

## بررسی نقش و کارکرد مطبوعات زرتشتی ایران در همگرایی ملی

دکتر صدیقه ببران\*

حمیدرضا خواجه خباز\*\*

### چکیده

ایران همواره سرزمین تیره‌ها و تبارهای گوناگون بوده است. همه این تیره‌ها و تبارها که زبان، دین و پاره فرهنگ‌هایی گوناگونی نیز داشته‌اند، در این سرزمین در کنار هم می‌زیسته‌اند. این مسئله موضوع همگرایی ملی و انسجام اجتماعی را به یکی از دل مشغولی‌ها و اولویت‌های جامعه سیاسی ایران مبدل ساخته است. رسانه به عنوان یک نهاد اجتماعی، رابطه‌ای دو سویه با جامعه دارد. از یک سو از روندهای موجود در جامعه تأثیر می‌پذیرد و از سوی دیگر بر تحولات جامعه تأثیر می‌گذارد و ایجاد همبستگی ملی از کارکردهای این نهاد اجتماعی ناشی می‌شود. رسانه‌ها قادرند هویت گروه‌های قومی و اقلیت‌ها را چون یک دیگ مذاب در هم بیامیزند و در مقاطع بحران‌های اجتماعی با ظرافت و خلاقیت عمل کنند. بنابراین مقاله حاضر برگرفته از پژوهشی است با هدف بررسی نقش و کارکرد مطبوعات زرتشتی ایران در همگرایی ملی و با استفاده از روش دلفی (ترکیبی از مصاحبه باز و پرسشنامه) انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش در مصاحبه باز شامل 15 نفر از اساتید و کارشناسان مطبوعات و در پرسشنامه نیز شامل 30 نفر از روزنامه نگاران زرتشتی به صورت تمام شمار بوده است.

نتایج به دست آمده از این پژوهش عبارتند از:

- فعالیت مطبوعاتی زرتشتیان در راستای ایجاد همگرایی ملی بوده است.
  - مطبوعات زرتشتی نتوانسته‌اند با تحلیل‌ها و تفسیرهای مطبوعاتی در حفظ منافع ملی گام بردارند.
  - مطبوعات زرتشتی نتوانسته‌اند مخاطبان خود را به خوبی بشناسند و از نیازهای آنان با خبر شوند.
  - مطبوعات زرتشتی تاحدودی از تکنیک‌های روزنامه‌نگاری و به طور کل، دانش روزنامه‌نگاری و نیروهای متخصص بهره‌مند بوده‌اند.
  - مطبوعات زرتشتی در طول تاریخ دچار پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک شده‌اند.
- واژگان کلیدی:** مطبوعات، مطبوعات زرتشتی، کارکرد مطبوعات، همگرایی ملی.

## مقدمه

یکی از محورهای اصلی مطالعات جامعه‌شناسان وسایل ارتباط جمعی (رسانه‌های گروهی)، بررسی آثار و کارکرد این وسایل، در دو سطح خرد و کلان است.

در مورد تأثیر رسانه‌های گروهی بر زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها به طور عمده سه نظریه‌ی جامعه‌شناختی وجود دارد که عبارتند از:

1. برخی عقیده دارند، میزان تأثیر گذاری رسانه بر زندگی انسان نامحدود است.
2. گروهی دیگر نیز کارکرد رسانه‌های گروهی را بی تأثیر می‌دانند.
3. عده‌ای معتقدند که تأثیر رسانه‌های گروهی مشروط است و میزان تأثیر گذاری آن را در محدوده‌ی شرایط محیطی ارزیابی می‌کنند.

البته دیدگاهی افراطی در برخورد با رسانه‌های گروهی نیز مطرح است که از زمینه‌ی خاص فکری و تجربه‌های اجتماعی ویژه منشعب می‌شود. برخی بر این باورند که وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه را برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند. نسلی که با نسل‌های پیشین بسیار متفاوت است. از آن چه گفته شد وسایل ارتباط جمعی می‌توانند اثرات چشمگیری بر جامعه به جا بگذارند، اما این آثار چنین نیست که هیچ محدودیتی نشانسد، یا هیچ اعتنایی را شایسته بدانند.

باید دید حدود تأثیر این وسایل چیست و در چه شرایطی این تأثیرات شامل محدودیت شده یا تقویت شدنی هستند؟ اما آن چه بدیهی به نظر می‌رسد، این است که به دور از آثار مثبت و منفی این کار باید اذعان داشت، پیدایش دگرگونی‌های اجتماعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی از مواردی است که در نتیجه‌ی کارکرد رسانه‌ها محقق می‌شود. از سوی دیگر این وسایل در فرایند تهاجم فرهنگی و مقابله با آن، جنگ روانی، استعمار ملت‌ها در امر باز سازی و دستیابی به توسعه یافتگی، تحقق هدف‌های آموزشی به سرگرمی و غیره کاربرد مؤثری دارند.

امروزه در عصر انفجار اطلاعات، دیگر این حقیقت به خوبی اثبات شده است که از نظر کارکردهای آموزشی، رسانه‌ها نقش قابل ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل و انسان‌ها دارا هستند.

با مراعات و لحاظ کردن جنبه‌های مثبت و منفی کارکرد رسانه‌های گروهی، این پدیده می‌تواند از یک سو سبب وحدت، همبستگی و وفاق ملی شود و از سوی دیگر حکومت‌ها می‌توانند از این پدیده در ایجاد همگونی، جهت‌دهی افکار عمومی و هماهنگ سازی نظر توده‌ی مردم و جامعه نسبت به نظام سیاسی و کارکردهای آن استفاده کنند.

از این رو در نظام‌های استکباری، رادیو، تلویزیون و مطبوعات، ابزاری قوی و مؤثر برای بیعت گرفتن از مردم و جامعه محسوب می‌شوند تا جاییکه از مطبوعات به عنوان مهم‌ترین و بارزترین وسیله ارتباط جمعی، با لقب «رکن چهارم دموکراسی» یاد شده است.

## بیان مساله

همگرایی و اتحاد، شرط استقلال واقعی کشور است. امروزه نیز انسجام ملی به عنوان یکی از انواع پدافند غیر عامل (دفاع غیر نظامی) برای کشورها محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، ملتی که دارای اتحاد ملی و انسجام باشد در مقابل هجوم نظامی بیگانگان قوی‌تر بوده و همین موجب نوعی ایمنی و بیمه شدن کشور در مقابل تجاوزهای خارجی محسوب می‌شود. از طرف دیگر، استفاده از فرصت‌ها و زمینه‌هایی که می‌تواند این حالت را ایجاد کرده و توسعه دهد به منظور افزایش انسجام و اتحاد ملی در کشور از ضرورت‌ها به حساب می‌آید.

در حالی که وفاق، وحدت، یکپارچگی و انسجام اجتماعی، مفاهیمی بارشده‌های تاریخی چند هزار ساله و به قدمت حیات اجتماعی بشر هستند، همبستگی ملی در مفهوم عام، محصول کارکرد و تعامل متناسب مردم، دولت و نهادهای اجتماعی است.

حذف و بدکار کردن هر یک از نهادها، به کل همبستگی ملی خلل وارد می‌کند و باعث ایجاد مانع در راه توسعه می‌شود. در نتیجه تقویت نهادهای اجتماعی در جهان جهانی شده به عنوان اساس همگرایی ملی، کارایی بهتری در مسیر توسعه و پیشرفت خواهد داشت.

در ضمن مطبوعات از چنان جایگاهی برخوردارند که در امر مهمی هم چون فرهنگ؛ جریان ساز هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند.

امروزه، مطبوعات به عنوان یک ابزار اطلاعاتی مهم در تاروپود زندگی مردم جای گرفته و با وجود گسترش وسایل ارتباط جمعی پیشرفته از قبیل رسانه های صوتی و تصویری و رایانه‌ای، همچنان جایگاه خود را حفظ کرده‌اند. این رسانه‌ی همگانی به عنوان ظرفیتی مثبت در جامعه محسوب شده و نقش‌هایی از جمله حفظ وحدت ملی، کاهش ستیزه‌های قومی و نژادی و ایجاد اتحاد و همبستگی میان مردم را برعهده می‌گیرد. متفکرانی چون فردیناند تونیس<sup>۱</sup> با مثبت خواندن نقش مطبوعات در فرآیند دولت - ملت سازی، استقرار همگرایی و وحدت ملی، بر فرآیند رو به کاهش ستیزه‌های قومی تاکید کرده است. با این وجود، مطبوعات اقلیت‌های دینی گاهی کارکردی عکس حالت یاد شده دارند که در نهایت به افزایش ستیزه‌های قومی منجر می‌شود.

