

مطالعات تاریخ فرهنگی؛ پژوهش‌نامه‌ی انجمن ایرانی تاریخ
سال نهم، شماره‌ی سی و پنجم، بهار ۱۳۹۷، صص ۵۰-۲۷

نقش رادیو برون‌مرزی آذری در تبیین تاریخ مشترک ایران و جمهوری آذربایجان

محمود ترابی اقدم^۱، محمد اخگری^۲

چکیده

روندهای سیاسی-فرهنگی طی شده در جمهوری آذربایجان کنونی با محوریت «غیریت‌سازی تاریخی با ایران» منجر به واگرایی آن از ایران شده است. یکی از مأموریت‌های رادیو برون‌مرزی آذری ایران، تبیین پیوندها و گسست‌های تاریخی برای افکار عمومی همسایه شمالی است. در این مقاله، سعی شده است میزان و چگونگی پرداخت به تاریخ مشترک دو کشور در این رادیوی با قدمت با کاربست نظریه‌های «برجسته‌سازی» و «چارچوب‌سازی» رسانه‌ای واکاوی شود. برای این منظور، برنامه‌های تاریخی سه ماه از این رسانه شنیداری به صورت تمام‌شماری، بر اساس تکنیک کدگذاری، تحلیل محتوای کمی شده است. ۲ مقوله برجسته‌سازی و ۷ متغیر چارچوب‌سازی برنامه‌ها را سنجیده است. یافته‌ها نشان می‌دهد برنامه‌ها به ویژه از دیدگاه چارچوب‌سازی از حد مطلوب فاصله دارند. تحلیل‌های آماری مؤید این موضوع است که برجسته‌سازی مباحث تاریخی از اولویت رسانه و اولویت سیاسی کافی برای سیاست‌گذاران این رسانه شنیداری برخوردار نیست. برای تنویر جامع‌تر افکار سطوح و لایه‌های مختلف مخاطبان پیشنهاد می‌شود که ضمن افزایش تعداد برنامه‌های تاریخی، بهره‌گیری از چارچوب‌های شناختی مانند روایت هم‌زمان وقایع دو سرزمین، غیرمستقیم‌گویی، چندصدایی و تعاملی کردن برنامه‌ها نیز تقویت شود. بازتعریف دانش تاریخی و

۱. دانشجوی دکترای پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)

(mahmoudtorabiaghdam@modares.ac.ir)

۲. عضو هیئت علمی گروه رادیوی دانشگاه صداوسیما (achgari@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۶/۱۰ تاریخ تأیید: ۱۳۹۷/۱۰/۲۳

افزایش خودآگاهی کنشگران مدنی آذری در ارتقای زمینه‌های هم‌نوایی و همگرایی دو کشور مؤثر خواهد بود.
واژه‌های کلیدی: ایران، تاریخ مشترک، تاریخ‌نگاری وارونه، جمهوری آذربایجان، رادیو برون‌مرزی آذری

۱. مقدمه

بر اثر استیلای سیاسی-فرهنگی امپراتوری روسیه (۱۹۱۷-۱۸۲۸) و به ویژه بعدها دولت کمونیستی شوروی (۱۹۹۱-۱۹۲۰) بر هفده ولایت شمال رود ارس، پس از جدایی اجباری از ایران طی معاهده‌های گلستان (۱۸۱۳) و ترکمنچای (۱۸۲۸)،^۱ تحریف‌های گسترده‌ای برای هویت‌سازی مستقل در مناطق جدانشده انجام شد. حاکمیت کنونی کشور آذربایجان نیز، برای مشروعیت‌بخشی به خود در فرایند دولت‌م‌ت‌سازی، راهبرد کانونی غیریت‌سازی و ایران‌زدایی را از طریق مصادره‌ی اشتراکات و عمق‌بخشی به اختلافات در نظام آموزشی، رسانه‌ای، فرهنگی و هنری ادامه می‌دهد^۲ و در سال‌های اخیر آن را تشدید کرده است.

از این رویکرد می‌توان به «ترکمنچای فرهنگی» تعبیر کرد، که از رهگذر «تاریخ‌نگاری وارونه» درصدد کوچک کردن مرزهای فرهنگی و تاریخی ایران است. در چنین شرایطی که رویکردهای امنیتی دولت باکو بر تضعیف پیوندهای دیرینه دو کشور استوار است، اتخاذ دیپلماسی کارآمد از سوی ایران برای روان‌سازی حل و فصل «منازعات تاریخی» نقش بی‌بدیلی دارد، چراکه در دنیای رسانه‌ای شده‌ی امروز، رسانه با حذف عامل دولت و ارتباط بی‌واسطه با مخاطبان، بهترین منبع و ابزار ارتباطی با مردم کشوری محسوب می‌شود که به دلیل ماهیت، منافع و اهداف متفاوت نظام سیاسی آن با ایران،^۳ امکان هم‌سوایی و ارائه

۱. غلامعلی وحید مازندرانی، (۱۳۴۱)، *راهنمای عهد و عهدنامه‌های تاریخی ایران*، تهران: ابن سینا.

۲. مهدی نعلبندی، (۱۳۸۸)، «جایگاه ایران در سازمان رسانه، فرهنگ و هنر رسمی جمهوری آذربایجان»، *مطالعات ملی*، س. ۱۰، ش. ۳، ص. ۶۱-۸۸.

۳. الهه کولایی و قاسم اصولی، (۱۳۹۱)، «چگونگی تغییر روابط امنیتی شده ایران و جمهوری آذربایجان»، *مطالعات اوراسیای مرکزی*، س. ۵، ش. ۱۰، ص. ۷۵.

خوانش یکسان از تاریخ مشترک دو کشور دشوار می‌نماید.

قدیمی‌ترین رسانه ایرانی فعال در جمهوری آذربایجان رادیو برون‌مرزی آذری صداوسیما است. «برجسته‌سازی»^۱ تاریخ مشترک و «چارچوب‌سازی»^۲ معنایی آن در این رادیوی باقدمت و نشان‌دار، بنا به این دلایل محوری حائز اهمیت است: صیانت از میراث جغرافیای فرهنگی ایران با خنثی‌سازی تحریف‌ها، جلوگیری از تضعیف حافظه تاریخی همسایه شمالی، پیشینه کردن منافع ملی و در رأس آن امنیت ملی بر اثر ارتقای هم‌نوایی و پیشبرد همگرایی دو ملت.

بنابراین انتظار می‌رود صدای آذری جمهوری اسلامی ایران، برای تنویر افکار عمومی بزرگ‌ترین کشور قفقاز و ارتباط‌گیری مؤثر با سطوح و لایه‌های مختلف مخاطبان و کنشگران اجتماعی و سیاسی آن، به بازسازی ایستارهای تاریخی جامعه مخاطب بپردازد که واکاوی و تبیین آن هدف پژوهش حاضر است. نپرداختن هدفمندانه به مقولات تاریخی مشترک در این رادیو علاوه بر این که موجب گسست افکار عمومی جمهوری آذربایجان از ریشه‌های واقعی تاریخی خود خواهد شد، بلکه موجب تشدید قوم‌گرایی و ایران‌ستیزی در این جامعه در حال گذار می‌شود.

اهمیت پژوهش‌هایی از سنخ پژوهش پیش رو از منظر کاربردی قابل مذاقه است. کاربرد این گونه پژوهش‌ها معمولاً در نتایجی نهفته است که حتی ممکن است برای مدیران و تصمیم‌گیرندگان رسانه‌ها نیز ناشناخته باشد. در این حالت آنها می‌توانند از طریق رسانه‌ها برای اصلاح و بهبود یا حتی تقویت وضع موجود اقدام کنند تا موجب استحکام و قوام بخشیدن به مختصات همسان و سنخیت‌های تاریخی-فرهنگی ایران با همسایه شمالی شوند.

