در گروه‌های قومی، تأثیری در حقوق شهروندی ندارد. همگون‌سازی در اشکال گوناگون دولت-ملت‌سازی، در اکثر کشورهای جهان به‌وسیله نخبگان فکری و دولت‌ها دنبال شده است؛ فرض آنان بر این بوده که می‌توان هویت جمعی انسان‌ها را به‌راحتی تغییر و آن‌ها را در یک چارچوب جدید هویتی قرار داد. (صالحی امیری، ۱۳۸۸، ص ۱۴۲)

برخی معتقدند که همگرایی فرهنگی، نوعی همسویی و هم‌نوایی در ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار تلقی می‌شود. اگر نوآوری‌های فرهنگی، تأثیرات مشابهی داشته باشند و این اشتراک، باعث دگرگونی اجتماعی یگانه‌ای شود، فرایند همگرایی فرهنگی روی می‌دهد، اما نقطه مقابل آن، واگرایی فرهنگی (Cultural Dispersion) است و آن در صورتی رخ می‌دهد که نتیجه نوآوری‌های مهم اجتماعی به حوزه‌های مختلف جامعه برسد، نه به کل جامعه. (احمدی، امیدعلی، ۱۳۸۱، ص ۱ و ص ۲۰۷)

الگوهای سیاست‌گذاری فرهنگی

به‌طور کلی الگوهای سیاست‌گذاری فرهنگی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

۱) یکسان‌سازی فرهنگی

این الگو به‌دنبال یگانه‌سازی فرهنگی در جامعه است. براساس این الگو، نوعی اصول و ارزش‌های مقدس وجود دارد که باید سایرین آن را بپذیرند. به‌عبارت دیگر این الگو، تصویری والا و معنوی از فرهنگ در درون خود دارد که بر مبنای آن، طراحی هندسی از ارزش‌ها، هنجارها و رفتارها را در عرصه اجتماعی طراحی می‌کند تا به دقت نشان دهد ارزش‌ها و هنجارهای عالی و نیز ضد ارزش‌ها کدامند. این طرح هندسی ارزش‌های فرهنگی، یک نقطه کانونی و هنجاری را اختیار کرده که بر مبنای آن تمایزگذاری‌های خود را سامان می‌بخشد و از ترسیم این طرح هندسی، جامعه‌ای همبسته را انتظار می‌کشد که بر منظومه‌ای از ارزش‌های مورد وفاق همگان استوار است.

وجود جمعیت انبوه، خرده‌فرهنگ‌های مختلف و متنوعی که در اثر تفکیک اجتماعی به وجود آمده‌اند، بالا بودن غلظت نمادی محیط جوامع و وجود بزرگراه‌های اطلاعاتی که در اثر گسترش ارتباطات جمعی حاصل شده‌اند، گسترش تخصص‌ها، رشد علم و تکنولوژی، مهاجرت و تحرک روانی جمعیت و سرانجام بالا بودن پویایی اجتماعی

نسبت به گذشته، همگی زمینه‌ها و عواملی بر سر راه سیاست یکسان‌سازی فرهنگی می‌باشند. در حال حاضر، تکرر، واقعیت اجتناب‌ناپذیر جوامع و تلاش برای چیدن آن زیر لوای همگون‌سازی دارای نتیجه معکوس و مستلزم پرداخت خسارت‌های اخلاقی و سیاسی نامطلوب است. (صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹، ص ۹۶-۹۵)

۲) تکثرگرایی فرهنگی

این الگو به دنبال گسترش خرده‌فرهنگ‌ها در کنار یکدیگر و به صورت هم‌عرض به وجود آمد. در این الگو خرده-فرهنگ‌های موجود در جامعه به رسمیت شناخته می‌شوند و جامعه امکان بقاء و رشد آن‌ها را فراهم می‌آورد. (همان، ص ۹۶-۹۵)