با توجه به سابقه دیرینه‌ی این اقلیت مذهبی در ایران، بررسی نشریات این جامعه از اهمیت ویژه‌ای — به خصوص میزان تاثیر آنها در همگرایی ملی — برخوردار است.

این تحقیق قصد دارد تا مطبوعات جامعه زرتشتی را مورد بررسی و کنکاش قرار داده و کارکرد آن‌ها را در جامعه ایران در جهت ایجاد همگرایی ملی و منافع ملی مورد بررسی قرار دهد.

جامعه زرتشتیان ایران را در یک کلام می‌توان این چنین توصیف کرد: جامعه‌ای متخصص؛ جامعه‌ی متخصصی که متأسفانه به فرهنگ و تاریخ معاصر خود آنچنان که باید و قوف ندارد. در عین حال بیش از هر جامعه دیگری در ایران، فرهنگ مکتوب در آن رسوخ کرده و مطبوعات در آن شکل گرفته است. زرتشتیان از سالها پیش همراه با دیگر ایرانیان در امر توسعه مطبوعات فعالیت کرده‌اند. هرچند زرتشتیان در داشتن نشریات خاص خود آزادی عمل بیشتری احساس کرده‌اند تا مطبوعاتی با گستره پخش همگانی. هر چند طبق قانون اساسی ایران، زرتشتیان هم پایه با یهودیها و مسیحیان به عنوان ادیان رسمی در کنار دین مبین اسلام معرفی شده‌اند.

زرتشتیان با توجه به ویژگی‌های خاص دین خود که دینی ایرانی است بر خلاف قومیت‌ها که ناخود آگاه بر طبل شوونیسم<sup>۲</sup> می‌کوبند تاکید بر محوریت ایران و ایران زمین دارند و از ایران بزرگ به احترام یاد می‌کنند. با عنایت به تمکن مالی قوی، سطح بالای تحصیل و تخصص در بین پیروان این اقلیت دینی به ضعف‌ها و قوت‌های نشریات این اقلیت دینی می‌پردازیم.

### چارچوب نظری

در این مقاله، با توجه به موضوع مورد پژوهش، از سه نظریه پلورالیسم<sup>۱</sup> یا تکثر رسانه‌ها در مقابل نظریه سلطه رسانه‌ها، نظریه تمایلات گریز از مرکز در برابر نظریات متمایل به مرکز رسانه‌ها و نظریه ماریپیچ سکوت<sup>۲</sup>، به عنوان نظریه‌های اصلی تحقیق استفاده شده است.

<sup>۱</sup> . Ferdinand Tonnies

<sup>۲</sup> . Chauvinism

اصل تکثر رسانه‌ای شامل دو دیدگاه است. یک دیدگاه، تکثر را مستلزم برخورد کاملاً برابر با گروه‌های مختلف دانسته و به‌طور مثال ساعات مساوی برای پخش نظرات کلیه اقلیت‌های مذهبی، قومی و زبانی و کلیه گروه‌های مخالف را طلب می‌کند. دیدگاه دیگر، تکثر را مستلزم انصاف دانسته و معتقد است رسانه‌ها باید به‌طور متناسب آنچه را در جامعه می‌گذرد (اعم از مسائل گروه‌های اجتماعی، عقاید سیاسی و ...) را منعکس و نیازهای (تمام) مخاطبین را برآورده سازند. به‌طور خلاصه، محتوای رسانه، متناسب با مخاطبان گوناگون، تنوع داشته باشد (رضی و آشنا، 1376: 235).

نظریه کثرت‌گرا، رسانه را در ارتباط با خواست‌ها و تقاضاهای گروه‌های مختلف و پراکنده اجتماعی که دارای منافع و دیدگاه‌های متفاوت هستند، پاسخگو دانسته و معتقد به چندگانگی منابع و تنوع پیام‌ها براساس منافع همگان است و حق دسترسی تمامی گروه‌ها حتی گروه‌های منفرد و جانبی جامعه به رسانه‌ها را محترم می‌شمارد. آن چنان که هر فرد آزادانه دست به انتخاب درست پیام می‌زند بدون آن که منافع همگان و اقلیت‌ها متوجه ضرری شود (مهرداد، 1380: 65). بر طبق قانون مطبوعات، اقلیت‌های دینی ایرانی در صورتی می‌توانند تقاضای صدور پروانه‌ی انتشار نشریه کنند که اجازه فعالیت قانونی را دارا باشند. سه اقلیت دینی یهودی، مسیحی و زرتشتی بر طبق قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به رسمیت شناخته شده و فعالیت مطبوعاتی آنها بلامانع است. بنابراین زرتشتیان به عنوان یک اقلیت مذهبی در ایران حق انتشار نظرات خود را دارند ولی این که تا چه حد این حق به رسمیت شناخته می‌شود از موضوعات پرداخته شده در این پژوهش خواهد بود.

نظریه تمایلات گریز از مرکز در برابر نظریات متمایل به مرکز رسانه‌ها، دو دیدگاه متفاوت را درباره نقش رسانه‌ها در جامعه به نمایش می‌گذارد. نظریه تمایل گریز از مرکز، بر موضوعاتی چون تحول، آزادی، تنوع، اختلاف و پراکندگی تأکید دارد و در مقابل، نظریه تمایل به مرکز، بر مسائلی چون نظم، کنترل، وحدت و همبستگی ناشی از اثر رسانه‌ها بر جامعه اصرار می‌ورزد (مک‌کوایل، 1385: 135). هدف اصلی این پژوهش، بررسی نقش مطبوعات زرتشتی ایران در همگرایی ملی بوده و در پی پاسخگویی به این سوال است که آیا مطبوعات زرتشتی به عنوان نشریات اقلیت توانسته‌اند در ایجاد وحدت و همبستگی در جامعه گام بردارند؟

بر طبق نظریه ماریپیچ سکوت، زمانی که همگان درباره یک واقعه به طور مشابه نظر بدهند، انتخاب دیگری وجود نخواهد داشت. در نتیجه این تصور حاصل می‌شود که اکثر مردم به واقعه یا موضوع مورد نظر همانگونه می‌اندیشند که رسانه‌ها مطرح کرده‌اند. عامل دیگر که در اینجا پر رنگ می‌شود همان حرکت ماریپیچی سکوت است که مردم در مورد یک موضوع داغ علاقه‌مندند بدانند نظر دیگران چیست؟ اگر نظر آنها در اقلیت است سکوت می‌کنند و هر اندازه احساس نمایند که دیدگاه شخصی‌شان هنوز مطرح نشده، همچنان به سکوت خود ادامه می‌دهند. چنانچه دیده شده است، اقلیت‌ها در ابراز خود از این تئوری بسیار پیروی می‌کنند (مهرداد، 1380: 166). بنابراین در این پژوهش سعی داریم بدانیم که آیا مطبوعات زرتشتی به عنوان نشریات اقلیت توانسته‌اند عقیده‌ها و نظرهای خود را مطرح کنند؟ یا این که به علت محدودیت‌ها و موانع در فضای سکوت قرار گرفته و خود را سانسور کرده‌اند؟

### همگرایی ملی<sup>۳</sup>

منظور از همگرایی ملی، هماهنگی میان اجزای تشکیل دهنده کل نظام اجتماعی است. در جوامع سنتی، پیوندهای گوناگونی از قبیله تا مذهب و حکومت موجب همبستگی جامعه می‌شد اما در عصر جدید، نوسازی و تحولات صنعتی، میان اجزای متجانس و همگون قدیم، ناهماهنگی به وجود آورده است.

<sup>1</sup> . Media pluralism

<sup>2</sup> . Spiral of silence theory

<sup>3</sup> . national Convergence

از این رو مسئله حفظ همبستگی در سطح فرهنگی، اجتماعی و ملی یکی از موضوعات اصلی مورد علاقه در جوامع و نظام‌های در حال گذار است. روند نوسازی و صنعتی شدن به فروپاشی پیوندهای سنتی می‌انجامد ولی از سوی دیگر پیوندهای مدرن به سهولت استقرار نمی‌یابند. در چنین شرایطی است که سیاست گذاری برای حفظ همبستگی، اولویت می‌یابد (اسکیدمور، 1372: 22).

