

بی قانونی بر سر در مغازه‌ها

درباره ضرورت بازنگری در قانون برای جلوگیری از به کارگیری اسامی بیگانه بر تابلوی فروشگاه‌ها و پیشنهاد‌های اصلاحی

گزارش روز



برای کسب پروانه راه اندازی یک فروشگاه هرگونه اطلاعاتی رامی توانید در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پیدا کنید؛ از جمع‌آوری مدارک، آموزش مهارت لازم، ثبت درخواست در سامانه مجوزها، اطلاع از قوانین و مقررات، سنجش میزان سرمایه و حتی انتخاب محل مناسب. اگر به صورت حضوری هم به صنف و اتحادیه مدنظر مراجعه کنید، همین‌ها را روی بزن نوشته و به دیوار نصب کرده‌اند که باید براساس آن عمل کنید اما هرگز درباره نحوه انتخاب نام فروشگاه یا ضرورت ایرانی بودن نامش به شما اطلاعاتی داده نمی‌شود؛ یعنی دغدغه انتخاب نام در مراحل دریافت مجوز، وجود ندارد. شما مختار هستید هر نامی را بر سر در مغازه بنویسید و از فامیل خودتان تا اسمی که دوست دارید یا اصلا نام صنف خود را بگذارید، این در حالی است که به حکم قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین نامه اجرایی آن در سال ۱۳۷۵، برای نام گذاری واحدهای صنفی و تولیدات داخلی، نباید از اسامی بیگانه استفاده کرد. در حقیقت قانونی به منظور منع به کارگیری این اسامی وجود دارد، اما عمل به این قانون، جزو مراحل ضروری و اولیه کسب پروانه نیست. نتیجه این سهل انگاری و بی توجهی، چهره‌ای است که از حجم فراوان تابلوهایی با نام‌های بیگانه در شهر می‌بینیم. نه تنها نام‌ها معنای ایرانی ندارند، بلکه بازبان دیگری هم نوشته شده‌اند. در بخش اول این گزارش، شرایط دریافت پروانه کسب را بررسی کردیم و از این گفتمیم که با وجود اینکه قانون منع به کارگیری اسامی بیگانه وجود دارد، یک جای کاری لنگد و ضمانت اجرایی برای آن نیست؛ در گزارش امروز به بخش دیگری از این مسئله می‌پردازیم، لزوم رفع ایراد‌های قانونی و فرهنگ سازی.

پیشنهادی برای اصلاح قانون

تعداد نکاتی که مسئولان برای اصلاح این قانون پیگیری کرده‌اند، معدود بوده است. یکی از آن‌ها مصوبه‌ای مربوط به شورای اسلامی شهر مشهد و به این شرح است؛ در تبصره ۲ مصوبات ضوابط و مقررات تبلیغات شهری که در سال ۱۳۹۴ و در جلسه علنی شورا مطرح شد و به تصویب رسید، آمده است؛ «هرگونه استفاده از حروف غیرفارسی و اسامی غیرملی در همه تابلوها، عوارض واحد مربوطه را دو برابر خواهد کرد، همچنین تابلوهای تبلیغات برند‌های خارجی، باید عوارض پنج برابر پرداخت

کنند». حالا سؤال این است که برای بهبود این وضعیت، چه راهکارهایی وجود دارد؟ علی اصغر نخعی‌راد، نماینده مردم مشهد و کلات در مجلس شورای اسلامی، که عضو چهارمین دوره شورای اسلامی شهر مشهد هم بوده است، با یادآوری این مصوبه به توضیح می‌دهد: در آن سال رهبر معظم انقلاب درباره حذف اسامی بیگانه از سر در مغازه‌ها سخن گفته بودند و ما هم در شورای اسلامی شهر آن موارد را مصوب