بنابراین پرسش‌های اساسی مقاله را این گونه می‌توان سامان‌دهی و صورت‌بندی کرد: «برجسته‌سازی» و «چارچوب‌سازی» رسانه‌ای تاریخ مشترک دو کشور ایران و آذربایجان در رادیو برون‌مرزی آذری به چه میزان و چگونه انجام می‌گیرد؟ محتوا و فرم برنامه‌های

1. Agenda-setting
2. Framing

تاریخی این رادیو چه نقشی در فرایند تحکیم علائق تاریخی ایفا می‌کند؟ جایگاه مشاهیر مشترک در برنامه‌های این رسانه شنیداری چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

عمده‌ی پژوهش‌هایی که در خصوص روابط ایران و جمهوری آذربایجان انجام شده است، واقعیت‌های مناسبات کنونی و آتی دو کشور را متمرکز بر عوامل همگرایی و واگرایی بررسی کرده‌اند.

مطالعه لطفی‌رضاییگلو (۱۳۷۲)، خلیلی و همکاران (۱۳۹۱) و عباسی و موسوی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که بسترهایی نظیر نزدیکی جغرافیایی، داشتن میراث فرهنگی و تاریخی و مذهب و زبان مشترک عوامل بالقوه همگرایی دو کشور محسوب می‌شوند که در صورت نبود عوامل مکمل به دلیل وجود زمینه‌های واگرایی می‌توانند به منبعی برای سیاست‌های مداخله‌جویانه تبدیل شوند.^۱ جوادی‌ارجمند و همکاران (۱۳۹۳) قوم‌گرایی، رژیم حقوقی دریای خزر، روابط نزدیک باکو با تل‌آویو، واشنگتن و آنکارا، بحران قره‌باغ، رابطه ایران با ارمنستان و فعالیت‌های دینی ایران در جمهوری آذربایجان را عوامل واگراساز روابط دو کشور تلقی می‌کنند.^۲ افضل‌ی و همکاران (۱۳۹۳) به دنبال پاسخ این سؤال هستند که چه عواملی بیشتر بر سردی روابط ایران و جمهوری آذربایجان اثرگذار بوده است؟ یافته‌های پژوهش آنها نشانگر این است که روابط دو کشور از عوامل ژئوپلیتیکی موجود تأثیر چندانی نمی‌پذیرد و بیشتر تحت تأثیر سازه‌های فرهنگی،

۱. توکل لطفی‌رضاییگلو، (۱۳۷۲)، «پیوندهای تاریخی و روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی؛ محسن خلیلی، جهانگیر حیدری، هادی صیادی و حسین اصغری‌ثانی، (۱۳۹۱)، «ژنوم‌های ژئوپلیتیک مؤثر در سیاست خارجی ایران و جمهوری آذربایجان»، *مطالعات سیاسی جهان اسلام*، س. ۱، ش. ۳، ص. ۴۳-۷۶؛ مجید عباسی و سیدمحمدرضا موسوی، (۱۳۹۲)، «روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان، بسترهای همگرایی و زمینه‌های واگرایی»، *مطالعات اوراسیای مرکزی*، س. ۶، ش. ۲، ص. ۶۱-۸۰.

۲. محمدجعفر جوادی‌ارجمند، حبیب رضازاده و سعیده حضرت‌پور، (۱۳۹۳)، «بررسی علت‌های سردی روابط ایران و جمهوری آذربایجان»، *مطالعات اوراسیای مرکزی*، س. ۷، ش. ۱، ص. ۵۷-۸۰.

اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قرار دارد که در شرایط کنونی این سازه‌ها در مناسبات دوجانبه به صورت واگرا عمل می‌کنند.^۱ مجیدی و صوراناری (۱۳۹۵) نشان می‌دهند که با تمرکز بر نقش مواریث مشترک فرهنگی در ساخت اجتماعی واقعیت، می‌توان به شکل‌گیری هویت جمعی مبتنی بر فرهنگ در رابطه دو کشور و به همگرایی عملکرد آنها به‌عنوان یک «ما» کمک کرد.^۲

علاوه بر پژوهش‌هایی که به مطالعه روابط دو کشور اختصاص دارند، دو پژوهش نیز به نظرسنجی از مخاطبان رسانه‌های آذری‌زبان برون‌مرزی صداوسیما پرداخته‌اند که نشان از اهمیت این حوزه دارد. نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما (۱۳۸۷) حاکی از این است که بیش از نیمی از مصاحبه‌شوندگان در کشور آذربایجان به دانستن موضوعات فرهنگی و تاریخی علاقه‌مند هستند.^۳ نظرسنجی دیگر این مرکز در سال ۱۳۸۹ نشان از وجود ۱۰ درصد مخاطب برای رادیو آذری دارد.^۴ از آنجایی که تاکنون پژوهشی در خصوص چگونگی تبیین تاریخ مشترک دو کشور در رسانه انجام نشده است، مقاله پیش رو مکمل پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه روابط تاریخی-فرهنگی بین ایران و جمهوری آذربایجان برای افزایش سطح مفاهمه تاریخی خواهد بود.

۳. تاریخ‌نگاری وارونه: عامل اصلی واگرایی ایران و جمهوری آذربایجان

نقطه عطف اقدامات تحریف‌آمیز فرهنگی-سیاسی در مناطق جداشده شمال رود ارس، تغییرات مکرر خط و الفبا بود. این تغییرات امکان هر گونه مطالعه متون دست اول تاریخی

۱. رسول افزلی، سیدمحمد سیدی‌اصل و ابوالقاسم محمودی، (۱۳۹۳)، «تبیین روابط ایران و جمهوری آذربایجان با رویکرد سازه‌نگاری»، *مطالعات اوراسیای مرکزی*، س. ۷، ش. ۲، ص. ۲۳۷-۲۶۴.
۲. محمدرضا مجیدی و حسین صوراناری، (۱۳۹۵)، «نقش مواریث مشترک فرهنگی در همگرایی ایران و جمهوری آذربایجان»، *مطالعات اوراسیای مرکزی*، س. ۹، ش. ۲، ص. ۳۴۱-۳۶۰.
۳. مرکز تحقیقات صداوسیما، (۱۳۸۷)، *نظرسنجی از مخاطبان سیمای آذری شبکه سحر در کشور آذربایجان*، تهران: اداره کل پژوهش‌های شهرستان‌ها و خارج مرکز تحقیقات صداوسیما.
۴. مرکز تحقیقات صداوسیما، (۱۳۸۹)، *نظرسنجی از مردم شهر باکو درباره صدای برون‌مرزی آذری*، تهران: اداره کل پژوهش‌های شهرستان‌ها و خارج مرکز تحقیقات صداوسیما.