همبستگی وجوه گوناگونی دارد و در سطوح فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مطرح می‌شود. به علاوه همبستگی مفهومی نسبی است و درجات مختلفی از آن در حوزه‌های مختلف قابل تصور است. همبستگی اجتماعی در مفهوم بسیار اساسی و حداقل آن هیچ‌گاه از میان نمی‌رود و جز در شرایطی بسیار استثنایی، وضع هابزی جنگ همه بر علیه همه پدید نمی‌آید. از سوی دیگر همبستگی کامل به معنای فقدان هرگونه ناهماهنگی در نظام اجتماعی در عالم واقع رخ نمی‌دهد. بنابراین می‌توان حدودی نسبی برای سنجش همبستگی جوامع و نظام‌های اجتماعی در نظر گرفت، یعنی می‌توان از درجات بالاتر و پائین تر همبستگی سخن گفت و عوامل نوسان در این درجات را بررسی کرد (چلبی، 1375: 318). برخی از صاحب‌نظران از چهار نوع همبستگی سخن گفته‌اند: همبستگی فرهنگی؛ یعنی اشتراک کلی در ارزش‌ها، همبستگی هنجاری؛ یعنی هماهنگی میان ارزش‌های فرهنگی و شیوه‌های رفتار، همبستگی ارتباطی؛ یعنی گسترش ارتباطات در کل سیستم اجتماعی و همبستگی کارکردی؛ یعنی وابستگی متقابل اجزای نظام یا عدم تغایر میان آنها. همبستگی ملی مستلزم هر چهار نوع است اما در سطح سیاسی‌تر؛ سه نوع آخر از اهمیت بیشتری برخوردارند. نظریه کلاسیک در باب همبستگی همان نظریه امیل دورکیم<sup>1</sup>، جامعه شناس فرانسوی است که از دو نوع همبستگی در فرآیند تحول جوامع سخن گفته است. یکی همبستگی ابزار گونه یا همبستگی ارزشی، فرهنگی و هنجاری که ویژگی جوامع سنتی‌تر است و دوم همبستگی اندام‌وار که همبستگی کارکردی میان اجزاء نظام اجتماعی است (دورکیم، 1369: 90). جوامع سنتی بر پایه اصل شباهت استوارند، اما هر چه مدرن‌تر می‌شوند شباهت جای خود را به تفاوت می‌دهد. در جوامع سنتی اجزاء به واسطه ارزش‌ها و عقاید مشترک و یکسانی همبستگی، تداوم پیدا می‌کنند که به نظر دورکیم وجدان جمعی را تشکیل می‌دهد. البته هیچ جامعه‌ای بر شباهت کامل یا تفاوتی مطلق استوار نیست، بلکه منظور دورکیم، عرضه‌ی انواع مثالی جوامع است.

همبستگی اندام‌وار در جوامع پیشرفته تر مبتنی بر وابستگی متقابل اجزاء به صورت کارکردی است. با گسترش تقسیم کار اجتماعی، نوع همبستگی و روابط اجتماعی و اخلاقی مردم تحول می‌یابد. بنابراین در جوامع مدرن باید انتظار نوع دیگری از همبستگی را داشت که با همبستگی مبتنی بر شباهت سنتی اساساً تفاوت دارد. در جوامع در حال گذار مانند ایران باید برای احیای همبستگی در مفهوم مدرن و کارکردی آن اندیشید.

هر چه تمدن و فرهنگ پیش‌تر می‌رود ضرورت ایجاد همبستگی کارکردی و اندام‌وار افزایش می‌یابد. در جوامع پیشرفته‌تر حفظ همبستگی سنتی معمولاً مستلزم توسل به قوانین سرکوبگرانه و یکسان ساز است در حالی که با گسترش همبستگی اندام‌وار، چنین قوانینی جای خود را به قوانین ضامن حقوق فردی و جمعی می‌دهد. همبستگی اندام‌وار و کارکردی عمدتاً در میان نقش‌ها و گروه‌ها رخ می‌دهد، در حالی که همبستگی اندام‌وار و فرهنگی میان عناصر فرهنگی و عقیدتی برقرار می‌شود (دورکیم، 1369: 92-106).

## مطبوعات و همگرایی ملی

ایجاد همبستگی ملی یکی از کارکردهای رسانه محسوب می‌شود، که عبارتند از:  
1. ایجاد روح جمعی و خود آگاهی ملی؛

<sup>1</sup> . David Émile Durkheim

2. هماهنگ سازی هنجارهای اجتماعی؛

3. یکپارچه سازی فرهنگی؛

4. تقویت روند جامعه پذیری و اجتماعی شدن؛

5. ترسیم چشم انداز و ایده آل های مشترک.

رسانه های همگانی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و...) و عملکرد آنها در سطح عمومی جامعه، آثار مثبتی به همراه دارد و شناخت واقعی و عینی نقش ها و تاثیرگذاری های مطبوعات و سبب بیداری افکار عمومی و جلب توجه هر چه بیشتر مردم به بهبود شرایط زندگی دسته جمعی می شود و علاقه آنان را به مشارکت در امور مملکتی و کمک به پیشرفت برنامه های توسعه در سطح ملی و حفظ استقلال کشور در سطح بین المللی افزایش می دهد.

رسانه ها در ایجاد همبستگی میان افراد پراکنده و متفرق و در درون مخاطبان گسترده؛ ارزش ها، ایده ها، اطلاعات و ذهنیات و تصاویر مشترکی را درباره جهان و محیط اطراف به آنان منتقل و از این راه به یکپارچگی اجتماعی کمک می کنند. یکی از محققان وسایل ارتباط جمعی - مک کورمک<sup>1</sup> - معتقد است: دوکارکردی که رسانه ها در جوامع مدرن انجام می دهند یکپارچگی و جامعه پذیری است. آنها از تجربه های پراکنده و متفرق، یک تصویر جامع ارائه می دهند. از نظر وی شواهدی وجود دارد که رسانه ها قادرند هویت گروه های قومی و اقلیت ها را چون یک دیگ مذاب در هم آمیخته و در مقطع بحران های اجتماعی با ظرافت و خلاقیت عمل کنند. حجم قابل توجهی از ادبیاتی که درباره «نوسازی»<sup>2</sup> توسعه و «ملت سازی»<sup>3</sup> در سال های پس از جنگ جهانی دوم نوشته شده است، تاکید فراوانی را بر نقش کمک کننده ی رسانه ها در ایجاد یک هویت ملی از میان هویت های قومی - فرهنگی دارد. وی معتقد است؛ رسانه های همگانی دارای این توانایی هستند که در اقلیت های اجتماعی از طریق تلفیق بسیاری از خصوصیات ارزشی و اعتقادی آنان، ترکیبی از هویت واحد به وجود آورند که عامل مهمی در فرآیند «ملت سازی» و حذف بحران های قومی به شمار می رود (ساروخانی، 1385: 109).

متفکران دیگری چون «فردیناند تونیس»<sup>4</sup> و دیگران، با مثبت خواندن نقش مطبوعات در فرآیند دولت - ملت سازی، به استقرار همگرایی و وحدت ملی بر فرآیند رو به کاهش ستیزه های قومی تاکید کرده اند. از دیگر نقش هایی که محققان رسانه های همگانی برای مطبوعات در نظر گرفته اند می توان به نقش این وسیله ی ارتباط جمعی در تهیه امکانات ایجاد همبستگی میان افراد و گروه ها، توسعه ملی و همه جانبه کشور، همبستگی اجتماعی، افزایش انسجام اجتماعی، جلوگیری از تهدید ثبات اجتماعی، تقویت ارزش های اجتماعی و حفظ اتفاق آرا نام برد (همان: 126).

کارل دوئیچ<sup>5</sup> یکی دیگر از پژوهشگران حوزه ارتباطات سیاسی نیز ارتباطات مجموعه وسایل ارتباط جمعی شامل مطبوعات و... را موجب همگرایی سیاسی میان جوامع و درون جوامع می داند و بر این باور است که نیازها و همکاری های متقابل جوامع در جهان معاصر در نهایت منجر به «همگرایی و وحدت جهانی» خواهد شد. وی همسازی گروه های مختلف اجتماعی و همبستگی ملی و بین المللی را از کار ویژه های نظام ارتباطات می داند. (W.Deutch, 1953)

دوئیچ در کتاب «ملی گرایی و ارتباطات اجتماعی»<sup>6</sup> معتقد است همان گونه که ارتباطات از راه های مختلف نظیر آگاهی دادن، نفوذ در دیدگاه ها و تغییر ایستارها و طرز تلقی ها، موجب بروز ملی گرایی و کاهش مناقشات قومی و نژادی و فرهنگی می شود، ادامه این روند نیز موجب همبستگی و پیوند نزدیک تر جوامع در سطح جهان خواهد شد (همان: 1953).

1. Mc Cormack

2. Modernization

3. Nation-Building

4. Ferdinand Tonnies

5. Carl Deutch

6. Nationalism and Sochal Communication

دکتر باقر ساروخانی جامعه شناس ایرانی در کتاب جامعه شناسی ارتباطات در زمینه تحقق پذیری وحدت ملی از طریق وسایل ارتباط جمعی آورده است: با خواندن روزنامه احساس می‌کنیم ما هم حلقه‌یی از زنجیر جامعه‌ایم. پس وسیله ارتباطی همچون پلی بین افراد جامعه عمل می‌کند و آنان را از تعلق شان به یک کل آگاه می‌سازد. حادثه خاصی که در گوشه‌یی دورافتاده مطرح می‌شود، تنها یک حادثه نیست، بلکه زمینه اشتراک منافع ما با دیگر افراد جامعه است.