نخعی‌راد این نکته را هم می‌گوید که برای اصلاح قانونی این موضوع، چند مسیر وجود دارد اما باید ببینیم کدام گروه انگیزه بیشتری دارند. باید قانون را به شکلی اصلاح کرد که صاحب کسب از ابتدا نتواند نام بیگانه را روی سر در بگذارد. نه اینکه بعد با جریمه و تهدید او را وادار به تغییر کنیم. او ادامه می‌دهد؛ به دلیل وجود موانعی در مسیر اجرای درست قانون و پاسداشت زبان فارسی، اصلاح اشکالات قانونی در مجلس، کار طولانی و پیچیده‌ای به نظر می‌رسد اما اگر فرایند آن به زودی آغاز نشود، ممکن است نیاز به یک حرکت قهری و ضربتی ناگهانی برای جمع‌آوری تابلوی مغازه‌ها داشته باشیم؛ زیرا مشهد اکنون بیش از آنکه نمایانگر پیشینه زبانی خود از فردوسی تا بزرگ باشد، نمایشگر زبان‌های دیگر است. راه حل برطرف شدن این مشکل، شاید ابتدا اصلاح قانون و دیگری، فرهنگ سازی درباره اهمیت زبان فارسی و نمایش ویژگی‌های آن باشد.



محمدرضا شهیدی

کلمات را دست‌کم نگیرید؛ کوچک‌اند اما کارهای بزرگی می‌کنند. بار یک باور را به دوش می‌کشند. کلمات، فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌بانی می‌کنند. کلمات از تاریخ و فرهنگ و هویت یک ملت و کشور حراست می‌کنند. کلمات کاری می‌کنند که طرح و نقشه بیگانه به حاشیه برود یا پیش‌تاخته. آن را به میدان می‌آورند. کلمات را دست‌کم نگیرید؛ به ویژه وقتی «نام» می‌شوند برای یک مکان. حتی از عنوان گرفتن در شناسنامه افراد مهم‌ترند؛ چون شناسنامه‌ها بسته و شخصی است اما تابلوها، به واقع تابلویند و در برابر چشم همگان. همه می‌بینند، می‌خوانند و ناخودآگاهشان از



مطالبه فرهنگی ایجاد کنیم

اینکه چرا استفاده از اسامی بیگانه بر سر در اصناف زیاد شده است و چه راه حلی برای رفع آن وجود دارد، از محمد حسین زاده به عنوان یک کارشناس فرهنگی جویا شدیم. اوکه پیش‌تر مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان رضوی هم بوده است، می‌گوید: متأسفانه بعد از ورود جریان روشن فکری از دوره قاجار و پهلوی به بعد، جریانات غربی‌را و غرب زده با استفاده از کلمات خارجی، به خصوص فرانسوی و لاتین، نوعی تفاخر را به زبان وارد کردند و حقارت در برابر کشور و ادبیات خودشان داشتند. بعد از انقلاب اسلامی، توجه به زبان فارسی بیشتر شد اما در عین حال هجمه رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی به کشور افزایش یافت. حالا رسانه‌های بیگانه چند برابر شده‌اند و شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار هستند. همه این‌ها سبب شده است بعضی اصناف ما و کسبه برای فعالیت خودشان، نامی بیگانه را انتخاب کنند با این انگیزه که فروش بیشتر یا مخاطب خاصی داشته باشند. این خطر جدی است که در شهر فردوسی، احیاگر زبان فارسی، با این حجم از زبان بیگانه مواجه باشیم.

به عقیده او مسئله بعدی قانون است؛ او صحبتش را این‌طور ادامه می‌دهد: مشکلی که در مشهد بسیار زیاد دیده می‌شود تقریباً کاری هم در این زمینه نتوانسته‌اند انجام بدهند، نام‌گذاری ساختمان‌هاست. در برخی مناطق شهر همچون الهیه به وفور می‌بینید که نه تنها نام بلکه نوشتار نام آن ساختمان هم به صورت لاتین انجام شده است. این‌ها چند دلیل دارد؛ یکی وجهه فرهنگی است که برخی تصور می‌کنند اگر نام را به صورت فارسی بنویسند، جلب توجه نمی‌کند، این درحالی است که اگر حس وطن پرستی دارند، باید فارسی بنویسند. اشکال قانونی‌اش این است که می‌گویند نام مغازه و ساختمان باید فارسی باشد اما روند اجرایی آن، کهنه و غیرکارآمد و نامتناسب با نیاز روز است.