را برای مردم و پژوهشگران جامعه آذری‌های قفقاز به غایت دشوار کرده است. در واقع در چنین فقر ادبی و تاریخی است که رواج تاریخ‌نگاری وارونه سهل و ممکن شده است.^۱ از جمله مصادیق و نمونه‌های یرتواتر شرح‌های مجعول دولت باکو، می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- حضور و تشکیل کشور و واحدی سیاسی به نام «آذربایجان» از دوران باستان و طرح ایده جاه‌طلبانه آذربایجان واحد^۲
- مصادره سلسله‌های پادشاهی مانند سلجوقیان و صفویان^۳
- تقدم و دیرینگی زبان و فرهنگ ترکی و انکار یا کتمان فرهنگ ایرانی و زبان فارسی^۴
- در آمیختن تعمدی مفهوم آذربایجان در قلمرو دو سوی ارس^۵
- کتمان و حتی انکار حضور منطقه قفقاز در صلاحیت سیاسی دولت ایران از صفویه تا قاجار و قرائتی وارونه از جنگ‌های ایران و روس^۶
- مصادره شخصیت‌های ادبی و غیرادبی ایرانی مانند نظامی، خاقانی، شهریار، خواجه نصیرالدین طوسی، شاه اسماعیل صفوی، شیخ محمد خیابانی، ستارخان و...^۷
- مواضع ضددینی و ضدشیعی، تضعیف اعتقادات و تخریب مظاهر و آئین‌های دینی^۸

۱. سالار سیف‌الدینی، (۱۳۹۴)، چالش‌های تاریخ‌نگاری وارونه، نقدی بر مکتب تاریخ‌نگاری قفقاز، تهران: تمدن ایرانی، ص. ۱۷.

۲. محمود واعظی، (۱۳۸۹)، سیاست و امنیت در قفقاز، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک، ص. ۸۶.

۳. چالش‌های تاریخ‌نگاری وارونه، نقدی بر مکتب تاریخ‌نگاری قفقاز، ص. ۱۰.
۴. همان.

۵. عنایت‌الله رضا، (۱۳۶۰)، آذربایجان و اران (آلبانیای قفقاز)، تهران: ایران زمین، ص. ۲۱۶.

۶. حسین احمدی، (۱۳۹۴)، جمهوری آذربایجان، ۲۳ سال تکاپو برای دولت و ملت‌سازی، تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، ص. ۳۲.

۷. همان، ص. ۳۹-۴۲.

۸. الباس واحدی، (۱۳۸۲)، برآورد استراتژیک آذربایجان (سرزمینی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی)، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، ص. ۳۱۴.

۴. برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی رسانه‌ای

بر اساس نظریه برجسته‌سازی موضوعاتی که رسانه‌ها بر آنها تأکید می‌کنند، این موضوعات با گذشت زمان نزد افکار عمومی مهم تلقی می‌شوند.^۱ این نظر که اهمیت‌بخشی به موضوعات خاص توسط رسانه بر افکار عمومی تأثیر مستقیم دارد، پژوهشگران حوزه‌های مختلف را نیز تحت تأثیر قرار داده است.^۲

این نظریه امروزه در دو مرحله و سطح دسته‌بندی می‌شود. مرحله اول متمرکز بر اولویت‌بخشی به موضوعات و اشیاء و مرحله دوم متمرکز بر ویژگی‌های^۳ آن موضوعات است.^۴ در مرحله اول تکامل این نظریه، پژوهشگران برجسته‌سازی را از لحاظ سیاسی مورد توجه قرار دادند. مک‌کامبز^۵ و شاو^۶ (۱۳۷۲) در پژوهش شاخص چیل هیل^۷ شواهدی در حمایت از این موضوع جمع کردند که رسانه‌ها اهمیت مسائل را در ذهن مردم ایجاد می‌کنند. در مرحله دوم این نظریه، در دهه ۱۹۹۰، نظریه‌پردازان در ادامه تجزیه و تحلیل‌هایشان از برجسته‌سازی، به ویژگی‌ها و زمینه آن توجه کردند. مرحله دوم، پردازش اطلاعات عمیق‌تر و کامل‌تری را در رسانه نشان می‌دهد.^۸ تاکشیتا^۹ و میکامی^{۱۰} (۱۹۹۳) هر دو مرحله را هم‌زمان آزمایش کردند. آنها شواهد قابل توجهی را در انتقال پیام از رسانه‌ها به عموم مردم در مورد هر دو مرحله پیدا کردند.^{۱۱}

1. Maxwell McCombs, (2004), *Setting the agenda (the mass media and public opinion)*, Malden: Blackwell Publishing Inc, p. 4-5; Kwamena Kwansah-Aidoo, (2001), 'Telling Stories: "The Epistemological Value of Anecdotes in Ghanaian Communication Research"', *Media, Culture and Society*, Vol. 23, No. 3, p. 263.

2. Stelios Zyglidopoulos, Pavlos C. Symeou, Philemon Bantimaroudis, and Eleni Kampanellou, (2012), "Cultural Agenda Setting: Media Attributes and Public Attention of Greek Museums", *Communication Research*, Vol. 39, No. 4, p. 481.

3. Attributes

4. Gunho Lee, (2010), "Who let priming out? Analysis of first- and second-level agenda setting effects on priming", *International Communication Gazette*, vol. 72, No.8, p. 761.

5. McCombs

6. Shaw

7. Chapel Hill

8. Wayne Wanta, Guy Golan and Cheolhan Lee, (2004), "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 81, No. 2, p.364.

9. Takeshita

10. Mikami

11. Ibid, p. 386

به عقیده مانهایم^۱ (۱۹۸۷) برجسته‌سازی از هم‌کنشی سه اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاسی شکل می‌گیرد. هر یک از این سه اولویت، سه بعد را شامل می‌شود:

۱. برای اولویت رسانه‌ها این ابعاد عبارت‌اند از: مشهود بودن^۲ (میزان و نمایانی پوشش یک موضوع)، موضوع برجسته از نظر مخاطب^۳ (تناسب محتوای خبری با نیازهای مخاطب) و ارزش (پوشش مثبت یا منفی یک موضوع).
۲. برای اولویت عموم، این سه بعد عبارت‌اند از: آشنا بودن^۴ (درجه آگاهی عموم از یک موضوع معین)، موضوع برجسته از نظر شخص^۵ (علاقه یا تناسب متصور با خود شخص) و مطلوب بودن (قضاوت مثبت یا منفی درباره موضوع).
۳. برای اولویت سیاسی سه بعد عبارت‌اند از: حمایت (عمل کم‌و بیش مطلوب در جهت یک موضوع معین)، احتمال عمل (احتمال این که یک دستگاه دولتی درباره موضوع عمل نماید) و آزادی عمل (گستره اقدامات احتمالی دولتی).^۶

لنگ^۷ و لنگ^۸ (۱۹۸۳) فرایند برجسته‌سازی را به شش مرحله تقسیم می‌کنند:

۱. اهمیت رویدادها: مطبوعات بعضی رویدادها یا فعالیت‌ها را پراهمیت می‌کنند و آنها را بارز می‌سازند.
۲. پوشش متفاوت: موضوعات متفاوت برای جلب توجه، به نوع و میزان پوشش متفاوتی نیاز دارند.
۳. موضوعات قالب‌دار: رویدادها و فعالیت‌های مورد توجه باید قالب‌دار باشند یا باید حوزه‌ای از معانی به آنها داد به طوری که قابل فهم شوند.
۴. زبان: زبان مورد استفاده رسانه‌ها می‌تواند بر درک اهمیت موضوع اثر بگذارد.

1. Mannheim
2. Visibility
3. Audience Salience
4. Familiarity
5. Personal Salience

۶. ورنر جی سورین و جیمز دلبیو تانکار، (۱۳۹۰)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران:

دانشگاه تهران، ص. ۳۵۵-۳۵۶.