به عبارت دیگر تأکید اصلی تکثرگرایی فرهنگی، بر صیانت از تفاوت‌های فرهنگی اقوام و ملل است. تعلق به دو سرزمین، دو فرهنگ و فراگرفتن دو زبان، عامل تعادل فرهنگی و سرنوشت فردی است. بدین ترتیب، آینده، از آن کثرت‌گرایی فرهنگی است؛ چندفرهنگی و آموزش مداوم برای رودررو شدن با دگرگونی‌ها رواج می‌یابد، این امر اجتناب‌ناپذیر نیز یکی از اهداف غایی اقدام فرهنگی است. به این ترتیب، فرهنگ جهان‌وطنی در حال شکل‌گیری است که در آن، مردم در ابتدای مرحله‌ای قرار می‌گیرند که جهانی می‌اندیشند و به شیوه محلی اقدام می‌نمایند. (بیلیس، اسمیت، ۱۳۸۳، ص ۳۹)

کثرت‌گرایی فرهنگی وجه مشخص فراگیر و پایدار جوامع معاصر است و هویت و یا بی‌قومی اغلب، واکنش طبیعی و سالمی است که در برابر فشارهای جهانی کردن فرهنگ به وجود می‌آید. لازم به ذکر است که تکثرگرایی فرهنگی، باید از دوام، ثبات و امنیت کافی برخوردار باشد تا زمینه شکل‌گیری مجدد هویت‌های مذکور فراهم آید. (صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹، ص ۱۸۵-۱۸۶)

در جامعه کثرت‌گرا تمام گروه‌های فرهنگی و فکری، پذیرفته شده و از طریق مشارکت و همزیستی در عین حفظ ویژگی‌های خود به یک نظام اجتماعی و سیاسی ملحق می‌شوند. از دیدگاه کلی، تکثرگرایی قومی نقطه مقابل همانندسازی است. برخلاف سیاست‌های همانندسازانه، سیاست‌های تکثرگرایانه (Pluralism) بر اساس اصل حقوق جمعی، گروهی، شخصی و فردی بنا شده‌اند. (همان، ص ۱۸۶)

امروزه سیاست‌های بسیاری برای برخورد با تنوع قومی وجود دارد؛ از جمله طرح آن در قانون اساسی انواع مختلف نظام‌های انتخاباتی، بیانیه‌های حقوقی و سیاست‌های اقتصادی و فرهنگی. مشارکت در استقرار جوامع چندفرهنگی که اصل کثرت‌گرایی را محترم می‌شمارند، یکی از فعالیت‌های یونسکوست. کثرت‌گرایی در بطن یک جامعه دموکراتیک و پویا و جزء لاینفک مناسبات و تعامل موزون و هماهنگ میان فرهنگ‌ها و ملت‌هاست. اصل دموکراسی و احترام به حقوق بشر برای دفاع و ترویج کثرت‌گرایی، اساسی است. (همان، ص ۱۸۶)

عالم‌گیر شدن علم، اقتصاد و سیاست به‌طور غیرمستقیم تأکیدی بر جهانی بودن تفکر دارد. دنیایی که محل زندگی افراد و گروه‌هایی است که اعتقادات آنان، با پوچ‌گرایی، فن‌گرایی، عرف‌گرایی و سیاست‌گرایی مشخص می‌شود، در حال تولد است. بنابراین، در جوامعی که به تکثرگرایی فرهنگی روی می‌آورند، نسبی‌گرایی فرهنگی حاکم است، در حالی که عاری از هر ارزش و اصول مقدس باشند. بدین ترتیب، در این نوع از الگو که توفیق تحقق آن بسیار کم می‌باشد، جامعه برای هیچ خرده‌فرهنگی اهمیت برتری قائل نیست و بیشتر، در کشورهای جهان سوم در حال توسعه صادق است. (همان، ص ۱۸۵-۱۸۶)

