

# بررسی واقعیت های فرهنگی تاجیکستان در مطبوعات ایران

مهنار ظاهری، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیام دشت) (نویسنده و مسئول مکاتبات)  
دکتر مراد مرادی، استاد دانشگاه ملی تاجیکستان

## چکیده

از آن جا که رسانه ها منعکس کننده آرا و اطلاعات فرهنگی و دانستیهای گوناگون از هر جامعه می باشند، با بررسی و ارزیابی محتوای آنها می توان به عناصر فرهنگی و اجتماعی و شرایط تعامل فرهنگی بین جوامع پی برد. آن چه که به حفظ هویت فرهنگی، حفظ مرزها، اقتدار ملی، نیروی انسانی کارآمد و درآمد اقتصادی کمک کند تعامل میان کشورهای در حال رشد و توسعه، به خصوص تعامل کشورهای همجوار در یک منطقه یا ناحیه جغرافیایی است. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای، رویکرد این تحقیق از نوع استنباطی و ازدو تکنیک مقوله ای و ارزیابی استفاده شد. واحد تحلیل در این پژوهش واحد خبر یا پیام خواهد بود. جامعه آماری در این پژوهش روزنامه های ج.ا.ا هستند. نتایج بدست آمده نشان می دهد که میان مقولات قابل توجه در زمینه فرهنگ و محتوای مطالب و جهت گیری در ارائه مطالب و روزنامه و مجلات رابطه وجود دارد و محتوای مطالب و سبک ارائه مطالب و روزنامه و مجلات رابطه معنا داری وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** انعکاس واقعیات، تاجیکستان، عناصر فرهنگی، مطبوعات ایران، نوع جهت گیری محتوای، نظری تعاملی

**مقدمه**

اهمیت موضوع تحقیقات، اطلاعات و آگاهی مردم از حوادث سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور ثروت ملی است و دسترسی به آنها به عنوان حق تلقی می‌شود. شفافیت عرصه سیاست و حکومتداری و لروم مشارکت مردم در اجرای برنامه‌های ملی و ضرورت توانمند سازی جامعه‌های برای حضور آگاهانه همگان در روند توسعه ملی اهمیت فراوان دارد. از همین جهت در جهان امروز توجه به فضای اطلاعاتی و کارآمدی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بخشی از این اهمیت در حوزه رابطه‌های بین دولتها و امنیت این روند تعریف می‌شود و بخشی از آن ارتباط وسیع و گسترده با برنامه‌ریزی که برای توسعه ملی دارد. از این نظر دولتهایی، که برای پیشرفت فناوریهای اطلاعاتی کم‌توجه یا بی‌توجهند، عملاً در راه توسعه ملی خود را از مهمترین مؤلفه‌های توسعه بی‌نصیب کرده‌اند.

اما، با توجه به شرایط جهان امروز سرنوشت جامعه را نباید در برزخ این دشمنیها و دوستیها نسبت به یک پدیده رها کرد. در این که در برنامه‌ریزیهای توسعه باید به این پدیده توجه کرد، نباید کمترین تردیدی داشت، اما چگونگی استفاده از آن امری است به غایت مهم و جدی و نیازمند برنامه‌ریزی و با سرنوشت تاریخی ملت ارتباط پیدا می‌کنند. این پژوهش در اساس تجربه و واقعیت دو کشوری صورت می‌گیرد، که تاریخ، زبان و فرهنگ مشترک دارند موضوع حاضر در ایران و تاجیکستان به طور خاص مورد تحقیق قرار نگرفته است. در بعضی از آثار علمی، که دایر به تاریخ روزنامه‌نگاری نوشته شده‌اند، اشاره‌هایی دایر به فعالیت رسانه‌های اطلاعاتی ایران، روند فعالیت آنها به نظر می‌رسد. واز دو دیدگاه باید به موضوع پرداخت، از نظراهمیت علمی، اجرای این طرح منجر به شناخت ساختار محتوای روزنامه‌های کشور ایران در زمینه عناصر فرهنگی تاجیکستان می‌گردد و راهکارها و چارچوبهای گسترش مناسبات فرهنگی را به دست می‌آورد.