7. Lang
8. Lang
9. Framed

۵. نمادهای ثانویه: رسانه‌ها، فعالیت یا رویدادهایی را که مورد توجه عموم قرار گرفته‌اند به نمادهای ثانویه وصل می‌کنند که موقعیت آنها در منظر سیاسی به خوبی قابل تشخیص است.

۶. اظهارات اشخاص: هنگامی که اشخاص معروف و معتبر راجع به موضوعی صحبت می‌کنند، فرایند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند.^۱

میزان اثرات حاصل از برجسته‌سازی با توجه به تفاوت‌های فردی مخاطبان تعدیل می‌شود^۲ و امری بافت‌بنیاد محسوب می‌شود. بنابراین توجه به ایستارهای فرهنگی و انگاره‌های تاریخی مخاطبان در اولویت‌گذاری و پردازشگری پیام‌ها ضروری می‌نماید.

در «چارچوب‌سازی» که مکمل سطح دوم برجسته‌سازی پیام در فراگرد ارتباطی است، رسانه نه تنها به مخاطب می‌گوید که به «چه» چیزی فکر کند بلکه «چگونه» فکر کردن او را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.^۳ این کنش مخاطب از طریق ساختارهای شناختی (چارچوب‌ها) ممکن می‌شود که نحوه ادراک واقعیت را تعیین و به فرد کمک می‌کنند تا بتواند دنیای اطراف خود را تفسیر کند.^۴

اگر چه شباهت‌هایی میان سطح دوم نظریه برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی وجود دارد ولی آنها واجد فرایندهای یکسانی نیستند. هر دوی آنها بیشتر مرتبط با این فرایند هستند که «چگونه» موضوعات (مردم، گروه‌ها، سازمان‌ها، کشورها و غیره) در رسانه نشان داده می‌شوند. هر دوی آنها بر جنبه‌ها، تم‌ها یا توصیف‌های برجسته‌تر موضوعات مورد علاقه متمرکز هستند. علاوه بر این هر دو به جای ابژه‌های (موضوعات) اندیشیدن با شیوه‌های اندیشیدن در ارتباط هستند. اما در مقابل به نظر می‌رسد در مقایسه با برجسته‌سازی

۱. همان، ص. ۳۴۸-۳۴۹.

2. Maxwell McCombs and Natalie J. Stroud, (2014), "Psychology of Agenda-Setting Effects Mapping the Paths of Information Processing", *Review of Communication Research*, vol. 2, No.1, p. 76.

3. Maxwell McCombs & Amy Reynolds, (2002), News influence on our pictures of the world, in J. Bryant and D. Zillmann, (Eds), *Media effects: Advances in theory and research*, Mahwah, NJ: Erlbaum, p.7.

۴. سیدمحمد مهدی‌زاده، (۱۳۹۱)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران:

همشهری، ص. ۸۱.

ویژگی‌های موضوع که در مرحله دوم انجام می‌شود، چارچوب‌سازی فرایندهای شناختی بیشتری را شامل می‌شود - مانند ارزیابی‌های اخلاقی، تفسیر علی، تجدید نظر در معیارها و ارائه راه‌حل‌های پیشنهادی برای مسئله.^۱

چارچوب‌ها معنای تفسیری به رویدادها و موضوعات می‌دهند. بدون چارچوب‌های رقیب، تحلیل‌های انتقادی و مستقل از چارچوب‌های غالب اگر غیرممکن نباشد، بسیار بعید به نظر می‌رسد.^۲ انتمن^۳ (۱۹۹۳) اشاره می‌کند چارچوب‌ها چندین موقعیت دارند که شامل ارتباط‌گر، متن، گیرنده پیام و فرهنگ می‌شود. اینها بخش‌های جدایی‌ناپذیر فرایند چارچوب‌سازی هستند که مراحل چارچوب‌سازی، تنظیم چارچوب و پیامدهای اجتماعی و فردی چارچوب‌بندی را شامل می‌شوند.^۴

چارچوب‌ها ادراک خاصی از واقعیت را تقویت و تفسیرهای رقیب آن را تضعیف می‌کنند. صنعت رسانه‌ای مدرن چارچوب‌ها و انگاره‌های فرهنگی را در قالب محصولات فرهنگی و به منظور مصرف انبوه تولید و ترویج می‌کند. این فرایند رسانه‌ای تا حدودی مسئول فهم مخاطبان از نهادها و سازه‌های فرهنگی^۵ و تاریخی است.

چارچوب‌ها با فرهنگ به عنوان یک ساختار اجتماعی کلان پیوند دارند^۶ و نهاد رسانه‌ای در صدد است از طریق چارچوب‌های اندیشگانی و الگوهای شناختی بر زاویه نگاه مخاطبان پرتوافکنی کند و قلمرو ادراکی آنان از موضوعات فرهنگی و تاریخی را شکل دهد. بر اساس این نظریه، رسانه می‌تواند نقشی سازنده در تصحیح نگرش‌های منفی و کاذب مخاطبان داشته باشد و با ارائه طرح‌های شناختی به توانایی آنها در تفسیر و تعبیر تجارب و دانش پیشین، سازماندهی اطلاعات و الگوهای درک روابط فرهنگی و سیاسی ملت‌ها از یکدیگر مؤثر واقع شود. ادراکات فردی و جمعی از تعلقات فرهنگی می‌تواند

1. David H. Weaver, (2007), "Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming", *Journal of Communication*, Vol. 57, No. 1, p. 145-146.

2. GR Boynton & Glenn W. Richardson Jr, (2015), "Agenda setting in the twenty-first century", *new media & society*, Vol. 18, No. 3, pp. 3-4.

3. Entman

4. Claes De Vreese, (2005), "News Framing: Theory and Typology", *Information Design Journal*, Vol. 13, No. 1, p. 51-52.

5. Philemon Bantimaroudis and Eleni Kampanellou, (2007), "The Cultural Framing Hypothesis: Attributes of Cultural Alliances and Conflicts", *Press/Politics*, Vol. 12, No. 2, p. 82.

6. "Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming", p. 143.

بخشی از چارچوب‌های رسانه‌ای در نظر گرفته شود، چارچوب‌هایی که می‌تواند مردم و جوامع را به عنوان گروه‌های فرهنگی یا تمدن‌های متمایز نشان دهد و از طریق آن به هویت فرهنگی آنها شکل دهد.^۱

رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر مخاطب و سمت بخشیدن به معیارهای ارزیابی او «زمینه‌سازی»^۲ می‌کنند. زمینه‌سازی فرایندی است که طی آن رسانه‌ها، از طریق توجه به بعضی موضوعات و نادیده گرفتن برخی دیگر، معیارهای ارزیابی از نظر مخاطبان را تغییر می‌دهند.^۳

بنابراین رسانه‌ها زمینه را برای سنجش «اعتبار» یا «بی‌اعتباری» موضوعات و اشخاص برای مخاطبان فراهم می‌کنند. مخاطبان نیز اهمیت و اعتبار یک شخص یا موضوع را بر حسب موضوعات مورد تأکیدی که اخیراً از طریق اخبار و پیام‌های رسانه‌ها شنیده‌اند ارزیابی می‌کنند.^۴

در مقاله حاضر، میزان پرداخت به اشتراکات تاریخی دو کشور در رادیو آذری از رهگذر نظریه برجسته‌سازی و چگونگی پرداخت به آنها با کاربرد نظریه چارچوب‌سازی مطالعه و تبیین خواهد شد.