۳) وحدت در عین کثرت

این الگو ضمن تأکید بر اشتراکات فرهنگی، امکان تکثر خرده‌فرهنگ‌های مختلف را در چارچوب نمادی مشترک، مجاز می‌داند؛ به عبارت دیگر، در هر جامعه‌ای مجموعه‌ای از سولات بنیادین در خصوص جهان، انسان، خدا، غایت، وظیفه انسان در برابر آن‌ها و نیز قداست آن‌ها مطرح است. پاسخ به این سولات باید آن‌چنان کلی و تعمیم‌یافته باشد که بتوانند به کمک زبان مشترک ملی، نقطه اتکاء وحدت نمادی و چارچوب فراگفتمانی جامعه را تشکیل دهند، به طوری که این چارچوب فراگفتمانی بتواند دربرگیرنده انواع خرده‌فرهنگ‌های قومی، زبانی، حرفه‌ای و گفتمان‌های شناختی، ارزشی، هنجاری و رویه‌ای متنوع باشد. معمولاً جوامع در پاسخگویی به سولات فوق می‌توانند از باورها و سنن انسانی، مذهبی و ملی خود بهره‌گیرند، به‌ویژه با مراجعه به فصل مشترک آن‌ها از لحاظ جامعه-شناختی، حسن تأکید بر فصل مشترک سنن انسانی، مذهبی و ملی در آن است که بیشترین آحاد جامعه، بالاترین اشتراک عقلی و عاطفی را برای فصل مشترک حائزند.

الگوی وحدت در عین کثرت، مبتنی بر تصویری چند از انسان و اجتماع انسانی است. اهم مفروضاتی که بر نوع سیاست و مدیریت و چگونگی کاربرد آن در حوزه‌های فرهنگی، در جهت رسیدن به انسجام اجتماعی تأثیرگذارند عبارت‌اند از:

- ۱- امکان‌ناپذیر بودن وجود عینی اجتماعی خالص از نظر ویژگی‌های فرهنگی کاملاً مشترک؛
- ۲- وجود تمایز در سطوح مختلف حیات فردی و اجتماعی نوع انسان؛
- ۳- وجود نوسان در بین همگونی در ویژگی‌های فردی نسبت به همگونی در سطوح فرهنگی، زیستی، اعتقادی، آرمانی و ساختاری، سیاسی؛
- ۴- وجود تعارضات درون و میان اجتماعات که ناشی از تفاوت‌های درون و میان آن‌ها نیست؛
- ۵- وجود وحدت در ساختار و جهت کل اجتماعات انسانی و فرهنگی به‌رغم وجود تفاوت‌های بسیار؛
- ۶- معطوف شدن سیاست‌های انسجام و وحدت اجتماعی به وحدت به معنای انسجام در کلیت و همسویی در جهت‌گیری آن؛
- ۷- وجود نوعی پیوستگی و همبستگی ناشی از نظم عام منتشر در اجزای هستی، در ظاهر تنوع؛

۸- برای یک سیاست فرهنگی مطلوب، وحدت و کثرت هر دو دارای اهمیت هستند. (همان، ص ۹۸-۱۰۰)

عوامل مؤثر بر همگرایی فرهنگی

این عوامل بر دو دسته تقسیم می‌شوند:

الف- عوامل برونزا:

- ۱- تأثیر محیط بین‌المللی؛
- ۲- ارتباطات و گسترش تکنولوژی آن؛
- ۳- تنوع گروه‌های بین‌المللی و ...

ب- عوامل درونزا:

- ۱- جمعیت و شهرنشینی؛
- ۲- آموزش و تحصیلات؛
- ۳- تحولات اقتصادی؛
- ۴- تحولات سیاسی؛
- ۵- تنوع گروه‌های قومی- مذهبی؛
- ۶- مهاجرت؛
- ۷- از بین رفتن ادبیات مشترک؛
- ۸- از بین رفتن زمینه‌های مشابه پرورش فرهنگی.

(احمدی، ۱۳۸۱، ص ۲۱۰-۲۱۲)

موقعیت جغرافیایی همدان

استان همدان دارای ۷ شهرستان به نامهای همدان، ملایر، تویسرکان، نهاوند، کیودرآهنگ، اسدآباد و رزن می‌باشد و شامل دوازده شهر، شانزده بخش و ۶۹ دهستان است از نظر توزیع مساحت استان بین شهرستان‌های تابع شهرستان همدان دارای بیشترین سهم است. جمعیت استان همدان بر طبق سرشماری سال ۱۳۷۵، ۱۵۰۰۸۸۷ نفر بوده است.