به لحاظ اجتماعی زمینه گسترش تعامل میان دولتها را با توجه به اینکه دو کشور دارای اشتراکات فرهنگی بسیاری هستند و بخصوص هر دو کشور در طی چند دهه گذشته دچار تحول و دگرگونی ارزشی شده‌اند (فروپاشی کمونیسم در تاجیکستان و وقوع انقلاب اسلامی در ایران) می‌توان و بدبینیهای کنونی در عرصه مناسبات دو کشور را از میان برد.

**مبانی نظری پژوهش**

درباره نقش ارتباط گر ( فرستنده پیام ) در یک فرایند ارتباطی به ویژه در فرایندها مرتبط با وسایل ارتباط جمعی، نظریه‌های متعددی وجود دارد که می‌توانند چگونگی تعاملات را در عرصه رسانه‌ای شکل دهد.

آنچه در این پژوهش به عنوان چارچوب نظری مورد توجه قرار گرفته است دونظریه ارتباطی ذیل است :

**نظریه برجسته سازی (AGENDA SETTING THEORY)**

طبق این نظریه، ارتباط جمعی در انعکاس اخبار با برجسته سازی و اولویت دادن به برخی خبرها در جهت دهی به نگرش مخاطبان تأثیر می‌گذارند.

این نظریه در اوایل دهه ۱۹۷۰ توسط « مک کومبز » و « شاو » MAXWELL MUCCOMBS AND « کورت » لنگ و گلاذیز PONALD SHAW مطرح شد؛ اگر چه قبل از آن افرادی از جمله مک کوئیل ( ۱۹۶۱ ) کورت ” لنگ و گلاذیز اینگر لند درمورد این موضوع که رسانه اولویت همگان را تعیین می‌کنند مطالبی را مطرح کرده بودند (حسینی پاکوهی، ۱۳۷۳، ص ۲۳).

**نظریه نیاز جویی**

نظریه دیگری که برای تحلیل یافته‌ها در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد ” نظریه نیاز جویی “ است. در نظریه نیاز جویی مخاطب پویا فرض می‌شود و برای تأمین نیازهای اطلاعاتی خود به وسایل ارتباطی روی می‌آورد. این نظریه در تکامل خود مراحل را پشت سر گذاشته است. در مرحله سوم که مرحله بلوغ این نظریه است، گامهای اساسی در انسجام نظری این نظریه برداشته شد. در این مرحله کاتز و همکاران او با توصیفی که از رویکرد نیاز جویی ( استفاده و خشنودی ) عرضه کردند، مؤثرترین نقش را داشتند. به نظر کاتز ” یک فرد با خاستگاههای اجتماعی و روانشناختی نیازهای خود مواجه است که این نیازها موجب انتظارات او از رسانه‌های جمعی یا سایر موانع است و در

نهایت به الگوهای متفاوت روی آوری رسانه ها منتهی می شوند و حاصل آنها ارضای نیازها و پیامدهای دیگری است که شاید در بسیاری از آنها تعهد دخیل نیست « (دهقان، ۱۳۷۶، ص ۲۷۴)

### روش پژوهش

این پژوهش از روش تحلیل محتوی است. روش تحقیق تلفیقی یا ترکیبی است. رویکرد در این تحقیق از نوع استنباطی است. واحد تحلیل عبارت است از تمام مطالب مربوط به بازناب واقعیت فرهنگی تاجیکستان در مطبوعات، ایران، اعم از گزارش، مقاله، خبر، مصاحبه و غیره از تیترا تا پاراگراف آخر.