۵. روش پژوهش

با توجه به هدف پژوهش حاضر، که شناخت برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی تاریخ مشترک دو کشور ایران و آذربایجان در رادیو آذری است، روش تحلیل محتوای کمی به کار رفته است که آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی ای است که طی آن ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود.^۵

1. "The Cultural Framing Hypothesis: Attributes of Cultural Alliances and Conflicts", p. 82.

2. Priming

۳. نظریه‌های ارتباطات، ص. ۳۳۸.

۴. سون ویندال و دیگران، (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها، ص. ۳۵۷.

۵. دانیل رایف، استفن لیبسی و فریدریک جی. فیکو، (۱۳۹۱)، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش، ص. ۲۵.

رادیو آذری برون مرزی صداوسیما با مخاطب هدف کشور آذربایجان از سه ایستگاه تهران، تبریز و اردبیل روزانه ۹ ساعت برنامه (بدون احتساب برنامه‌های تکراری) پخش می‌کند. به منظور تلاش برای درک روند معمولی این رادیو در پرداخت به مباحث تاریخی، برنامه‌های تاریخی ماه‌های آذر، دی و بهمن ۱۳۹۶ برای جامعه آماری از آرشو این رادیو انتخاب شده است. با توجه به اهمیت موضوع پژوهش انتظار می‌رود رادیو آذری در بازه سه ماهه به صورت منظم و پیوسته به مسائل و مباحث مشترک تاریخی بپردازد.

از آنجایی که سرشماری معتبرترین نتایج را درباره جمعیت مورد مطالعه به دست می‌دهد،^۱ به جای نمونه‌گیری از تمام‌شماری جامعه آماری (۲۴ برنامه معادل ۴۲۰ دقیقه) استفاده شده است. بر این اساس، فقط دو برنامه به تاریخ مشترک دو کشور مربوط می‌شدند که تمام قسمت‌های پخش شده آنها برای تحلیل محتوا انتخاب شدند. به موضوعات این برنامه‌ها در جدول زیر اشاره شده است.

موضوعات برنامه‌های تاریخی مطالعه شده از کنداکتور رادیو برون مرزی آذری

شماره	عنوان	موضوعات برنامه‌ها
۱	تاریخ ما	این برنامه به تاریخ ایران دوره صفوی و پس از آن می‌پردازد. در ۱۲ قسمت بررسی شده از این برنامه، تعدادی از وقایع دوران پادشاهی صفوی روایت شده است. شرح تاریخی این دوران بر مبارزات و کشمکش‌های شاهان با رقبای آنان متمرکز است. همچنین تا حدودی علما، هنرمندان، ادبا و آثار آنان و نگرش‌های مذهبی و فرهنگی مردم آن دوره معرفی می‌شود.
۲	تاریخ اسلام	این برنامه به تاریخ صدر اسلام و پس از آن می‌پردازد. در ۱۲ قسمت بررسی شده از این برنامه، حوادث تاریخی بخشی از دوران امویان و اوایل عباسیان با نگاه مختصری به تأثیرات حکمرانی آنان بر ایران مرور شده است.

به دلیل انسجام موضوعی و مضمونی برنامه‌ها، هر برنامه واحد تحلیل و هر کلمه واحد ثبت در نظر گرفته شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از برگه کدگذاری و برای توصیف و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. بر اساس اهداف، پرسش‌ها و مبانی نظری پژوهش، تعداد ۹ مقوله در دو دسته محتوایی و فرمی تدوین شد. ۲ مقوله اول مرتبط با برجسته‌سازی و مقولات بعدی مرتبط با چارچوب‌سازی پیام هستند.

برای رعایت عینیت پژوهش، مقوله‌هایی که نیاز به قضاوت دوباره داشتند بر اساس ۸ برنامه (تقریباً ۳۳ درصد از برنامه‌ها با روش تصادفی منظم)، توسط پژوهشگر دیگری طبق تعاریف عملیاتی، کدگذاری مجدد شدند و ضریب پایایی^۱ مطابق فرمول ویلیام اسکات^۲ برای آنها محاسبه شد. در گروه مقولات محتوایی، متغیرهای ۱، ۳ و ۶ و در گروه مقولات شکلی، متغیر شماره ۱ دوباره کدگذاری شدند و اعتبار آنها با ضریب بالای ۹۰ درصد تصدیق شد.

الف. مقولات محتوایی

شماره مقوله	مقوله	زیرمقوله‌ها	تعریف عملیاتی
۱	زمینه برنامه تاریخی	اشتراکات دو کشور غیراشتراکات	اشتراکات دو کشور مباحث مرتبط با قبل از جدایی سرزمین امروزی جمهوری آذربایجان از ایران است. بقیه مباحث غیراشتراکات محسوب می‌شود.
۲	نام بردن مشاهیر مشترک	دارد ندارد	این مقوله با هدف سنجش این موضوع طراحی شده است که آیا برنامه تاریخی با ذکر اسامی مشاهیر مشترک در زمینه‌های مختلف آنها را برجسته می‌کند؟ مشاهیر مشترک اشخاصی هستند که از منظر زبان، قومیت و آثار، بین دو کشور مشترک محسوب می‌شوند و زمان تولد آنها مربوط به قبل از جدایی جمهوری آذربایجان کنونی از ایران بوده است.

1. Reliability
2. William Scott

شماره مقوله	مقوله	زیرمقوله‌ها	تعریف عملیاتی
۳	معرفی مشاهیر مشترک	دارد ندارد	این مقوله چارچوب‌سازی معنایی شناخت مشاهیر مشترک را از طریق معرفی حیطه فعالیت، اندیشه و آثارش مهیا می‌سازد.
۴	استفاده از آثار مشاهیر مشترک	دارد ندارد	این مقوله مکمل دو مقوله قبلی است و نشان می‌دهد که آیا از آثار شخصیت‌های مشهور و مشترک دو کشور بهره گرفته شده است یا صرفاً به نام بردن و معرفی آنها بسنده شده است.
۵	زبان منابع معرفی شده درباره محتوای برنامه	فارسی آذری عربی سایر زبان‌ها ندارد	از آنجایی که شمار اندکی از جامعه هدف توانایی خواندن منابع فارسی را دارند، در این مقوله استفاده از منابع معتبر زبان‌های دیگر نیز سنجیده می‌شود.
۶	روایت برنامه از نظر زمان وقایع تاریخی	تک‌زمانی دوزمانی	این مقوله مشخص می‌کند که آیا روایت برنامه فقط وقایع تاریخی یکی از دو کشور را شامل می‌شود یا اینکه حوادث همزمان دو کشور را بررسی می‌کند.

ب. مقولات فرمی (شکلی)

شماره مقوله	مقوله	زیرمقوله‌ها	تعریف عملیاتی
۱	نوع پیام	یک‌سویه چندسویه	اگر در برنامه‌ای بیان دیدگاه‌ها از منابع و کارشناسان جبهه موافق و جبهه ناموافق به همراه بحث، مقایسه، استدلال و استنتاج باشد، پیام چندسویه و اگر تنها به بیان دیدگاه‌های موافق اکتفا شود پیام یک‌سویه در نظر گرفته می‌شود.