شهر همدان مرکز استان همدان از استان‌های غربی کشور محسوب واز نظر اقلیمی در اقلیم سرد واقع شده است کوهستانهای غربی، دامنه‌های غربی، رشته کوه‌های مرکزی ایران را شامل می‌شوند و با توجه به اینکه در این منطقه

متوسط دمای هوا در گرمترین ماه سال بیش از ۱۰ و متوسط حداقل دمای هوا در سردترین ماه سال کمتر از ۳- درجه سانتی گراد است جزو مناطق سردسیر محسوب می شود سلسله کوه‌های غربی چون سدی مانع نفوذ هوای مدیترانه‌ای به داخل فلات ایران شده و رطوبت هوا را در دامنه‌های خود نگه می‌دارد.

ارتفاع این شهر از سطح دریا ۱۶۴۴ متر و عرض جغرافیایی ۳۴ درجه و ۴۸ دقیقه شمالی طول جغرافیایی ۴۸ درجه و ۳۱ دقیقه شرقی و دامنه‌های شمالی کوه الوند واقع شده است. (فاطمی، ۱۳۸۰)

جمعیت همدان به خاطر قرار داشتن این شهر بر سر راه‌های اصلی و به خاطر حملات مکرر اقوام مختلف از اقوام و گروه‌های اجتماعی متفاوت تشکیل یافته بود و مذهب آنان در ابتدا زرتشتی بود و بخشی از یهودیان نیز که در زمان فتح بابل توس کوروش اسیر شده و در ایران آزاد شده بودند در همدان مقیم گردیدند بنا بر گفته اردکرزن ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ کلیمی‌بغدادی در همدان سکونت دارند (۱۸۸۹ م) عده‌ای از ارامنه نیز که در دوره صفویه به ایران کوچ داده شدند در همدان سکونت یافته‌اند بعد از اسلام آوردن ایرانیان، مردم همدان نیز به اسلام گرویدند.

در حال حاضر اسلام بیشترین تعداد جمعیت را بخود اختصاص داده است و اقلیتهای ارمنی و یهودی نیز در این شهر سکونت دارند. (فاطمی، ۱۳۸۰)

زبان مردم همدان

زبان مردم همدان به خاطر موقعیت تاریخی خود و وجود اقوام ساکن در آن و اختلاط فرهنگ‌ها و زبانهای مختلف از عناصر متفاوتی تشکیل یافته است، شامل:

- ۱- زبان فارسی: اغلب ساکنان مراکز استان همدان به زبان فارسی تکلم دارند.
- ۲- زبان ترکی: اغلب ساکنان شمال غرب استان به زبان ترکی صحبت می‌کنند.
- ۳- زبان لری و لک: ساکنان ملایر، نهاوند، سامن به این زبان صحبت می‌کنند.
- ۴- زبان کردی: اغلب ساکنان شمال غرب و غرب استان در مجاورت استانهای کرمانشاه و کردستان به زبان کردی تکلم می‌کنند. (فاطمی، ۱۳۸۰)

گویش همدانی

گویش کنونی همدانی، بازمانده گویش از دست‌رفته همدانی کهن است که می‌توان بخشی از ویژگی‌های این گویش کهن را در سروده‌های دگرگون‌نشده باباطاهر همدانی باز یافت. در این نوشتار به بررسی گزیده‌ای از واژگان گویش همدانی امروز پرداخته شده است. از ویژگی‌های این گویش، می‌توان به شمول برخی واژه‌های پهلوی و واژه‌هایی با ریشه‌های باستانی (اوستایی، پارسی باستان و سنسکریت) که در زبان فارسی معیار کاربرد ندارند، اشاره کرد.