تحلیل محتوا یکی از روشهای جمع آوری اطلاعات است که در سالهای اخیر مورد توجه بسیاری از پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است. در تحلیل محتوا، پژوهشگر به جای آنکه نگرشها، باورها و دیدگاه های افراد را از طریق پرسشنامه مورد سنجش قرار دهد، پیام هایی را تولید کرده اند مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد. (بدیعی، ۱۳۷۴، ۱)

### جامعه آماری و روش نمونه گیری

در پژوهش حاضر، جامعه آماری کلیه شماره های نشریه های و مجلات، کیهان، اطلاعات، شرق، ابرار، خبرگزاری، فصلنامه مطالعات آسیایی مرکزی، فرهنگ تمدن آسیا، فصلنامه بخارا، ایران، ایران شناخت، مورد بررسی قرار گرفته است.

### جمع آوری داده ها و آزمون آماری

مطالب مربوطه در نشریه های هدف بر اساس دستورالعمل مورد نظر کد گذاری شد و پس از ثبت داده ها با استفاده از نرم افزار که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### متغیرها پژوهش

ارزشهای خبری گزینش خبر نیز همچون هر انتخاب دیگری، نیاز به معیار دارد. ارزشهای خبری، معیار گزینش رویدادها هستند که به تنهایی یا گاهی در ترکیب با یکدیگر، در ماهیت رویدادهای واقعی وجود دارند. اندیشمندان حوزه ارتباطات و علوم اجتماعی، در مطالعه معیارهای گزینش خبر، هر کدام به ارزشهای متفاوتی اشاره کرده اند.

### (Significance)

۱- دربرگیری	(Impact)
۲- بزرگی (فراوانی تعداد و مقدار)	(Magnitude)
۳- بدون دربرگیری و فراوانی	(No Impact Or Magnitude)
ب) برجستگی (معروفیت)	(Prominence)
۱- شهرت	(Known Principal)
۲- بدون شهرت	(Unknown Principal)
ج) معمول (متعارف)	(Normality)
۱- عجیب و استثناء	(Oddity)
۲- برخورد (اختلاف یا درگیری)	(Conflict)
۳- عادی، بدون برخورد، معمولی	

### جهت گیری رسانه ها

” فریدون وردی نژاد “ جهت دار بودن را چنین تعریف می کند. ” جهت دار بودن به مفهوم عام امری مذموم نیست چرا که هر رسانه ای به دور از هر نوع نگرشی، جهت دار حرکت خواهد کرد که اصولاً جهت دار بودن ویژگی ذاتی هر نوع حرکتی است، اما سالم ترین جهت ها در فعالیت رسانه ای ارائه اطلاعات به مخاطبان به دور از هر گونه قضاوت، پیش داوری و تصمیم گیری به جای مخاطب است. اما آنچه به عنوان جهت داری در مفهوم خاص بکار برده می شود ” القای پیامی خاص “ از طریق اطلاع رسانی به مخاطب است که در حقیقت نوعی ” اندیشیدن به جای مخاطب “ است که در این صورت ناپسند و نارواست “ (رستگار، ۱۳۷۶، ص ۲۴).

محتوای ارتباطات وسایل ارتباط جمعی همانند دستگاه سلسله اعصاب بدن که مختلف را به یکدیگر متصل می کنند. میلیونها انسان را نه تنها در داخل کشور، بلکه در مقیاس جهانی به هم مرتبط می کنند این سلسله اعصاب حاملان تحریکاتی هستند که این تحریکات همان پیامها است، این پیامها محتوای وسایل ارتباطی و علی الخصوص محتوی