این کارشناس فرهنگی یادآوری می‌کند: ایراد این است که برای مثال، فرد ابتدا رستوران خود را افتتاح و تابلو را نصب می‌کند و بعد قانون با اسرم روی سر در برخورد می‌کند،

اسکن کنید

طبق همین ماده، «این شورا همه‌ساله گزارش بررسی و نظارت و عملکرد خود را به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه می‌دهد». اما اینکه چرا همچنان، تابلوی مغازه‌ها و اماکن به کلمات غیرفارسی تحریر می‌شود، پرسشی است که باید پاسخش را از مسئولان پرسید. به جد هم باید پرسید؛ چون موضوع بسیار جدی است. بحث زبان فارسی و فرهنگ ایرانی است. موضوع هویت هم برای همه حیثیتی است. باید مورد توجه و الزام آور باشد. چنین نکنیم، امروز تابلوها را تصرف می‌کنند و مهر اشغال بر زبان در کام ما هم می‌زنند؛ نه اینکه همین امروز بسیاری از کلماتی که از زبان جاری می‌شود، غیرفارسی است. معلوم است وقتی زبان مفاهیم بیگانه باشد، آینده‌ای نامعلوم برای فارسی رقم خواهد خورد، آن وقت فقط زبان ما به گرو نخواهد رفت. بلکه همه هویت و فرهنگ ما هم گروگان غفلتی خواهد شد که امروز مرتکب می‌شویم. همتی کنیم و با حراست از زبان فارسی، با هویت ملی خود به فردا برسیم.

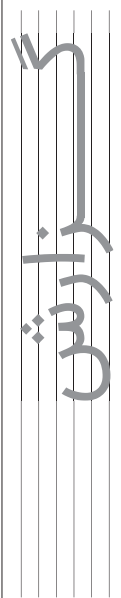
نام‌ها و نشانه‌ها؛ غفلت امروز، هراس فردا

معانی‌ای بر می‌شود که وقتی خودآگاه به آن فکر می‌کنند، حال دلشان دچار آشوب می‌شود. نام‌ها نشانه‌اند، نه از نوع بازی «نام‌ها و نشانه‌ها»، بلکه از گونه نشانه‌ها که مسیر آدم را به سمت خواسته شده تغییر می‌دهند. نام‌ها نشانه‌های آشکاری هستند از رویکرد صاحب نام‌ها. این است که مسئله را حساس می‌کند. نام بیگانه، به نوعی نگاه به بیگانه را هم در ذهن بذریاشی می‌کند. شاید حساسیت به موضوعی چنین، باعث شده است که مسئولان هم دست به کار شوند و مقررات وضع کنند. شاید وضعیت مقداری بهبود یابد؛ بند ۱۰ ذیل ماده اول آیین نامه نام‌گذاری شهرها، خیابان‌ها، اماکن و مؤسسات عمومی تصریح می‌کند: «فروشگاه‌ها، شرکت‌ها و مراکز کار و پیشه باید از گذاشتن اسامی خارجی



شهرخبر
شاهرانews.ir
۲۳ شهریور ۱۴۰۲
شماره ۱۸۰۲۲۲

۱۳



شهر بی زبان؛ فراموشی فارسی

زبان هر ملت، ستون فقرات فرهنگ و هویت آن است. فارسی، زبان شیرین و دیرپای ایرانیان، قرن‌ها حامل اندیشه‌ها، زیبایی‌ها و روایت‌های این سرزمین بوده است. اما امروز، در هیاهوی شهرهای مدرن، نشانه‌هایی از فراموشی و بی توجهی به این گنجینه ملی و فرهنگی دیده می‌شود. تابلوهای تجاری با اسامی بیگانه، واژگان وارداتی و بی توجهی به قانون‌های ملی، زنگ خطر فرسایش هویت زبانی ما را به صدا درآورده‌اند. این مقاله تلاشی است برای بازخوانی ضرورت صیانت از زبان فارسی، ریشه‌یابی چالش‌های موجود و بررسی راهکارهایی برای حفاظت از این سرمایه گران سنگ فرهنگی.