شماره مقوله	مقوله	زیرمقوله‌ها	تعریف عملیاتی
۲	شیوه انتقال پیام	مستقیم غیرمستقیم هر دو	در روش مستقیم، مطلب به صورت صریح و خیلی آشکار بیان می‌شود مانند گزارش‌های ساده و برنامه‌های گفتگومحور. ولی در روش غیرمستقیم، محتوا و مفهوم برنامه به صورت نهفته (لایه‌های زیرین) در قالب نمایش، داستان، مستند، شعر و ترانه چارچوب‌سازی می‌شود که تأثیرگذاری و ماندگاری بیشتری دارد.
۳	ارتباط‌گیری با مخاطبان	تعاملی غیرتعاملی	اگر در برنامه‌ای نظر مخاطبان منعکس و به آنها پاسخ داده شود، چارچوب تعاملی ^۱ و در غیر این صورت چارچوب غیرتعاملی در کدگذاری انتخاب خواهد شد.

۶. یافته‌های پژوهش

پس از کدگذاری برنامه‌ها، نتایج حاصل از هر مقوله به صورت زیر توصیف و تحلیل می‌شود.

۶-۱. زمینه برنامه تاریخی

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که در ۸۳/۵۰ درصد از برنامه‌ها، مباحث مشترک تاریخی برجسته شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد زمینه برنامه تاریخی

درصد فراوانی	فراوانی	زمینه برنامه تاریخی
۸۳/۵۰ ^۲	۲۰	اشتراکات دو کشور
۱۶/۵۰	۴	غیراشتراکات
۱۰۰	۲۴	کل

1. Interactive

۲. دو رقم اعشار اعداد بر حسب نزدیکی به ۰/۲۵، ۰/۵۰، ۰/۷۵ یا عدد صحیح نزدیک‌تر، گرد شده‌اند.

۶-۲. نام بردن از مشاهیر مشترک

نتایج جدول ۲ حاکی از این است که در ۸۷/۵۰ درصد از برنامه‌ها از مشاهیر مشترک نام برده شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد نام بردن مشاهیر مشترک

نام بردن از مشاهیر مشترک	فراوانی	درصد فراوانی
دارد	۲۱	۸۷/۵۰
ندارد	۳	۱۲/۵۰
کل	۲۴	۱۰۰

۶-۳. معرفی مشاهیر مشترک

نتایج جدول ۳ نشانگر تخصیص فقط ۳۷/۵۰ درصد از برنامه‌های تاریخی به معرفی مشاهیر مشترک است.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصد معرفی مشاهیر مشترک

معرفی مشاهیر مشترک	فراوانی	درصد فراوانی
دارد	۹	۳۷/۵۰
ندارد	۱۵	۶۲/۵۰
کل	۲۴	۱۰۰

۶-۴. استفاده از آثار مشاهیر مشترک

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که در ۲۱ درصد از برنامه‌های بررسی شده از آثار مشاهیر مشترک استفاده شده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی و درصد استفاده از آثار مشاهیر مشترک

درصد فراوانی	فراوانی	استفاده از آثار مشاهیر مشترک
۲۱	۵	دارد
۷۹	۱۹	ندارد
۱۰۰	۲۴	کل

۵-۶. معرفی منابع مؤثق درباره محتوای برنامه

نتایج جدول ۵ حاکی از این است که تنها در ۳۴ درصد از برنامه‌های تاریخی به منابع مؤثق پیرامون محتوای برنامه اشاره شده است. ۲۵ درصد منابع اشاره‌شده به زبان فارسی بوده است و از سایر زبان‌ها (به ویژه منابع انگلیسی، ترکی استانبولی و روسی) استفاده نشده است.

جدول ۵. توزیع فراوانی و درصد اشاره به منابع درباره محتوای برنامه

درصد فراوانی	فراوانی	زبان منابع معرفی شده درباره محتوای برنامه
۲۵	۶	فارسی
۴/۲۵	۱	عربی
۴/۲۵	۱	آذری
۰	۰	سایر زبان‌ها
۰	۰	ترکیبی از زبان‌ها
۶۶/۵۰	۱۶	ندارد
۱۰۰	۲۴	کل

۶-۶. روایت برنامه از نظر زمان وقایع تاریخی

نتایج جدول ۶ نشانگر این است که فقط در یک‌چهارم از برنامه‌ها، ضمن بازگو کردن حوادث یکی از دو سرزمین ایران امروزی و جمهوری آذربایجان کنونی، به وقایع همزمان سرزمین دیگر نیز اشاره می‌شود.

جدول ۶. توزیع فراوانی و درصد روایت برنامه از نظر زمان وقایع تاریخی

درصد فراوانی	فراوانی	روایت برنامه از نظر زمان وقایع تاریخی
۷۵	۱۸	تک‌زمانی
۲۵	۶	دو‌زمانی
۱۰۰	۲۴	کل

۶-۷. نوع پیام

تحلیل‌های آماری جدول ۷ نشان می‌دهد که نوع پیام تنها در ۳۳/۵۰ درصد (تقریباً یک‌سوم) از برنامه‌ها چندسویه است.

جدول ۷. توزیع فراوانی و درصد نوع پیام

درصد فراوانی	فراوانی	نوع پیام
۶۶/۵۰	۱۶	یک‌سویه
۳۳/۵۰	۸	چندسویه
۱۰۰	۲۴	کل

۶-۸. شیوه انتقال پیام

یافته‌های جدول ۸ نشان می‌دهد که تنها در ۳۷/۵۰ درصد از برنامه‌ها، از شیوه غیرمستقیم در ترکیب با شیوه مستقیم در انتقال پیام استفاده شده است و در هیچ برنامه‌ای از چارچوب غیرمستقیم‌گویی به تنهایی استفاده نشده است.

جدول ۸. توزیع فراوانی و درصد شیوه انتقال پیام

درصد فراوانی	فراوانی	شیوه انتقال پیام
۶۲/۵۰	۱۵	مستقیم
۰	۰	غیرمستقیم
۳۷/۵۰	۹	هر دو
۱۰۰	۲۴	کل

۶-۹. ارتباط گیری با مخاطبان

نتایج جدول ۹ حاکی از این است که تنها در ۱۶/۵۰ درصد از برنامه‌های تاریخی از چارچوب تعاملی استفاده شده است.

جدول ۹. توزیع فراوانی و درصد ارتباط گیری با مخاطبان

ارتباط گیری با مخاطبان	فراوانی	درصد فراوانی
تعاملی	۲۰	۸۳/۵۰
غیرتعاملی	۴	۱۶/۵۰
کل	۲۴	۱۰۰

۷. نتیجه گیری

نتایج حاصل از مقاله در سه محور کلی زیر قابل صورت بندی و تبیین است: برجسته سازی تاریخ مشترک: در مجموع تعداد ۲۴ برنامه تاریخی از لحاظ زمانی (۴۲۰ دقیقه) در سه ماه برای برجسته سازی مقولات تاریخی کم محسوب می شود. با توجه به این که رادیو آذری روزانه ۹ ساعت برنامه پخش می کند، سهم برنامه های تاریخی در سه ماه کمتر از ۱ درصد محاسبه می شود. این میزان نشان می دهد که اولویت بخشی (سطح اول برجسته سازی) به اشتراکات تاریخی برای رادیو آذری واجد اهمیت کافی نبوده است. این میزان یک آسیب و کاستی برای این رسانه تلقی می شود، چون بنا به اذعان مردم جمهوری آذربایجان، موضوعات تاریخی دارای اولویت (اولویت عموم) برای آنها هستند، ولی درجه آگاهی جامعه مخاطب از موضوعات تاریخی کم و ناصحیح است. بنابراین اهمیت دادن به این قبیل موضوعات به واسطه اختصاص زمان بیشتر ضروری به نظر می رسد. البته در ۸۳/۵۰ درصد از برنامه های مطالعه شده، مباحث تاریخی مشترک برجسته شده و در ۸۷/۵۰ درصد از برنامه ها از مشاهیر مشترک نام برده شده است که نشان می دهد این رسانه شنیداری تمایل داشته به ویژگی های موضوعات تاریخی مشترک (سطح دوم

۱. نظرسنجی از مخاطبان سیمای آذری شبکه سحر در کشور آذربایجان.