روزنامه‌ها را تشکیل می‌دهند و همین محتوی عامل پیوند است (نقیب السادات، ۱۳۷۴، ص ۴۶) رسانه و جایگاه آن در دنیای امروز مبادله اخبار و اطلاعات و افکار بین افراد انسانی از ضرورت‌های زندگی اجتماعی است. گستردگی جوامع انسانی، وجود ابزار ویژه‌ای را برای برقراری ارتباط ایجاد کرده است. استفاده از وسایل گوناگون شخصی یا اجتماعی برای بیان اندیشه‌ای انسانی و شناخت محیط زندگی تابع شرایط و اوضاع و احوال تاریخی و اقتصادی جوامع است و هر جامعه‌ای به تناسب نیازها و پیشرفتهایش، وسایل معینی را برای برقراری ارتباط به کار می‌برد. محل رویداد "یکی از شش عناصر خبر، مکان وقوع حادثه است که وضع واقعه را از نظر محل و فاصله آن با جاهای دیگر مشخص می‌سازد. اگر محل وقوع حادثه یک شهر است ذکر همان شهر کافی است، ولی بعضی مواقع ضروری است که بطور مثال محله، کوچه و شماره خانه‌ای که حادثه در آنجا اتفاق افتاده است، نیز در خبر قید گردد" (معمدنژاد، ۱۳۶۸، ص ۲۴ و ۲۲).

## یافته‌های تحقیق

## جدول توزیع فراوانی روزنامه‌ها

تجمعی درصد	خالص درصد	درصد	فراوانی		
۱.۱	۱.۱	۱.۰	۴	ایران	خالص
۷.۸	۶.۷	۶.۳	۲۵	ایر را	
۹.۴	۱.۶	۱.۵	۶	کیهان	
۶۳.۰	۵۳.۶	۵۰.۰	۲۰۰	اطلاعات	
۷۸.۶	۱۵.۵	۱۴.۵	۵۸	فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی قفقاز	
۹۰.۳	۱۱.۸	۱۱.۰	۴۴	فصلنامه بخارا	
۹۱.۴	۱.۱	۱.۰	۴	ایران شناخت	
۹۲.۰	.۵	.۵	۲	فرهنگ تمدن آسیا	
۹۳.۰	۱.۱	۱.۰	۴	سروش	
۹۴.۱	۱.۱	۱.۰	۴	شرق	
۱۰۰.۰	۵.۹	۵.۵	۲۲	خبرگزاری‌ها	
	۱۰۰.۰	۹۳.۳	۳۷۳	Total	
		۶.۸	۲۷	System	
		۱۰۰.۰	۴۰۰	Total	

با توجه به جدول ۱- توزیع فراوانی فوق، از مجموع ۴۰۰ مورد کدگذاری شده بیشترین نسبت با ۵۰ درصد یا تعداد ۲۰۰ فراوانی اختصاص به روزنامه اطلاعات و کمترین نسبت با ۵ درصد یا تعداد ۲ فراوانی اختصاص به فرهنگ تمدن آسیا دارد.

## جدول ۲- توزیع فراوانی مقولات قابل توجه در زمینه فرهنگی

تجمعی درصد	خالص درصد	درصد	فراوانی		
۱.۹	۱.۹	۱.۸	۷	تعامل علمی دانشگاه‌ها	خالص
۲.۴	.۵	.۵	۲	مسائل زنان	
۳.۵	۱.۱	۱.۰	۴	حقوق و آزادی‌های فردی و اجتماعی	
۴.۵	۱.۱	۱.۰	۴	نابسامانی وضعیت اقتصادی	
۵.۹	۱.۳	۱.۳	۵	ترویج ارزشهای بیگانه	
۶.۴	.۵	.۵	۲	آزادی فکری و اندیشه	
۶.۹	.۵	.۵	۲	تعارض ارزش‌ها	
۷.۵	.۵	.۵	۲	ترویج آیین‌های دینی	
۱۷.۹	۱۰.۴	۹.۸	۳۹	پیوندهای فرهنگی	
۲۰.۳	۲.۴	۲.۳	۹	اعزام کارشناسان	
۵۲.۵	۳۲.۳	۳۰.۳	۱۲۱	هویت و مسایل مرتبط با فرهنگ فارسی	
۷۳.۹	۲۱.۳	۲۰.۰	۸۰	روابط دیپلماتیک	
۷۷.۹	۴.۰	۳.۸	۱۵	تاریخ مناسبات دو کشور	
۹۹.۷	۲۱.۹	۲۰.۵	۸۲	سایر	
۱۰۰.۰	.۳	.۳	۱	۱۱۳.۰۰	
	۱۰۰.۰	۹۳.۸	۳۷۵	Total	
		۶.۳	۲۵	System	Missing
		۱۰۰.۰	۴۰۰	Total	