دکتر مهدی یاراحمدی خراسانی
ژورنالست

زبان فارسی؛ میراثی زنده و هویت ساز

زبان فارسی نه تنها ابزاری برای ارتباط بلکه حامل میراث فرهنگی، تاریخی و هویتی ملت ایران است. این زبان کهن که قرن‌هاست از دل ادبیاتی غنی، عرفانی و فلسفی برخاسته، نقش محوری در شکل‌گیری شخصیت جمعی و فرهنگی ایرانیان داشته است. اما در دهه‌های اخیر، روند شتاب زده جهانی شدن، تحولات تکنولوژیک و گرایش ناآگاهانه به ظاهرگرایی مدرن، جایگاه زبان فارسی را در عرصه عمومی کشور، به ویژه در فضای شهری، با تهدیدهای جدی مواجه کرده است.

تابلوهای بیگانه؛ نمایه‌های یک بی توجهی

کافی است نگاهی به خیابان‌های اصلی شهرهای بزرگ کشور بیندازیم؛ فروشگاه‌هایی با تابلوهای «فشن»، «بیوتی»، «مارکت»، «فود»، «شاپ» یا برند‌هایی با واژه‌های انگلیسی که گاه حتی معنای روشنی ندارند، چهره شهر را تسخیر کرده‌اند. این پدیده نه تنها نشانه‌ای از گرایش به زبان‌های بیگانه است، بلکه نوعی بی توجهی به ارزش‌های فرهنگی و زبانی کشور محسوب می‌شود. تداوم چنین روندی در بلندمدت، منجر به تضعیف زبان فارسی در حوزه‌های عمومی و روزمره خواهد شد.

قانون، هست ولی بی اثر

نکته مهم اینجاست که قانون‌گذار نیز به ضرورت صیانت از زبان فارسی پی برده و در سال ۱۳۷۵ «قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه» را تصویب کرده است. براساس این قانون، به کارگیری واژه‌های خارجی در تابلوهای تجاری، تبلیغات محیطی و اسناد رسمی تنها در صورت نبود معادل فارسی مجاز است. همچنین فرهنگستان زبان و ادب فارسی به عنوان نهاد رسمی معادل سازی واژه‌ها، وظیفه دارد واژه‌های جایگزین را اعلام و ترویج کند. اما پرسش اینجاست که چرا این قانون به درستی اجرا نمی‌شود؟ پاسخ روشن است: ضعف در نظارت، نبود اراده کافی برای اجرای قانون و بی تفاوتی یا حتی تمایل برخی نهاد‌ها و شهروندان به ظاهر مدرن واژه‌های بیگانه، باعث شده است این قانون عملاً به حاشیه رانده شود.

ریشه‌های اجتماعی و روان‌شناختی گرایش به واژه‌های بیگانه

یکی از عوامل مهم در ترجیح دادن واژه‌های بیگانه به فارسی، نوعی احساس خودکم بینی فرهنگی و تلاش برای کسب پرستیژ اجتماعی از طریق استفاده از اصطلاحات خارجی است. برخی افراد تصور می‌کنند واژه‌های انگلیسی بار علمی، اقتصادی یا فرهنگی بیشتری دارند و به کارگیری آن‌ها، نشان دهنده به روز بودن یا موقعیت بهتر است. این ذهنیت خطرناک به شکل‌گیری نوعی «بی هویتی زبانی» منجر می‌شود که با گذشت زمان، شکاف بین نسل‌ها و کاهش تعلق خاطر به زبان ملی را افزایش می‌دهد.

راهکارها: از آموزش تا اجرا

برای اصلاح این روند، مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ لازم است؛ نخست آنکه نظام آموزشی باید به گونه‌ای طراحی شود که زبان فارسی نه صرفاً یک درس، بلکه عنصری حیاتی در رشد فرهنگی فرد تلقی شود. همچنین رسانه‌های جمعی، به ویژه صداوسیما، باید در ترویج واژه‌های فارسی و نشان دادن زیبایی‌ها و قابلیت‌های این زبان، نقش فعال‌تری ایفا کنند. در کنار این اقدامات فرهنگی، نظارت جدی‌تر بر اجرای قانون و ایجاد سامانه‌ای برای رسیدگی به تخلفات زبانی در تابلوهای شهری، ضروری است. فرهنگستان زبان فارسی نیز می‌تواند با ارائه واژه‌های جایگزین کاربردی، ساده و به روز، جذابیت زبان فارسی را برای کسب و کارها افزایش دهد.