برجسته‌سازی) در زمان اختصاص یافته‌ی اندک بپردازد.

چارچوب‌سازی تاریخ مشترک: نتایج و تحلیل‌های حاصل از ۷ مقوله مرتبط با چارچوب‌سازی پیام ما را به این گزاره رهنمون می‌سازد که برنامه‌ها از لحاظ ارائه چارچوب‌های تفسیری برای بازسازی نظام باورها از حد مطلوب فاصله دارند. فقط در ۳۷/۵۰ درصد از برنامه‌های تاریخی به معرفی مشاهیر مشترک پرداخته شده است. با توجه به حجم تحریف‌های نظام‌مند در جمهوری آذربایجان این مقدار چارچوب‌سازی برای معرفی و شناساندن مشاهیر مشترک کافی نیست. همچنین در ۲۱ درصد از برنامه‌های بررسی شده از آثار مشاهیر مشترک استفاده شده که نسبتاً مناسب توصیف می‌شود. اما تنها در ۳۳/۵ درصد از برنامه‌های تاریخی به منابع مؤثق پیرامون محتوای برنامه اشاره شده است که ۲۵ درصد منابع اشاره شده به زبان فارسی بوده است و از سایر زبان‌ها (به ویژه منابع انگلیسی، ترکی استانبولی و روسی) استفاده نشده است. با توجه به تغییر رسم الخط و خوانش‌های غلط رواج یافته در جمهوری آذربایجان این مقادیر برای تثبیت دانش تاریخی مخاطبان وفادار رادیو آذری و اعتمادآفرینی در میان گروه‌های مخاطبان گذری کم به شمار می‌آید. معرفی منابع به ویژه به زبان‌های انگلیسی و آذری موجب ترغیب گروه‌های مخاطبان به پیگیری مباحث مطروحه در زمان‌های بعد از پخش برنامه‌ها می‌شود. فقط در یک چهارم از برنامه‌ها، به موازات روایت حوادث یکی از دو کشور ایران و آذربایجان، وقایع همزمان سرزمین دیگر نیز گفته می‌شود. این مقدار با توجه به شناخت کم و ناصحیح مخاطبان رادیو آذری از تاریخ مشترک دو کشور کم ارزیابی می‌شود.

آمار مذکور نشان می‌دهد که در برنامه‌های بررسی شده به انباره و اطلاعات تاریخی جامعه هدف توجه کمی می‌شود، زیرا چارچوب‌های شناختی برای تبیین علت گسست‌ها و پیوست‌های تاریخی کمتر ارائه می‌شود. همان گونه که در مبانی نظری بیان شد، روایت‌های شناختی به توانایی مخاطبان در تفسیر و تعبیر تجارب و دانش پیشین، نحوه ادراک واقعیت، تجدیدنظر در معیارها و سازماندهی اطلاعات کمک می‌کند. بر این اساس، طرح‌ها و چارچوب‌های معنایی با زمینه‌سازی و اعتباربخشی به روایت‌های مؤثق تاریخی می‌توانند منجر به همگرایی هویتی جامعه جمهوری آذربایجان با ایران ذیل «ما»^۱ می‌گردد،

۱. «نقش مواریت مشترک فرهنگی در همگرایی ایران و جمهوری آذربایجان».

چارچوب‌هایی که در برنامه‌های صدای آذری ایران از حد مطلوب فاصله دارند. محتوا و شکل برنامه‌های تاریخی: مقولات مرتبط با محتوای برنامه‌ها در مقایسه با مقولات شکلی، نقش بیشتری برای اعتمادآفرینی در مخاطبان پیرامون مباحث تاریخی داشته‌اند. نوع پیام تنها در ۳۳/۵۰ درصد (تقریباً یک‌سوم) از برنامه‌ها چندسویه است. این مقدار از چندصدایی برای اقناع مخاطبانی که به طور مداوم در معرض نظام آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی تحریف‌آلود هستند، کم محسوب می‌شود. با توجه به جذابیت و اثرگذاری بیشتر چارچوب غیرمستقیم بر مخاطبان، استفاده از این شیوه در ۳۷/۵۰ درصد از برنامه‌ها در ترکیب با شیوه غیرمستقیم، مناسب توصیف نمی‌شود. تنها در ۱۶/۵۰ درصد از برنامه‌های تاریخی از چارچوب تعاملی استفاده شده است که با توجه به ذهن انباشته از پرسش و ابهام مخاطبان رادیو آذری درباره قرائت‌های مختلف و متضاد تاریخی (قضاوت نامطلوب)، به میزان بیشتری از برنامه‌های تعاملی نیاز است.

مقایسه وضعیت میان ۲ مقوله‌ی مرتبط با برجسته‌سازی پیام با ۷ مقوله‌ی مرتبط با چارچوب‌سازی پیام نشان می‌دهد که برجسته‌سازی مباحث تاریخی آمار نسبتاً بهتری را به خود اختصاص داده است. نتایج آماری (در هر دو بعد برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی) مؤید این موضوع است که پرداخت عمیق و موشکافانه به مباحث تاریخی برای کمرنگ کردن و حذف مرزهای غیریت‌ساز تاریخی بین دو جامعه از حد مطلوب فاصله زیادی دارد. در صورتی که برجسته‌سازی پیوندهای تاریخی و چارچوب‌سازی شناختی گسست‌های تاریخی برای کاهش تلقی‌های دشمن‌مآبانه از ایران ضروری است. این آمار بر اساس نظریه برجسته‌سازی نشان می‌دهد که مباحث تاریخی از «اولویت رسانه» و «اولویت سیاسی» کافی برای دست‌اندرکاران سطوح مختلف صدای آذری برخوردار نیست، چراکه میزان پوشش موضوعات تاریخی و گستره اقدامات حمایتی سازمانی از این موضوعات نیازمند تجدیدنظر ارزیابی می‌شود.

در مجموع می‌توان گفت در صورتی رادیو می‌تواند نقش حداکثری ایفا کند که برنامه‌های آن در هر دو لایه برجسته‌سازی مباحث تاریخی و چارچوب‌سازی تفسیری آنها و در هر دو بعد محتوایی و فرمی تقویت گردند.