با توجه به جدول ۲- توزیع فراوانی فوق، از مجموع ۴۰۰ مورد کدگذاری شده، از نظر مقولات قابل توجه در زمینه فرهنگی بیشترین توجه به هویت و مسایل مرتبط با فرهنگ فارسی با ۳۰.۳ درصد یا تعداد ۱۲۱ و کمترین توجه به اندیشه آزادی فکری و تعارض ارزش هاو دینی ترویج آیین های ۵. درصد یا تعداد ۲ مورد می باشد. فرضیه هاآزمون در این بخش برای تعیین ارتباط میان متغیرها از ضرایب کای اسکوایر، استفاده شده است. در ذیل جدول کلی نتایج درج شده است.

جدول شماره ۳- بررسی و انعکاس مطالب مطبوعات و مجلات با هریک از متغیرها

متغیرها	سطح معنی داری
محتوی روزنامه	رابطه معنی دار وجود دارد
جهت گیری در ارائه مطلب روزنامه	رابطه معنی دار وجود دارد
محتوی با تاکید بر مناسبات روزنامه	رابطه معنی دار وجود دارد
سبک ارائه مطالب روزنامه	رابطه معنی دار وجود دارد
مقولات قابل توجه در زمینه فرهنگی روزنامه	رابطه معنی دار وجود دارد

با مشاهده جدول ۳- در می یابیم که میان انعکاس مطالب مطبوعات و مجلات و با همه متغیرها ، رابطه وجود دارد.

### جمع بندی و نتیجه گیری

نتایج کلی از آن است که در برخی کشوره مطبوعات بخصوص روزنامه ابزاری است که در کشمکش های سیاسی مردمی مورد استفاده قرار می گیرد، در دسته ای دیگر کشورها ماهیت تجاری پیدا می کند و در برخی کشورها ابزاری برای تاثیر گذاری مردمی و مسلکی می شود که در انحصار دولت است در عین حال نقش فرهنگی روزنامه بر کسی پوشیده نیست، کشور تاجیکستان که پس از فرو پاشی کشورهای کمونیسم بلوک شرق دارای استقلال معینی گردیده و در طول سالهای اخیر رابطه خارجه ایران با تحولاتی مواجه بوده که از آن جمله می توان توجه بیشتر به کشورهای حوزه ی آسیای مرکزی اشاره کرد. بوجه لحاظ سیاسی و اقتصادی کشور مزبور دارای اهمیت ارتباط سیاسی و اقتصادی، فرهنگی ایران می باشد. در بین کشورهای این منطقه تاجیکستان به دلیل قرابت های تاریخی و فرهنگی وزبانی ایران بوده است. و در سالهای اخیر نشان داده شده است که مردم ایران کنجکاوی زیادی نسبت به اتفاقات کشور هم ز بان تاجیکستان پیدا کرده اند. بنا بر این مطبوعات به خاطر این استقبال مردم به انعکاس اخبار از تاجیکستان در ایران پرداخته اند.

مطبوعات به نظر نگارنده در فضای اطلاع رسانی امروز گر چه اطلاع رسانی سیاسی، اقتصادی و سایر امور در سطح کلان انجام می پذیرد لکن مطبوعات متصل به سیستم های دولتی و حکومتی، خبرگزاری های بخش خصوصی و سایر سازمانها و موسسات با دریافت دست مزد و انجام کار مزد، اطلاع رسانی مطبوعاتی می نمایند. گرچه این اقدام برای امور دولتی جامع و کامل انجام میگیرد، اما در زمینه اطلاع رسانی غیر دولتی اغلب باعث کشف حقایقی می گردد که پنهان بودن آنها مشکلات فراوان سیاسی و اقتصادی را برای ملتها به ارمغان خواهد آورد که جبران ناپذیر میباشد.