علاوه بر این، مطالعات مختلف نشان می‌دهد هر قدر مطالعه روزنامه، شنیدن رادیو و تلویزیون کاهش می‌یابد به همان نسبت نیز مشارکت اجتماعی به عنوان شاخصی از احساس تعلق به جامعه کاهش می‌یابد. وسایل ارتباط جمعی در مرحله اول برخورد خود با جامعه به امحای تک افتاده‌ها، قبایل جدا از یکدیگر و در نهایت ایجاد وحدت و افزایش بعد فرهنگی در مدیریت سیاسی جامعه منتهی خواهد شد (ساروخانی، 1385: 117).

این امر موجب می‌شود وحدت ملی بهتر تحقق پذیرد و آگاهی از تعلق انسان‌ها به یک کل (جامعه) صورت پذیر شود و آرام آرام فرهنگی کلی در جامعه شکل بگیرد و انسان‌ها از دیدگاه‌های مختلف با یکدیگر تشابه فکری و حتی ظاهری یابند. فعالیت رسانه‌های همگانی در جامعه بر اساس رویکرد ساختاری و کارکردی نیز - که همه رخدادهای فعالیت‌های نهادینه شده را بر اساس نیازهای جامعه توجیه می‌کند - رفع نیازهایی چون «دوام»، «نظم»، «یکپارچگی»، «انگیزه»، «هدایت» و «سازگاری» است. رسانه‌های همگانی بر اساس این رویکرد، بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازند و از این طریق، نظم و یکپارچگی درونی نظام را تضمین کرده و ظرفیت پاسخگویی آن را در بحران‌ها و بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهد (محمد حسینی، 1388).

در میان عواملی که به روش نرم افزارانه بر امنیت ملی تأثیر می‌گذارد عملکرد رسانه‌ها به طور اعم، و مطبوعات به طور اخص از برجستگی خاصی برخوردار است. البته مطبوعات و عملکرد آنها می‌تواند بر ضریب امنیت ملی هم تأثیر مثبت و ایجابی و هم تأثیر منفی و سلبی داشته باشد.

امروزه طیفی از عناصر قدرت ملی کشورها را عوامل ذهنی و غیر ملموس مانند، ایدئولوژی و روحیه ملی تشکیل می‌دهد و ضریب امنیت ملی کشور هم، به طور معمول با توجه به میزان همراهی شهروندان با نظام سیاسی، متفاوت است. بنابراین مطبوعات آزاد می‌توانند با جلب حمایت افکار عمومی آن را در راستای اهداف ملی و حفظ امنیت ملی شکل داده و هدایت کنند. به هر تقدیر به نظر می‌رسد، رابطه آزادی مطبوعات و امنیت ملی، به مثابه دو روی سکه است. یعنی در عین حال که خارج شدن مطبوعات از حدود آزادی می‌تواند با برهم زدن انسجام و ثبات ملی، زمینه‌ی به خطر افتادن امنیت ملی را مهیا کند، می‌تواند تأثیرات مفید و مثبتی نیز در بالا بردن ضریب امنیت ملی داشته باشد (علوی، 1386: 31).

از دیگر جنبه‌های تأثیرگذاری مطبوعات بر امنیت ملی، تأثیر آن از طریق تحکیم یا تضعیف وفاق و وحدت ملی است. نظام سیاسی یک سیستم تا زمانی می‌تواند به عمر مؤثر خود ادامه دهد که تمام عناصر و اجزای آن در نوعی تعامل مثبت و وفاق آمیز با یکدیگر به سر برند و هر نوع برهم خوردن این هماهنگی به منزله نوعی ناکارکردی در آن سیستم تلقی شده و باعث به خطر افتادن تداوم و بقای آن می‌شود.

با این نگرش می‌توان به سادگی به اهمیت و ضرورت وجود وحدت و همگرایی در درون یک نظام سیاسی پی برد. البته نظام‌های سیاسی را نمی‌توان به این صورت به عنوان یک سیستم مکانیکی در نظر گرفت؛ چرا که این گونه نظام‌ها قادر هستند، تا حدودی ناکارآمدی‌های درونی را تحمل کنند. اما موضوع، ضرورت وجود میزان وحدت و همگرایی در درون جامعه است. در یک جامعه رقابت‌آمیز، به طور معمول نیروهای موجود، به جای صرف توان خود برای سازندگی و توسعه و مواجهه با مشکلات عمومی، نیروی خود را برای خنثی کردن یکدیگر به کار می‌برند و میزان زیادی از توان خود را از این طریق، به هدر می‌دهند. علاوه بر این، امروزه وحدت ملی یکی از عوامل قدرت ملی کشورها در سطح بین‌المللی محسوب می‌شود و رابطه مستقیمی میان وحدت ملی و قدرت ملی و نیز میان این دو، با مفهوم امنیت ملی وجود دارد؛ به این معنا

که با بالا رفتن ضریب وحدت ملی، قدرت ملی افزایش می‌یابد و با افزایش قدرت ملی، ضریب امنیت ملی افزوده می‌گردد (بلیک و همکاران، 1383: 61-65)؛ حال اگر مطبوعات زمینه وحدت و همگرایی جامعه را ایجاد کنند، دارای کارکردهای مثبت و ایجابی و باعث تداوم امنیت ملی هستند. اما اگر اصل را بر تنازع، مجادله و برهم زدن انسجام ملی بگذارند، یکی از اساسی‌ترین شروط تحکیم امنیت ملی؛ یعنی وحدت ملی را به خطر انداخته‌اند. برای مثال؛ به طور معمول در زمان بروز جنگ‌ها؛ مطبوعات و رسانه‌ها، برای عینی شدن مقوله‌ی تهدیدات امنیتی، از پرداختن به مطالب چالش‌زا و برهم زننده وفاق ملی، پرهیز می‌کنند و این امر، نشان دهنده این موضوع است، که مطبوعات از طریق تأثیرگذاری بر میزان وحدت ملی؛ بر افزایش یا کاهش قدرت ملی و نهایتاً میزان ضریب امنیت ملی تأثیر می‌گذارند.

از دیگر جنبه‌های تأثیرگذاری مطبوعات بر مسأله امنیت ملی؛ جلب مشارکت و یا برعکس، ایجاد بی‌تفاوتی و بی‌حسی سیاسی در بین شهروندان است. به این معنی که مطبوعات می‌توانند با اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع، زمینه مشارکت عامه را در عرصه تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی آماده کنند و به ایفای نقشی مثبت در تقویت مسئولیت‌پذیری عمومی بپردازند. این نقش مطبوعات در جلب مشارکت مردم، زمانی از اهمیت بالایی برخوردار می‌شود که این واقعیت در نظر گرفته شود؛ اصولاً مشارکت همگانی مردم یکی از مؤلفه‌های تقویت امنیت ملی است؛ چرا که مشارکت در امور سبب تقویت مسئولیت‌پذیری فرد فرد شهروندان شده و همین مسئولیت‌پذیری همگانی، یکی از بهترین پشتوانه‌ها در مواجهه با تهدیدات امنیتی خواهد بود. اما این سکه روی دیگری نیز دارد و آن اینکه؛ ممکن است در اثر عملکرد مطبوعات، نوعی بی‌تفاوتی عمومی نسبت به سرنوشت اجتماعی در بین آحاد یک جامعه به وجود آید و همین بی‌تفاوتی و عدم حضور در صحنه، کشورها را در مواجهه با تهدیدات امنیتی آسیب‌پذیر کند (پالترز، 1380: 371-379).

اطلاع‌رسانی و تبلیغات دو مسئولیت اساسی مطبوعات است. اگر در درون حیات فرهنگی و براساس نظام ارزشی جامعه حرکت کند، حمایت فطری عمومی را با خود به همراه دارد و اگر بخواهد به ستیز با ارزش‌های جامعه و نظام ارزشی آن بپردازد و یا درصدد فرهنگ‌سازی با معیارهای ضد ارزشی باشد، اولین ضربه را، خود، به خود خواهد زد در حالی که می‌تواند صدمات زیادی را نیز متوجه جامعه کند. پس برای اینکه این خطر به وجود نیاید، شناخت ارزش‌های فرهنگی و حفظ آنها از اهمیت کلیدی برخوردار است» (علوی، 1386: 48). بنابراین مطبوعات می‌توانند از طریق حفظ و یا نادیده گرفتن ارزش‌ها و اصول اعتقادی مورد احترام یک جامعه، بر امنیت ملی آن کشور تأثیر بگذارند و در این زمینه هم نقشی مثبت و کارکردی و هم نقش منفی داشته باشند.