کلام آخر: زبان فارسی؛ حافظ هویت و ضامن پایداری فرهنگی

زبان فارسی فقط ابزاری برای سخن گفتن نیست، بلکه پاسدار حافظه تاریخی، ظرف تمدنی و شناسنامه فرهنگی ایرانیان است. هر واژه، اصطلاح یا تعبیر فارسی، ریشه در تاریخ، جغرافیا، باورها و سبک زندگی ما دارد. فرسایش تدریجی این زبان، به ویژه در فضاهای عمومی نظیر تابلوهای تجاری، نه یک تغییر ساده در الگوهای زبانی، بلکه نشانه‌ای نگران‌کننده از فرسایش فرهنگی و بی توجهی به ریشه‌های ملی ماست. غفلت از زبان فارسی، مقدمه‌ای است بر نوعی گسست هویتی که می‌تواند نسل‌های آینده را با زبانی بی ریشه، ارزشی بی پشتوانه و فرهنگی تقلیدی، مواجه سازد. اگر امروز شاهد چیرگی واژگان بیگانه بر چهره شهرها هستیم، فردا ممکن است همین روند به آموزش، رسانه و حتی تفکر ما سرایت کند. پاسداری از زبان فارسی نیازمند عزم ملی، برنامه ریزی نهادی و همراهی آگاهانه شهروندان است؛ از سیاست‌گذاران فرهنگی گرفته تا طراحان تبلیغات شهری. از صاحبان کسب و کار تا کاربران شبکه‌های اجتماعی، همه در قبال حفظ و گسترش زبان فارسی مسئول‌اند. بازگشت به فارسی به معنای حفظ استقلال فکری، فرهنگی و زبانی در جهان متکثر امروز است.

عذر خبر



ایست! طبق آخرین اعلام مرکز آمار ایران، بیشترین رویداد طلاق در زمستان سال گذشته درباره زمانی یک تا پنج سال زندگی مشترک با ۱۳ هزار و ۹۲۷ رویداد رخ داده و در مقابل بازه زمانی ۲۵ تا ۲۹ سال زندگی مشترک، کمترین رویداد طلاق را به خود اختصاص داده است.

طبق آنچه از وضعیت اجتماعی و فرهنگی ایران از سوی مرکز آمار ایران اعلام شده، میانگین طول مدت ازدواج قبل از اولین طلاق در زمستان سال گذشته به ۱۱.۸ سال رسید که نسبت به پاییز سال ۱۴۰۳ تغییر نکرده است. این درحالی است که نسبت به زمستان سال قبل از آن، ۰.۲ درصد افزایش پیدا کرده است. در بخش دیگری از این گزارش بر تعداد طلاق ثبت شده بر حسب طول مدت ازدواج نیز اشاره شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد تعداد طلاق ثبت شده در مدت کمتر از یک سال ۲۷۹۰ رویداد، یک تا پنج سال ۱۳ هزار و ۹۲۷ رویداد، پنج تا ۱۰ سال ۱۰ هزار و ۹۴۳ رویداد، ۱۰ تا ۱۵ سال ۹۶۶۸ رویداد، ۱۵ تا ۲۰ سال ۷۸۵۱ رویداد، ۲۰ تا ۲۵ سال ۵۰۰ رویداد، ۲۵ تا ۲۹ سال ۲۱۴ رویداد و بیشتر از ۳۰ سال ۲۸۴۰ رویداد طلاق رخ داده است.

بنابراین بیشترین طلاق در یک تا پنج سال (۱۳ هزار و ۹۲۷ رویداد) اول زندگی مشترک رخ داده و در مقابل کمترین رویداد طلاق در زمستان سال گذشته در ۲۵ تا ۲۹ سال ازدواج رخ داده است.

یادداشت