بر اساس مباحث مطروحه، به عنوان مکمل نتایج پژوهش‌های پیشین به ویژه نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما (۱۳۸۷ و ۱۳۸۹) پیشنهادهای زیر برای سیاست‌گذاران و برنامه‌سازان رادیو آذری (و همچنین سایر بخش‌های دستگاه‌های دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای در حوزه جمهوری آذربایجان) جهت تنویر و تصحیح نگرش عمومی جامعه هدف درباره موضوعات تاریخی مطرح می‌شود:

- افزایش تعداد برنامه‌های تاریخی.
 - شناخت و احصاء مشاهیر مشترک در حوزه‌های مختلف فرهنگی، ادبی، هنری و دینی و معرفی مستمر آنها (زندگی، آثار، اقدامات و گرایش‌های فکری).
 - رصد و پایش مستمر تحریف‌های تاریخی جدید در نظام آموزشی، رسانه‌ای، فرهنگی و هنری جمهوری آذربایجان و برنامه‌سازی ویژه برای روشنگری در خصوص آنها.
 - تهیه برنامه‌هایی که در آنها روایت‌های همزمان از وقایع دو سرزمین ارائه می‌شود.
 - چندصدایی کردن برنامه‌ها از طریق بهره‌گیری بیشتر از منابع به زبان‌های متنوع و کارشناسان داخلی و خارجی با دیدگاه‌های مختلف.
 - حرکت به سمت تعاملی کردن برنامه‌ها برای گسترش بنیان فهم مشترک از اختلافات تاریخی.
 - تقویت استفاده از چارچوب‌های غیرمستقیم‌گویی پیام.
 - دعوت از کارشناسان جمهوری آذربایجان برای برگزاری میزگردهای مشترک رسانه‌ای در خصوص اختلافات تاریخی-فرهنگی.
 - نقد و بررسی مستمر کتب و مقالات منتشرشده در جمهوری آذربایجان که رویکرد تحریف‌آمیز دارند با استفاده از مستندات تاریخی.
- بهره‌گیری از این توصیه‌ها موجب می‌شود ساخت و فراگرد ارتباطی صدای آذری در کاهش سوء تفاهات و تصورات نامطلوب و افزایش مفاهمه میان دو ملت اثربخش‌تر شود. افزایش خودآگاهی و ضریب بازیگری کنشگران مدنی و غیرمدنی این جامعه در سپهر عمومی نیز در میان‌مدت می‌تواند موجب بازسازی ساختارهای معنایی جمعی در زمینه اشتراکات و اختلافات فرهنگی و تاریخی گردیده و رویه دولت باکو در استمرار چرخه وارونه‌نگاری را تغییر دهد. این روند نیز میزان همگرایی دو کشور را فزونی می‌بخشد.

منابع و مآخذ

- احمدی، حسین، (۱۳۹۴)، جمهوری آذربایجان، ۲۳ سال تکاپو برای دولت و ملت‌سازی، تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران.
- افضل‌ی، رسول، سید محمد سیدی اصل، و ابوالقاسم محمودی، (۱۳۹۳)، «تبیین روابط ایران و جمهوری آذربایجان با رویکرد سازه‌نگاری»، مطالعات اوراسیای مرکزی، س. ۷، ش. ۲.
- جوادی ارجمند، محمدجعفر، حبیب رضازاده، و سعیده حضرت‌پور، (۱۳۹۳)، «بررسی علت‌های سردی روابط ایران و جمهوری آذربایجان»، مطالعات اوراسیای مرکزی، س. ۷، ش. ۱.
- خلیلی، محسن، جهانگیر حیدری، هادی صیادی، و حسین اصغری‌ثانی، (۱۳۹۱)، «ژنوم‌های ژئوپلیتیک مؤثر در سیاست خارجی ایران و جمهوری آذربایجان»، مطالعات سیاسی جهان اسلام، س. ۱، ش. ۳.
- رایف، دانیل، استفن لیسی، و فریدریک جی. فیکو، (۱۳۹۱)، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.
- رضا، عنایت‌الله، (۱۳۶۰)، آذربایجان و اران (آلبانیای قفقاز)، تهران: ایران زمین.
- سورین، جی. ورنر، و دبلیو. جیمز تانکارد، (۱۳۹۰)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
- سیف‌الدینی، سالار، (۱۳۹۴)، چالش‌های تاریخ‌نگاری وارونه، نقدی بر مکتب تاریخ‌نگاری قفقاز، تهران: تمدن ایرانی.
- عباسی، مجید و سید محمدرضا موسوی، (۱۳۹۲)، «روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان، بسترهای همگرایی و زمینه‌های واگرایی»، مطالعات اوراسیای مرکزی، س. ۶، ش. ۲.
- کولایی، الهه و قاسم اصولی، (۱۳۹۱)، «چگونگی تغییر روابط امنیتی شده ایران و جمهوری آذربایجان»، مطالعات اوراسیای مرکزی، س. ۵، ش. ۱۰.
- لطفی‌رضایی‌گلو، توکل، (۱۳۷۲)، «پیوندهای تاریخی و روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- مجیدی، محمدرضا، و حسین صوراناری، (۱۳۹۵)، «نقش مواریت مشترک فرهنگی در همگرایی ایران و جمهوری آذربایجان»، مطالعات اوراسیای مرکزی، س. ۹، ش. ۲.
- مرکز تحقیقات صداوسیما، (۱۳۸۷)، نظرسنجی از مخاطبان سیمای آذری شبکه سحر در کشور آذربایجان، تهران: اداره کل پژوهش‌های شهرستان‌ها و خارج مرکز تحقیقات صداوسیما.
- مرکز تحقیقات صداوسیما، (۱۳۸۹)، نظرسنجی از مردم شهر باکو درباره صدای برون‌مرزی آذری، تهران: اداره کل پژوهش‌های شهرستان‌ها و خارج مرکز تحقیقات صداوسیما.

- مهدی‌زاده، سید محمد، (۱۳۹۱)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- نعلبندی، مهدی، (۱۳۸۸)، «جایگاه ایران در سازمان رسانه، فرهنگ و هنر رسمی جمهوری آذربایجان»، *مطالعات ملی*، س. ۱۰، ش. ۳.
- واحدی، الیاس، (۱۳۸۲)، *برآورد استراتژیک آذربایجان (سرزمینی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی)*، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
- واعظی، محمود، (۱۳۸۹)، *سیاست و امنیت در قفقاز*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- وحید مازندرانی، غلامعلی، (۱۳۴۱)، *راهنمای عهد و عهدنامه‌های تاریخی ایران*، تهران: ابن سینا.
- ویندال، سون و دیگران، (۱۳۷۶)، *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- Bantimaroudis, Philemon, and Eleni Kampanellou, (2007), "The Cultural Framing Hypothesis: Attributes of Cultural Alliances and Conflicts", *Press/Politics*, Vol. 12, No. 2.
- Boynton, GR, and Glenn W. Richardson Jr, (2015), "Agenda setting in the twenty-first century", *new media & society*, Vol.18, No.3.
- Kwansah-Aidoo, Kwamena, (2001), "Telling Stories: The Epistemological Value of Anecdotes in Ghanaian Communication Research", *Media, Culture and Society*, Vol. 23, No. 3.
- Lee, Gunho, (2010), "Who let priming out? Analysis of first- and second-level agenda setting effects on priming", *International Communication Gazette*, vol. 72, No.8.
- McCombs, Maxwell (2004), *Setting the agenda (the mass media and public opinion)*, Malden: Blackwell Publishing Inc.
- McCombs, Maxwell and Natalie J.Stroud, (2014), "Psychology of Agenda-Setting Effects Mapping the Paths of Information Processing", *Review of Communication Research*, vol. 2, No.1.
- Mc Combs, Maxwell, and Amy Reynolds, (2002), "News influence on our pictures of the world," In J. Bryant and D. Zillmann, (Eds), *Media effects: Advances in theory and research*, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Vreese, De Claes, (2005), "News Framing: Theory and Typology", *Information Design Journal*, Vol. 13, No. 1.
- Wanta, Wayne, Guy Golan, and Cheolhan Lee, (2004), "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 81, No. 2.
- Weaver, David H., (2007), "Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming", *Journal of Communication*, Vol. 57, No. 1.
- Zyglidopoulos, Stelios, Pavlos C. Symeou, Philemon Bantimaroudis, and Eleni Kampanellou, (2012), "Cultural Agenda Setting: Media Attributes and Public Attention of Greek Museums", *Communication Research*, Vol. 39, No. 4.