امروزه یکی از مؤلفه‌های قدرت ملی کشورها، میزان پای بندی آنها به ارزش‌های کهن ملی و اعتقادات دینی و سنتی است. اصولاً حفظ این ارزش‌هاست که شکل روابط کشورها با یکدیگر را معین می‌کند. ارزش‌های ملی به عنوان عناصری مشترک در بین فرد فرد آحاد یک جامعه، یکی از مهمترین عوامل پیوند و همبستگی آن ملت به شمار می‌روند و حفظ همین ارزش‌ها، قادر است تا انگیزه محکمی برای بسیج عمومی؛ جهت مقابله با تهدیدات امنیتی به حساب آید (علوی، 1386: 5).

آنچه تک تک افراد جامعه را در زمان جنگ مشتاق به شرکت در آن می‌کند، ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی است. حال این ارزش‌های فرهنگی، به عنوان سمبل‌های هویت ملی؛ ممکن است در مقاطعی از طریق ابزارهایی تقویت و یا سست شوند؛ یکی از این ابزارها مطبوعات است.

مطبوعات با تقویت و تحکیم این ارزش‌های ملی و سنتی که شکل دهنده هویت ملی هستند، نه تنها می‌توانند زمینه همگرایی، انسجام و حضور عمومی و همگانی آحاد جامعه را در مواجهه با تهدیدات امنیتی تقویت کنند، بلکه قادر به ارائه نقشی منفی و سلبی در این زمینه نیز هستند.

بخش عمده‌ی تأثیر مطبوعات بر امنیت ملی، در آشکار بودن یا عدم صراحت رسالت آن نهفته است. بدین معنی که اگر مطبوعات حوزه کاری خود را اطلاع‌رسانی دقیق، تنویر افکار عمومی و کمک به گردش سالم و آزاد اطلاعات قرار دهند، توانسته‌اند تا حدودی به رسالت واقعی خویش عمل کنند (رضایی، 1384: 62).



## اقلیت ها و مطبوعات

روح کلی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بر این نکته دلالت دارد که حقوق و آزادی‌های اساسی برای کلیه شهروندان و اتباع ایرانی در نظر گرفته شده و آنان بدون توجه به وابستگی قومی، نژادی، زبانی و حتی مذهبی در برخورداری از حقوق و آزادی‌های اساسی با هم مساوی اند (مهرپور، 1389).

همچنین بر طبق ماده 14 آیین نامه اجرایی قانون مطبوعات؛ احزاب، سازمان‌ها و جمعیت‌های سیاسی و اقلیت‌های دینی ایرانی در صورتی می‌توانند تقاضای صدور پروانه انتشار نشریه کنند که اجازه فعالیت قانونی را دارا باشند. در ادامه و تبصره آن آمده است که: منظور از گروه‌های غیر قانونی گروه‌هایی هستند که از طریق وزارت کشور رسماً غیر قانونی اعلام شده باشد (قانون مطبوعات، 1384).

بنابراین سه اقلیت دینی یهودی، مسیحی و زرتشتی بر طبق قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به رسمیت شناخته شده و فعالیت مطبوعاتی آنها بلامانع است.

براساس بند 19 قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی هنری و تبلیغاتی اقلیت‌های دینی رسمی شناخته شده در قانون اساسی یعنی سه اقلیت دینی زرتشتی، مسیحی و یهودی بر عهده اداره اقلیت‌های دینی وزارت ارشاد است.

این اداره متولی هماهنگی و نظارت بر کلیه گردهمایی‌ها و مراسمی است که در مراکز اقلیت‌های دینی یا سالن‌های عمومی انجام می‌شود و نیاز به یک سری هماهنگی با ارگان‌ها و دستگاه‌های دیگر دارد. جشن‌ها، اعیاد ملی، قومی و مذهبی که با شرایط ویژه‌ای در سالن‌های اختصاصی اقلیت‌های دینی یا سالن‌های عمومی برگزار می‌شود از این جنس هستند (هفته نامه امرداد، شماره 8، 1381).

در جامعه مطبوعاتی ایران نشریات اقلیت‌های دینی، هم‌پا با جراید مسلمانان، حضور مؤثری داشته‌اند. عمر نخستین نشریه اقلیت‌ها به اندازه عمر تاریخ روزنامه‌نگاری در ایران است. اولین اقلیتی که در ایران دست به انتشار نشریه زده‌اند آشوریان بوده‌اند. زاهر یرادی‌باهر (پرتو روشنایی) به‌زبان آشوری بود که در ارومیه چاپ می‌شد و دومین روزنامه ایران، پس از کاغذ اخبار، و نخستین روزنامه محلی به‌شمار می‌رفت. این نشریه دینی و اجتماعی را پروتستان‌های ارومیه با نظارت مبلغان امریکایی، برای آشوری‌های ارومیه، به‌طور ماهانه، در 15 ذیحجه/ نوامبر 1849 منتشر کردند و انتشار آن 69 سال، یعنی تا حدود سال 1336/ 1918، ادامه یافت (گورگیز، 1376: 466-471). نشریات آشوری هر چند نخستین جراید اقلیت‌های دینی در ایران بود، به تدریج دچار رکود شد چنان که در حال حاضر فقط یک نشریه آشوری، با نام پیام آشوریان، به سه زبان آشوری، فارسی، انگلیسی، به مدیریت آلبرت کوچوئی، در تهران منتشر می‌شود.

ارمنیان دومین گروه از اقلیت‌های دینی بودند که در دوره ناصری وارد عرصه مطبوعات شدند. گفتنی است که سابقه انتشار نخستین نشریه ارمنیان ایران، با نام آزدآرار (خبر رسان)، به حدود 1794/1208 برمی‌گردد که به همت یک ایرانی به نام هاروطون شمادینان، در شهر مدرس هندوستان به چاپ رسید (لازاریان، 1381: 183؛ رائین، 1358: 171؛ براون، 1983: 30) که البته برخی دیگر از محققان محل نشر آن را در تبریز ذکر کرده‌اند و با آنکه زمان انتشار آن بیش از دو سال نبود، سرآغازی برای نشریات ارمنی زبان در جهان به شمار می‌آمد.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، هشت نشریه جدید ارمنی منتشر شد. از میان آنها، پیونیک (ققنوس)، نورخسک، زیازان (رنگین‌کمان) در حال حاضر فعالیت ندارند و آراکس، پیمان، لوئیس، آپاگاو، جنگ هنر و ادبیات هاندس همچنان فعال‌اند (رائین، 1358: 205-208). (لازاریان، 1381: 199).

یهودیان هم از دیگر گروه‌های اقلیت فعال در عرصه مطبوعات بودند. سابقه آشنایی یهودیان با مطبوعات به تأسیس مدارس فرانسوی آلیانس در ایران برمی‌گردد که عامل تحول فکری در میان یهودیان ایران بوده است. از همین رو، نخستین

نشریه یهودیان را دانش آموختگان این مدرسه منتشر کردند. در دوره حکومت احمد شاه قاجار، دو برادر به نامهای مردخای بن ابراهام و آشر بن ابراهام (از دانش آموختگان مدرسه آلیانس)، نخستین نشریه فارسیهود (به زبان فارسی با خط عبری) را با نام شالم (سلام) در 1333 در تهران منتشر کردند. («شالم»: 300-299؛ یگانه، 1379: 28؛ یشایایی، 1382: 26).

از کودتای 28 مرداد 1332 تا 1357 ش، فعالیت مطبوعاتی یهودیان عملاً متوقف شد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی روزنامه تموز، نشریه جامعه روشنفکران کلیمی ایران، منتشر شد که خلأ ناشی از فقدان مطبوعات یهودیان را جبران کرد. («سیر مطبوعات در جامعه یهودی ایران»، تموز، سال 3، ش 63، 14 آبان 1360: 2؛ یشایایی، 27-26). با این وجود زرتشتی‌ها دیرتر از اقلیت‌های دیگر وارد عرصه مطبوعات شدند.

### تاریخ مطبوعات زرتشتی

نخستین نشریه زرتشتی، مجله ماهانه «همای» بود که در 1301 خورشیدی (برابر 12 جمادی الاولی 1341 ه. ق) تا هفت شماره منتشر شد. این ماهنامه از سوی روانشاد خداداد دستور کیخسرو هورمزدی در کرمان انتشار یافت و با مرگ وی نشریه نیز تعطیل شد (دانشور، 1381: 479).

مجله همای پس از حمد و ستایش از آفریدگار توان و نثار درود به بزرگان و پیامبران و دانشمندان جهان چنین آغاز مطلب می نماید.