همدان و توابع آن، از دیرباز، دارای فرهنگی ریشه‌دار و غنی بوده اند. قرآینی هست که می‌توان دانست تحولات و دگرگونی‌هایی که سابقاً و در طول تاریخ، در فرهنگ عامیانه این منطقه رخ داده، بسبب پویا نبودن جامعه و یا کندی جریان‌های زیرساختی آن، به اندازه امروز، سریع و زوال‌آور نبوده و از اینرو جریان‌های روساختی - از جمله فرهنگ‌های محلی، و فرهنگ عامیانه همدان نیز کمتر دستخوش تحول و دگرگونی گشته‌است. زیرا فی‌المثل،

بازمانده زبان پهلوی، که در گویش عوام آن منطقه رسوب کرده، همواره به عنوان فلهویات نام برده و یا مورد جستجو و تحقیق واقع گشته‌است. (اذکایی، ۱۳۸۷، ص ۶۶-۶۸)

فلهویات قدیم همدان را هرگز نباید از مقوله ادب عوام دانست، زیرا در آن ادوار گویش خواص نیز کمابیش فلهوی بوده است. فلهوی، اساساً گویشی است ویژه مردم مغرب و جنوب غربی ایران زمین، در مقابل گویش «دری» که ویژه مردم مشرق و خراسان است. سبک ادبی مشهور به سبک عراقی هم‌ارز با سبک خراسانی و در حقیقت همان سبک فلهوی و در حقیقت دنباله طبیعی آن بوده است.

پس از اسلام تا پیدایش نخستین آثار منثور و منظوم فارسی دری (سده‌های ۴ و ۵ ق)، ادب خواص همدان در قالب زبان عربی هم‌روند با ادب فلهوی بیان و نمایان می‌گردد. ادیبان همدان تا پایان سده ششم و یا به عبارتی تا هجوم مغول بدان شهر (۶۱۷ ق) - و حتی پس از آن هم - کمابیش اشعار و ترانه‌های فلهوی، یعنی به زبان کهن و بومی و نیاکان خویش سروده‌اند. (همان، ص ۶۶-۶۸)

ویژگی‌های آواشناسی گویش همدان

از ویژگی‌های دستوری گویش همدانی یکی همان ابتدا به کسر کردن، به هنگام تلفظ واژه‌هاست. مانند پَدِرِ مَن، سَرِ تُو که در گویش همدانی بصورت (پَدِرِ مَه)، یا (سِرِ تُو) تلفظ می‌شوند. دیگری در حالت اضافه اسم‌ها به ضمائر متصل در مورد دوم و سوم شخص حرف آخر اسم مکسور می‌شود، مانند (کِتَابِت) یا (سِرِش) و در مورد اول شخص حرف آخر اسم مضموم می‌شود، مانند: (خُوْدَم) یا (کِتَابِم) (همان، ص ۶۶-۶۸)

هنگام جمع بستن واژه ای با ها، اگر حرف یکی مانده به حرف آخر فتحه باشد تبدیل به کسره می‌شود. پاکت ها میشود پاکتا (pakEta)، کاغذها میشود کاغذا (kagheEza)، دفترها میشود دفترا. (daftEra)

واژه‌ها در حالت مفعولی به جای «را» ی فارسی نوشتاری واج /e/ می‌گیرند، مشابه گویش بوشهری، دشتستانی، آبادانی.

در گویش همدانی مجموعه واکه و صامت /ɒ:n/ که در گویش تهرانی در بیشتر واژه‌هایی که /n/ مستقل از /ɒ:/ نیست (به جز مثلاً در «اونا کُجان؟» یا واژه‌های مرکبی چون «بانفوذ») به /u:n/ تبدیل شده، بر خلاف گویش تهرانی به /u:n/ تبدیل نشده و این مجموعه دوواجی همانند فارسی نوشتاری گفته می‌شود.

در این گویش حتی گاهی یک واژه جانشین یک جمله کوتاه می‌گردد برای مثل واژه مَچِم (MACHIM). معنی جمله (من چه میدانم) را می‌رساند.