نتایج یافته شده از آزمون کای اسکویر به میزان ۳۱۷۵۰۹/ و درجه آزادی ۵۰ با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد رابطه بین دو متغیر رابطه وجود دارد در توصیف محتوای با تاکید بر روزنامه باید اظهار داشت بیشترین نسبت محتوای مطالب با تاکید بر مناسبات فرهنگی و کمترین نسبت محتوا با تاکید بر مناسبات اجتماعی می باشد. بیشترین نسبت محتوای مطالب با تاکید بر مناسبات فرهنگی در روزنامه اطلاعات و کمترین نسبت در روزنامه کیهان میباشد و بیشترین نسبت محتوای مطالب با تاکید بر مناسبات اجتماعی در فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی قفقاز و کمترین نسبت در روزنامه اطلاعات کار شده است.

اساسی ترین زمینه تحکیم پیوند های میان آنها از نظر تاریخی ریشه یکسان، زبان مشترک و دین در کنار سنت ها، آیین ها و باورهای محلی و سبب گسترش بیش از پیش روابط فرهنگی میان دو کشور است.

ارتباط فرهنگی با تاجیکستان و تاجیکان برای ایرانیان از [ اهمیت بسزایی برخوردار است و گسترش ارتباط فرهنگی میان دو کشور از آرزوهای دیرینه مردم ساکن در هر دو کشور بود که پس از سالیان درازی اکنون به تحقق پیوسته است. آن چه مسلم است و در واقعیت آن هیچگونه شبهه‌ای وجود ندارد این است که ایران در تاجیکستان فقط هدف‌های فرهنگی را دنبال می‌کند و این امر کاملاً طبیعی است .

### پیشنهادها

- تسهیل در تردد تجار و توریست بین دو کشور با توجه به نزدیکی فرهنگی
- همکاری فرهنگی دو کشور در صدا و سیما و رسانهای خبری و نیز فرهنگستان زبان فارسی
- تحکیم، گسترش و تثبیت روابط فرهنگی در آینده با توجه به همزبانی بین دو کشور
- رشد و ترقی مناسبات فرهنگی و پیوندهای فرهنگی و از بین رفتن مرزهای فرهنگی
- آگاهی مردم از طریق تاریخ کهن با توجه به پیوستگی فرهنگی بر اساس احترام متقابل
- توسعه برنامه‌های بلندمدت و هم‌گرایی فرهنگی با توجه مشترکات بین دو کشور

#### منابع

- رستگار، لیلا، موضع گیری رسانه ها، پابان نامه، ۱۳۷۶
- علیرضا حسینی پاکدهی «بررسی ساختار اخبار شبکه اول سیمای جمهوری اسلامی ایران» (اخبار امیدوار کننده، ناامید کننده، خنثی) ، مرکز تحقیقات و سنجش برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، آبان ۱۳۷۳). ص ۷۶ ص ۷۷.
- معتمد نژاد، کاظم، روزنامه نگاری با فصل جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر، تهران: مرکز نشر سپهر، چاب سوم ۱۳۶۸ ص ۵۱۴
- سون ویندال، بنوسیگنا یزر، جین اولسون، ترجمه دهقان ، علیرضا،، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
- جمیز کوران، خانیک، هادی؛ رسانه های جمعی و مردم سالاری یک بار اندیشی، تهران، دانشکده علوم انسانی، ۱۳۷۶ ص ۲۳
- نقیب السادات، ارتباط ارتباط جمعی ، جزوه درسی،، تهران، ۱۳۷۴ ص ۴۶