«از این مملکت از آغاز طلوع مشروطیت، هر چند، قدمهائی چند بسوی تمدن برداشته و روزنامه جات بسیار و مجلات بیشمار طبع و انتشار یافته باز استفاده کامل از آنها نشده. زادگان این خاک پاک به نظر لاقیدی در آنها نگرینسته روز به روز بر خونسردی و بی اعتنائی خویش ادامه در خواب غفلت که عاقبت تیره را در بر دارد می افزایند. همانا بدینقرار کشتی اقبال ایران را این روزگار (60 سال پیش) رهائی از گرداب بدبختی و مذلت میسر نگردیده» (رزم آسا، 1367: 75).

با آنکه این مجله بیش از 85 سال پیش تدوین شده مطالب آن محققانه است و نشان می دهد که ناشر آن شخص با اطلاع و روشنفکری بوده است.

در تاریخ مطبوعات نیز اسنادی وجود دارد که روند ظهور و افول ماهانه «همای» را نشان می دهد. (بیات و کوهستانی نژاد، 1372: 503-506).

از آغاز انتشار نخستین شماره مجله ماهانه «همای» که اولین نشریه زرتشتیان محسوب می شود تا کنون تقریباً 89 سال می گذرد. تعداد نشریات زرتشتی، از 89 سال پیش تا کنون زیاد نیستند و به غیر از مجله های هوجت، فروهر و چیستا که دیر پا و تداوم دار بوده و هستند، بقیه آنها در مدت کوتاه انتشار خود، جزو تاریخ شده اند.

یک ماه پس از نشر همای، خدارحم آبادیان «فروهوهر» را در تهران به صورت هفتگی به چاپ رساند. (تاریخ انتشار شماره اول آن 28 دلو 1301 خورشیدی است). ظاهراً آبادیان از انتشار «همای» آگاهی نداشته است، زیرا از اینکه در ایران همه اقوام و طوایف به جز زرتشتی‌ها دارای روزنامه بودند اظهار تأسف کرده و انتشار «فروهوهر» را نخستین گام دانسته است (صدر هاشمی، 1362، ج 4: 77-78؛ رزم آسا، 1367: 66؛ پرخیده، 1384: 5).

دومین نشریه زرتشتی نیز تا وقتی که بنیانگذار آن می خواست و توان داشت به کار ادامه داد. در این دوره هیچکدام از نشریات زرتشتی سیاسی نبودند. زرتشتیان در این دوره در سیاست دخالت نمی کردند و اصولاً در سیاست حرفی برای گفتن نداشتند. در این روزگار بیش از 90 درصد زرتشتیان روستایی و بی سواد بودند (پرخیده، 1384).

در دوره پهلوی اول، ارباب‌های بزرگی مانند ارباب جمشید و ارباب کیخسرو و ... به فکر ایجاد نشریه نیفتادند. ارباب کیخسرو با اینکه کتاب‌هایی در زمینه دین و آیین زرتشتیان نوشت، ولی هیچگاه در فکر به راه انداختن روزنامه و مجله نبود. زیرا بیشتر کسانی که در این دوره به کار روزنامه نگاری می پرداختند، مردان سیاسی و دنبال بهره‌برداری سیاسی از

نشریه‌ها بودند. از سوی دیگر ارباب‌های زرتشتی در آن روزگار بیشتر به فکر تجارت، داد ستد، خرید زمین و... بودند و غیر از آنها سرمایه و سواد برای به راه انداختن روزنامه و مجله و کار روزنامه‌نگاری در بین آنها وجود نداشت. از طرف دیگر گرایش‌های فکری در دوره رضا شاه و تجلی ایران باستان به زرتشتیان انگیزه‌ای برای دایر کردن روزنامه و مجله نمی‌داد، زیرا حکومت وقت؛ خود به سوی مبانی فکری زرتشتیان پیش می‌رفت. بسیاری از نشریات جدی این دوره مانند مجله مهر که در 1312 خورشیدی و مجله مهرگان که در 1314 خورشیدی منتشر می‌شد گرایش‌های ایران باستان و زرتشتی داشتند.

به جز دو نشریه‌ای که زرتشتیان در این دوره به چاپ رساندند، و بسیار کم دوام بود، تا پایان دوره رضاشاه زرتشتیان خاموش و در زمینه مطبوعات هیچ کاری نکردند. در این زمان تنها چند تن از موبدان و روشن‌فکران برای راه انداختن نشریه‌های زرتشتی احساس نیاز کردند. برای نمونه خداحرم آبادیان که نشریه نامه فره‌هر را به راه انداخت، در نخستین شماره خود نوشت: «امروز در تمام ایران غیر از زرتشتیان، عموم ملل و طوایف دارای روزنامه هستند و زرتشتیان تنها ملتی می‌باشند که تا به امروز از این وسیله اصلاح و ترقی خود محروم بوده بنابراین بمناسبت اقتضای این دوره و فواید و پیشرفت کلیه امور، روزنامه ما علی‌العجاله هفتگی منتشر می‌شود و پس مسروریم که به این مقصود نایل شدیم ...» (پرخیده، 1384).

دوره دوازده ساله 1320 تا 1332 خورشیدی، دوره بی‌مانندی در تاریخ مطبوعات ایران است. شمار مطبوعات با وجود اشکالات مختلف دولت در اعطای امتیاز، در این دوره رشد فزاینده‌ای داشت. 2682 عنوان جدید به مطبوعات کشور پیوست که بی‌سابقه و بیانگر اهمیت این برهه از تاریخ مطبوعات ایران است و اگر مجموع عناوین جراید را از آغاز تا 1332 خورشیدی در نظر بگیریم، از حدود 4376 عنوان، 56٪ کل مطبوعات کشور به این دوره دوازده ساله تعلق دارد. از ویژگی‌های مهم این دوره، افزایش شمار عنوان جراید خصوصی بود که در کنار 129 عنوان نشریه دولتی، فعالیت می‌کردند. زرتشتیان نیز تا پیش از کودتای 1332 خورشیدی 6 نشریه را منتشر کردند که عبارتند از:

**اندیشه ما:** نشریه سازمان جوانان زرتشتیان؛ دوازده شماره از دی 1324 تا بهمن 1325 خ. (آشوری، 1387)  
**پشوتن:** با صاحب امتیازی کیخسرو کشاورز؛ دوازده شماره در سال 1327 خ.

طبق اسناد مطبوعات ایران از سال 1320 تا 1332 به کوشش محسن روستائی و غلامرضا سلامی، امتیاز مجله پشوتن مورخ 1326/9/12 به آقای کیخسرو کشاورز داده شده است.

**هوخت:** با صاحب امتیازی دکتر رستم صرفه؛ از فروردین 1329 خ آغاز به انتشار می‌کند و به طور مرتب در هر سال به طور مستمر 12 شماره انتشار یافته و منشاء خدماتی فرهنگی ارزنده‌ای به جامعه زرتشتی بوده است. شوربختانه این مجله با ارزش زرتشتی پس از سی و چهار سال انتشار مرتب و بدون وقفه، در آبان ماه 1363 خ. خاموش می‌شود.

**نامه مزدیسنان:** با صاحب امتیازی اردشیر بردبار، از آبان ماه 1330 خ. هر پانزده روز یکبار با قطع روزنامه‌ای منتشر می‌شد. روزنامه‌ای انتقادی و تحلیلی بوده است. این نشریه از سوی انجمن مزدیسنا تهران و به سرپرستی مهندس رستم پارکی نشر می‌شده است.

**پیک کنکاش موبدان تهران:** از فروردین ماه 1331 خ آغاز به چاپ می‌کند. در شماره‌های نخست آن نام هیچ نویسنده‌ای دیده نمی‌شود. از شماره دوم به بعد روی جلد نوشته شده است: «هزینه چاپ این شماره و شماره قبل از دهش فرزانه خیر اندیش ارباب فریدون رستم صداقت پرداخت شده...».

**وهومن:** با صاحب امتیازی زنده یاد اردشیر وفاداری (1300 - 1361 خ) در مهر ماه 1331 خ. به سردبیری پرویز شهریاری و در قطع روزنامه‌ای در 4 صفحه و به صورت هفتگی منتشر شد. آخرین شماره آن دو روز پیش از کودتای 28 مرداد 1332 خ. پخش شد.

**پندار:** نشریه سازمان جوانان زرتشتی یزد، نخستین شماره در ۱۵ خرداد 1331 خ. منتشر شده است. این مجله ماهانه بوده و دوره سوم آن با نام «پندارها» به صاحب امتیازی گشتاسب کرمانی و سردبیری اردشیر موبد منتشر می‌شده است. تعداد دقیق منتشر شده از این نشریه مشخص نیست.