گویش مردم همدان میراث گرانبهائی است که از زبان‌های کهن ایرانی به یادگار مانده‌است و کاربرد واژه‌های کهن در این گویش بیانگر این موضوع است. برای مثل مصدرهای هشتن، اشکستن، اشکفتن، شناختن، اساندن، اشاندن، و انداختن، که با ابتدا به کسر و با اضافه شدن علامت‌های ضمیر به فعل تبدیل می‌شوند؛ مثل از مصدر (اشنفتن =

شنیدن): اشنفتم، اشنفتی، اشنفت، اشنفتیم، اشنفتین، اشنفتن و از مصدر هشتن (هلیدن): می یلیم، می یلی، می یله، هشتم، هشتی، هشت.

برخی افعال گویش همدانی

برخی از افعال گویش همدانی که در دیگر گویش ها دیده نمی شود و یا کمتر دیده می شود عبارتند از:

- اساندن: که همان ستاندن است (گذشته: اساندم، اساندی، اساند- حال: می سانم، می سانی، می سانه- فعل امر: بسان)
- اشاندن (eshandan): انداختن، پرت کردن (گذشته: اشاندم، اشاندی، اشاند- حال: می شانم، می شانی، می شانه- فعل امر: بشان)
- هشتن (hashtan): به معنی گذاشتن (هلیدن) (گذشته: هشتم، هشتی، هشت- حال: می یلیم، می یلی، می یله- فعل امر: بیل)
- چقیدن (cheghidan): فرو رفتن، خلیدن (گذشته: چقید- حال: می چقه)
- پشکیدن (peshkidan): نوع خاصی از پاشیدن مثلا پخش شدن لاس گاو روی زمین (گذشته: پشگید- حال: می پشگه)
- تمبیدن (tombidan): تو رفتن چیزی (گذشته: تمبید- حال: می تمبه)
- تنجیدن (tenjidan): فشرده شدن و جمع شدن، منقبض شدن (گذشته: تنجید- حال: می تنجه)
- رمبیدن / رمیدن (rombidan): فروریختن، خراب شدن (گذشته: رمبید- حال: می رمبه)
- پلمیدن (pelmidan): له شدن و پخش شدن که معمولا باعث آلوده شدن می شود (گذشته: پلمید- حال: می پلمه)

برخی واژگان گویش همدانی

- آالشگوه (aaleshgoe): اشغالدان، زباله دان
- اندماغ: ترشحات بینی
- بیور: فلفل همدانی
- بیل (با ی فتحه): بگذار
- بیوین: ببین
- بپا: نگاه کن
- بندتمانی: ابتدایی و پیش پا افتاده
- تکه تر: قیافه
- تممان: شلوار
- میلیج: گنجشک

- چواشه: برعکس
- قَلاق: کلاغ
- تَندور: (tendoor) تنور
- پیس: کثیف
- دوری: بشقاب
- دردجار: دردمند، کسی که به انواع دردها و بیماری ها دچار شده باشد.
- دس پلمان: دست و بالمان، دست و پاهایمان
- درنره: زیادی
- زردک: هویج
- سیرسیک: نوعی سوسک
- سیزان: اتاق همکف
- چل: دیوانه

برخی اصطلاحات و عبارات های همدانی

- شی میوا بشه: چه می بایست بشود، در حال حاضر قراره چه اتفاقی بیوفته
- پَچا اوجو موکونی: پس چرا این جوری میکنی
- میشه شی؟: میشود چه؟ که چه بشود؟
- پری شی ته: می خواهی چه کار؟
- لَش خورِت جان بکن بی دفه: بجنب
- بیننی: گویی، انگاری
- پَچا: پس چرا
- پ ن پ: پس نه
- نچای: سردت نشه/سرما نخوری/اصطلاحی برای زرنگی نکردن
- تکه تر: قیافه
- بیوین تونه خدا: نگاه کن توروخدا
- وایسا دیه: بایست ببینیم
- اونجانه ره بیوین: آنجارانگاه کن

(همان، ص ۶۶-۶۸)

عوامل تأثیر گذار در گویش همدانی

عناصری که طی شش و یا هفت قرن اخیر در گویش و فرهنگ مردم همدان دخیل بوده اجمالاً از این قرار است:

- پس از حمله‌ی اعراب و ظهور اسلام در ایران، استفاده از برخی واژگان عربی در آن مرسوم شد.
- از قرن پنجم و ششم که آغاز دوران تسلط ترکان بر همه‌ی ولایات ایران است، از زبان ترکی، واژه‌های بسیاری در گویش شهری و روستایی همدان وارد گشته است؛ و زبان روستانشینان همدان (جز چند مورد)، جملگی ترکی است. تا این اواخر اصولاً زبان بازاری و تجاری (در معامله با روستاییان) ترکی بوده، چنانکه امروزه هم تقریباً چنین است. ورود این عناصر، عموماً نتیجه و معلول تسلط پیرامنه ترکان در ایران زمین از سده پنجم و ششم و خصوصاً تسلط سیاسی و اجتماعی در عراق عجم و تشکیل دولت سلجوقیان عراق عجم بود. شهر همدان نزدیک به یک قرن (= سده‌ی ششم)، پایتخت سلجوقیان بوده و توابع و روستاهای آن نیز، هر یک اقطاع سرکردگان سلجوقی و جولانگاه‌های تقهر نظامی آنان بر یکدیگر بوده است.
- حضور اقلیت کلیمیان در همدان، چنان که مشهور است این قوم در نگهداری آداب و سنن خود سعی بلیغ داشته و گویا در مورد زبان محلی نیز، که از دیر باز بدان خو کرده و متکلم بوده‌اند، بی تأثیر نبوده است. خصوصاً آن که عمده جریان‌های اقتصادی و معاملات تجاری و داد و ستد با عوام و خواص توسط آنان صورت می‌گرفته است. چنان که مهم‌ترین (راستا بازار) کنونی شهر و یکی دو محله دیگر به نام آنان موسوم بوده است. (همان، ص ۶۶-۶۸)

- چند دهه اخیر، با رشد رسانه‌های جمعی و تأثیر فوق‌العاده آن شاهد پدیده همگرایی گویش محلی این منطقه هستیم، به نحوی که روز به روز استفاده از برخی واژگان این گویش رو به کاهش است.

نتیجه گیری:

تأثیر رسانه‌ها در گویش همدانی

همانطور که در بالا گفته شد قدرت نفوذ رسانه‌های جمعی سبب شده است که شاهد یک نوع همگرایی فرهنگی در لایه‌های مختلف جوامع باشیم. در چنین شرایطی فرهنگی که از ابزار رسانه بهره‌مند هستند از قدرت نفوذ و تأثیرگذاری زیادی برخوردار می‌باشند و این پدیده سبب ضعیف‌تر شدن روز به روز خرده فرهنگها و فرهنگهای کوچکتر و حتی انقراض برخی فرهنگها شده است. چنانچه در عرصه بین‌المللی این همگرایی فرهنگی را در تأثیر غولهای رسانه‌ای آمریکا در القای فرهنگ آمریکایی به کلیه جوامع جهان بشری شاهد هستیم. در خصوص مثبت و یا منفی بودن آن نمی‌توان قضاوت دقیقی داشت ولیکن، بر اساس دیدگاه ژان کازنو، فرهنگهای کوچکتر محکوم به زوال هستند. در برشی کوچکتر در کشور ایران، این موضوع را می‌توان در قدرت نفوذ فرهنگ غالب در پایتخت یا فرهنگ تهرانی به سایر فرهنگهای بومی و محلی و خرده فرهنگهای اقصا نقاط این مرز و بوم مشاهده کرد، به نحوی که بسیاری از اصطلاحات، تکیه کلامها و گویشهای مرسوم تهرانی از طریق رسانه‌های مختلف به ویژه صدا و سیما در گویشها و لهجه‌های محلی تسری می‌یابد و این زنگ خطری برای آنها محسوب می‌شود. گویش همدانی

هم از این قاعده مستثنا نبوده است، به نحوی که در سالهای اخیر بسیاری از واژگان همدانی بسیار مرسوم دیگر استفاده نمی شود و لهجه سنتی همدانی نه تنها در برخی مناطق استفاده نمی شود بلکه مورد استهزاء و مسخره هم قرار می گیرد و این نتیجه تاثیر رسانه های جمعی در سالهای اخیر بر گویش محلی همدانی بوده است.