**نامه ایران ویج:** با صاحب امتیازی و سردبیری مهندس رستم پارکی از آبان ماه 1335 خ. به صورت ماهانه انتشار داشت و بعد از 9 شماره توقیف شد. (پرخیده، 1384)

شماره 1 تا شماره 5 این نشریه از آبان ماه تا اسفندماه 1335 و شماره 6 تا شماره 9 آن از فروردین ماه تا تیرماه 1336 چاپ شده است.

در کتاب "نگاهی به نشریات گهگاهی" که معرفی نشریات نامنظم غیر دولتی سال های 1332 تا 1357 است، در مورد نشریه «ایران ویج» چنین آمده که:

«نشریه «ایران ویج» به فرهنگ ایران باستان گرایش دارد و در عین حال، هرگاه فرصتی پیش می‌آید، رژیم سلطنتی را نیز می‌ستاید. نخستین شماره این نشریه با عکس شاه بر روی جلد منتشر می‌شود و یادداشتی به عنوان سرمقاله، در آغاز مجله، زیر عنوان «همه با هم برای هم» دیده می‌شود (اشکوری، 1374:111).

پس از کودتای 28 مرداد بسیاری از جراید کشور تعطیل یا امتیازشان لغو شد. گروهی از جراید نیز، پس از استقرار حکومت کودتا، تغییر موضع دادند. بیشتر مطبوعات فعال پس از کودتا، مخالف دکتر مصدق و حامی دربار بودند. پس از مرداد 1332 بسیاری از مطبوعات از سیاست دست کشیدند و عامه پسند شدند و کیفیت آنها پایین آمد. از 28 مرداد 1332 تا 22 بهمن 1357 بیشتر نشریه‌ها سمت و سوی حکومتی دارند و بیشتر آن چه در آن‌ها نوشته می‌شود زیر نگاه تیزبین حکومتی است و به مسایل و تحلیل‌های سیاسی کمتر پرداخته می‌شود. مقاله‌های فرهنگی، تاریخی، هنری و... به همراه گرایش‌های اجتماعی به غرب، اغلب صفحات روزنامه‌ها و مجلات این دوره را پر کرده است.

از شهریور 1320 تا مرداد 1332 دوره‌ای بود که دو ویژگی داشت. یکی مطبوعات نسبت به دوره رضاشاه آزادتر بودند و دیگر اینکه ایران با غرب ارتباط نزدیکی پیدا کرد و به سوی نوگرایی و غرب‌گرایی تمایل یافت. ایرانی‌ها به پیروی از غرب، احزاب سیاسی و نشریه‌های متفاوتی درست کردند و تا می‌توانستند در سیاست و فرهنگ، قلم‌فرسایی کردند. در این دوره شماری از زرتشتیان به گروه‌های چپ و به ویژه حزب توده پیوسته بودند و در آنجا قلم می‌زدند.

باز هم در این دوره از مالکیت و صاحب امتیازی روزنامه توسط ثروتمندان و ارباب‌های زرتشتی خبری نیست. روزنامه نگارهای زرتشتی در این دوره دو دسته‌اند: چپ‌ها و دسته دیگر، آنهایی که دغدغه اجتماع و کارهای اجتماعی دارند. مسایل دینی و فرهنگی در نشریه‌های زرتشتی در این دوران بسیار کم‌رنگ است. در این سال‌ها به جز نوشته‌های چاپ شده در «پیک کنکاش موبدان تهران» و چند نوشته از موبد شهزادی در هوخ، و نوشته‌هایی در مجله کم دوام «پشوتن» در زمینه دینی و فرهنگی، نوشته‌های پرباری دیده نمی‌شود. از همه مجله‌ها و نشریه‌های این دوره تنها هوخ به دوره طولانی انتشار رسید و بقیه تعطیل شدند. وابستگی به شخص و نداشتن سازمان اداره کننده یکی از دلایل تعطیلی آنها است (مانند «پشوتن»).

از دلایل دیگر می‌توان به نداشتن خواننده و بودجه اشاره کرد. وابستگی به سازمان یا گروهی خاص از دیگر دلایل تعطیلی نشریات بوده است، چرا که با تعطیلی آن گروه، نشریه وابسته به آن نیز تعطیل می‌شده است. (مانند «اندیشه ما»). در آن دوره وابستگی به حکومت یکی از دلایل ماندگاری نشریات بوده است.

پس از کودتای 28 مرداد 1332، در هنگامی که ایران می‌خواهد خود را کشوری پیشرفته و نوین جلوه دهد، باز هم زرتشتیان از این جنبه عقب می‌مانند و در این دوره چیزی برای گفتن ندارند و به دلیل پایین بودن نوشته‌ها، نمی‌توانند با نشریه‌های روز برابری کنند و در لاک خود و خبرهای داخلی و سازمانی خود باقی می‌مانند.

در مرداد 1334 خورشیدی سومین قانون مطبوعات در 42 ماده به تصویب رسید که براساس آن تمام قوانین و مقررات مغایر با آن لغو شد. این قانون تا پایان حکومت پهلوی مرجع رسیدگی به امور شد. در جریان تحولات کشور در فاصله سال‌های 1339 تا 1342 و پی اجرای سیاست‌های امریکا برای ایجاد دمکراسی و مقابله با کمونیسم، آزادی نسبی

در ایران پدید آمد و از فشار بر مطبوعات کاسته شد، ولی بار دیگر از پانزدهم خرداد 1342 اختناق حاکم شد. از 1342 با آغاز نوعی سیاست‌زدایی از مطبوعات، از چاپ خبر و مقاله‌های سیاسی و انتقادی جلوگیری شد (پرخیده، 1384). نشریات زرتشتی که در این دوره به چاپ می‌رسیدند عبارتند از:

**فروهر:** صاحب امتیاز سازمان فروهر، مدیر مسوول هرمزدیار هرمزدیاری. این نشریه در آغاز (1340 خ) نشریه‌ی داخلی سازمان فروهر بوده و به شکل پلی کپی و پس از آن در قطع وزیری و با نام « گزارش ماهانه » منتشر می‌شد. از سال 1364 خ. به بعد به صورت دو ماهنامه، هر سال 6 شماره به طور مرتب چاپ و منتشر شد و در دوره های گوناگون این نشریه دیرپا، مقاله‌هایی در زمینه تاریخ و فرهنگ ایران باستان و زرتشتی چاپ می‌شود (آشوری، 1387).

**نشریه انجمن فرهنگ ایران باستان:** این نشریه که ارگان انجمن فرهنگ ایران باستان بوده است، به طور نامرتب، از سال 1350 خ. و به تعداد ۱۶ شماره منتشر شده است. مدیر مسوول این نشریه دکتر فرهنگ مهر بوده و نخستین شماره دوره اول این نشریه در اسفند ماه سال 1344 خ. به چاپ رسیده است.

**مهنامه زرتشتیان:** به صاحب امتیازی انجمن زرتشتیان تهران و به سردبیری شادروان مهندس رستم پارکی. این نشریه از سال 1351 خ. تا سال 1356 خ. منتشر شده است (پرخیده، 1384). مهنامه انجمن زرتشتیان تهران در ابتدا یعنی امرداد 1349 به شکل بولتن بود و از مهر ماه سال 1351 به صورت مهنامه و تقریباً فصلی منتشر می‌شود (اشیدری، 2535: 469) (آشوری، 1387).

پیش از پیروزی انقلاب اسلامی در سال 1357 جمعاً 74 نشریه (روزنامه و مجله) در ایران منتشر می‌شد آن هم به تعداد بسیار اندک و گرفتار در سانسور مطلق خبری و اکثریت قریب به اتفاق مطبوعات آن زمان تا آذر سال 1357 دست به اعتصاب یکپارچه زده بودند. در چنین وضعیتی از بین نشریات زرتشتی فقط مهنامه زرتشتیان از سوی انجمن زردشتیان تهران، از سال 1351 تا 1356 ش انتشار یافت. پس از پیروزی انقلاب، نشریات جدیدی فعالیتشان را آغاز کردند از قبیل: **چیستا:** صاحب امتیاز پرویز ملکپور و به سردبیری پرویز شهریاری، از شهریور ماه 1360 خ. تا کنون منتشر شده، سالی ۱۰ شماره به طور مرتب منتشر شده است.

**وهومن:** به صاحب امتیازی افلاطون ضیافت، سردبیر بوذرجمهر پرخیده از سال 1370 خ. منتشر شده و تا کنون 27 شماره از آن انتشار یافته است. همانطور که پیش از این اشاره شد نشریه‌ای با همین نام در مهر ماه 1331 خ. تا ۲۸ امرداد 1332 خ به سردبیری پرویز شهریاری منتشر می‌شده است.

**امرداد:** صاحب امتیاز جمشید کیومرثی، از خرداد سال 1379 به صورت دو هفتگی در قطع روزنامه منتشر شده است. نخستین سردبیر امرداد آتوسا دیناریان، پس از او کیوان هور و هم اکنون، به مدیر مسوولی و سردبیری بابک سلامتی در حال انتشار است.