پیشنهادات

- احترام گذاشتن به خرده فرهنگها و گره زدن آنها با فرهنگ عمومی کشور بایستی در برنامه ریزی های فرهنگی کشور قرار گیرد به نحوی که قومیت ها هویت های فرهنگی خویش را در آن برنامه ریزی ها بیابند و احساس کنند که به فرهنگ بومی و قومی آنها بها داده شده و مورد احترام است.

- مشارکت نخبگان قومی در قدرت و بدنه دولت می تواند در انسجام و دلبستگی قومیتها به نظام و نیز مقبولیت و مشروعیت نظام تاثیر بسزایی داشته باشد.

- بالا بردن سطح تحمل جامعه بصورت تدریجی برای پذیرش واقعی و درونی کردن تفاوت های فرهنگی، رفتاری، عقیدتی و سبک زندگی

- توسعه متوازن و توزیع عادلانه ثروت در میان مناطق مختلف کشور به ویژه مناطق قومی کمتر توسعه یافته و محروم و برآورده ساختن حداقل خواسته های اقتصادی و اجتماعی این مناطق و نیز کم کردن فاصله طبقاتی با رویکرد ویژه به مناطق محروم و نیز با در نظر داشتن سطح توقعات، خواسته ها و نیازهای اقوام کشور

- تقویت رسانه های بومی و محلی جهت پاسداشت ظرفیتهای بومی محلی

- برپایی جشنواره ها، نکوداشتها و آیینهای سنتی و محلی جهت تقویت خرده فرهنگهای بومی

منابع:

۱. احمدی، امیدعلی، نخبگان و همگرایی فرهنگی، مجموعه مقالات دولت، مردم و همگرایی، محسن فردرو و اصغر رضوانی، تهران، آن، ۱۳۸۱، چاپ اول، ص ۱ و ص ۲۰۷
۲. ادکایی، پرویز. فصل نامه فرهنگ مردم، ویژه همدان، تهران، ش. ۲۶، فروردین ۱۳۸۷

۳. بلیس، جان و اسمیت، استیو؛ جهانی شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین، ابوالقاسم راه‌چمنی و دیگران، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابزار معاصر، ۱۳۸۳، جلد اول، ص ۳۹
۴. دادگران، سید محمد، مبانی ارتباط جمعی، تهران، نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم، ۱۳۸۴
۵. رشیدپور، ابراهیم، آینه‌های جیبی آقای مک لوهان، انتشارات سروش، ۱۳۵۲
۶. ساروخانی، باقر؛ درآمدی بر دائرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران، کیهان، ۱۳۸۰، چاپ سوم، جلد اول، ص ۱۷۰
۷. سورین، ورنرو جیمز تانکارد، نظریه‌های ارتباط جمعی، ترجمه علیرضا دهقان، نشر دانشگاه تهران، چاپ اول، ۱۳۸۱
۸. صالحی امیری، رضا؛ انسجام ملی و تنوع فرهنگی، تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، ۱۳۸۸، چاپ دوم، ص ۱۴۱
۹. صالحی امیری، رضا و محمدی، سعید؛ دیپلماسی فرهنگی، تهران، ققنوس، ۱۳۸۹، چاپ اول، ص ۱۴۱-۱۴۲.
۱۰. فاطمی-ابوالحسن-۱۳۸۰- سپیمای گردشگری استان همدان- سازمان ایرانگردی و جهانگردی استان همدان
۱۱. قربانی، علی حسین، بررسی اصول و مبانی مدیریت فرهنگی، دبیر خانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۳
۱۲. گیدنز، آنتونی؛ جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران، نی، ۱۳۸۱، چاپ هشتم، ص ۷۰۱
۱۳. یوسفی، نریمان، شکاف بین نسل‌ها، بررسی نظری و تجربی، تهران، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۳