سه نشریه چیستا، وهومن، و امرداد تاکنون (1390 ش) به فعالیت خود ادامه داده اند. در خارج کشور و شهرستان ها و همچنین توسط ارگان‌های مختلف زرتشتی تعدادی نشریه چاپ شده است که اطلاعات دقیق آن را باید در پژوهشی گسترده‌تر مشخص کرد، از آن جمله‌اند:

- در تهران: **پیک کنکاش موبدان** حدود 22 شماره در سال 1331 تا 1332 منتشر و سپس تعطیل شد. دوره جدید این نشریه که یک مجله دینی و عقیدتی است، از سال 1384 خ. شروع به انتشار کرد و به صورت فصلنامه منتشر می‌شود.

- در یزد: پارسیان.

- در یزد: اشتاد، توسط انجمن گاتاپویان.

- در کرمان: اسفند، تنها یک شماره منتشر شد.

- در کرج: واچک (در حال حاضر منتشر نمی‌شود).

- در کانادا: پیک کنکاش و پیک مهر که این نشریه بیست سالگی خود را پشت سر گذاشته است.

- در تهران، توسط نماینده زرتشتیان: پیک کنکاش یگانگی هر دو ماه یکبار.

- در سوئد، اشا، توسط انجمن زرتشتیان سوئد، هر سه ماه یکبار ( فصلنامه ).  
- در آمریکا، هومت، توسط فرهنگ مهر. (پرخیده، 1384)

### روش تحقیق

بنا به ماهیت موضوع، اهداف پژوهش، سؤال ها و وسعت امکانات اجرایی در این پژوهش از روش دلفی استفاده شده است. روش دلفی به زبان بسیار ساده روشی است که از مصاحبه و پرسشنامه چند مرحله‌ای استفاده می‌کند. در این پژوهش پس از انجام مصاحبه با 10 نفر از فعالان حوزه روزنامه‌نگاری و تاریخ مطبوعات زرتشتی جهت جمع‌آوری اطلاعات از «پرسشنامه‌ی محقق ساخته» استفاده شده است. در مرحله اول مصاحبه تدوین شده دارای 14 سؤال باز بود که در بین جمعی از فعالان عرصه مطبوعات به خصوص مطبوعات زرتشتی توزیع گردید و از پاسخ دهندگان تقاضا شد تا پاسخ‌ها را به اختیار خود بیان کنند و عقاید خود را در زمینه پرسش‌ها در چند کلمه تا چند جمله ابراز دارند. پس از انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه‌های مرحله اول به تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور اول پرداخته شد و با توجه به پاسخ‌های دریافتی، پرسشنامه‌ای تدوین شد که دارای 44 سوال بود و اکثر آنها دارای طیف لیکرت است و در بین 30 نفر از روزنامه نگاران نشریات زرتشتی به صورت تمام شمار توزیع شد. در مرحله سوم نیز نتایج حاصل از پرسشنامه دوم به مصاحبه شونده‌گان اطلاع رسانی شد و آنها را در معرض اندیشه‌ها و افکار و قضاوت‌های همکارانشان قرار دادیم و به این ترتیب با دریافت آرای سنجیده‌تری از آنها به نتیجه‌گیری نهایی دست یافتیم.

### یافته‌های تحقیق

یافته‌های استنباطی و آزمون فرضیه‌ها

**فرضیه اول:** به نظر می‌رسد فعالیت مطبوعاتی زرتشتیان در راستای ایجاد همگرایی ملی بوده است. برای بررسی این فرضیه ضمن محاسبه فراوانی مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار از آزمون غیر پارامتریک خی دو (تک متغیره) استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو فرضیه فوق در جدول زیر آمده است.

جدول شماره (1) نتایج آزمون خی دو فرضیه اول

مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	
15.600	3	0.001	خی دو

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از 0/01 است با اطمینان 99 درصد می‌توان اظهار داشت که پاسخ‌های ارائه شده از توزیع یکنواختی برخوردار نیست و با در نظر گرفتن اینکه گزینه‌ی زیاد دارای بیشترین فراوانی بوده و مجموع گزینه‌های زیاد و بسیار زیاد نسبت به گزینه کم از فراوانی بیشتری برخوردار است می‌توان گفت فرضیه اول مبنی بر اینکه به نظر می‌رسد فعالیت مطبوعاتی زرتشتیان در راستای ایجاد همگرایی ملی بوده است؛ مورد تایید قرار گرفته است. به تعبیر دقیق تر فعالیت مطبوعاتی زرتشتیان در راستای ایجاد همگرایی ملی بوده است.

**فرضیه دوم:** به نظر می‌رسد مطبوعات زرتشتی مخاطبان خود را به خوبی نشناخته‌اند و از نیازهای آنان با خبر نیستند.

برای بررسی این فرضیه ضمن محاسبه فراوانی مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار، از آزمون غیر پارامتریک خی دو (تک متغیره) استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو فرضیه فوق در جدول زیر آمده است.

جدول شماره (2) نتایج آزمون خی دو فرضیه دوم

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار	
0.027	2	7.200	خی دو

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از 0/05 است با اطمینان 95 درصد می‌توان اظهار داشت که پاسخ‌های ارائه شده از توزیع یکنواختی برخوردار نیست و با در نظر گرفتن اینکه گزینه‌ی کم دارای بیشترین فراوانی بوده و گزینه زیاد نسبت به گزینه کم از فراوانی کمتری برخوردار است می‌توان گفت فرضیه دوم مبنی بر اینکه به نظر می‌رسد مطبوعات زرتشتی مخاطبان خود را به خوبی نشناخته‌اند و از نیازهای آنان با خبر نیستند؛ مورد تایید قرار گرفته است. به تعبیر دقیق‌تر مطبوعات زرتشتی نتوانسته‌اند مخاطبان خود را به خوبی بشناسند و از نیازهای آنان با خبر نیستند.

**فرضیه سوم:** به نظر می‌رسد در طول تاریخ، مطبوعات زرتشتیان با نوعی پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک روبرو بوده‌اند.

برای بررسی این فرضیه ضمن محاسبه فراوانی مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار از آزمون غیر پارامتریک خی دو (تک متغیره) استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو فرضیه فوق در جدول زیر آمده است.

جدول شماره (3) نتایج آزمون خی دو فرضیه سوم

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار	
0.119	4	7.333	خی دو

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده بزرگتر از 0/05 است؛ می‌توان اظهار داشت که پاسخ‌های ارائه شده از توزیع یکنواختی برخوردار است و با در نظر گرفتن اینکه گزینه‌ی کم و بسیار کم دارای بیشترین فراوانی بوده و مجموع گزینه‌های زیاد و بسیار زیاد نسبت به گزینه کم و بسیار کم از فراوانی کمتری برخوردار است می‌توان گفت فرضیه سوم مبنی بر اینکه به نظر می‌رسد در طول تاریخ، مطبوعات زرتشتیان با نوعی پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک روبرو بوده‌اند؛ مورد تایید قرار نگرفته است. به تعبیر دقیق‌تر مطبوعات زرتشتیان در طول تاریخ دچار پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک نبوده‌اند.

علاوه بر آن سایر نتایج حاصل از پژوهش عبارتند از: مطبوعات زرتشتی تاحدودی از تکنیک‌های روزنامه‌نگاری و به طور کل، دانش روزنامه‌نگاری و نیروهای متخصص بهره‌مند بوده‌اند. مطبوعات زرتشتی نتوانسته‌اند با تحلیل‌ها و تفسیرهای مطبوعاتی در حفظ منافع ملی گام بردارند با توجه به آنکه بر علیه همگرایی ملی نیز فعالیتی نکرده‌اند.

### نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کلی از سایر یافته‌های تحقیق می‌توان چنین اظهار داشت که مطبوعات از طریق افزایش آگاهی ملی و عمومی، گسترش دانایی، ارائه تحلیل‌ها و تفسیرها و اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه می‌توانند در ایجاد همگرایی ملی موثر باشند. همچنین مطبوعات آزاد، کثرت‌گرا و مستقل می‌توانند در ایجاد همگرایی ملی موفق‌تر عمل کنند.

همانطور که در نظریه کثرت‌گرایی رسانه‌ها مدلی ارائه شده که مطابق آن، نهادهای رسانه‌ای تمایل دارند و گاه تشویق می‌شوند که نیازهای منافع گوناگون رقیب را برآورند و خواسته‌های عموم را در چارچوب استانداردهای حرفه‌ای خودشان برآورده سازند. مدل ارائه شده در این نظریه، که با بیش از یک دریافت از رسانه و یک مجموعه از ارزش‌ها سازگار است و می‌توان آن را تجسم آرمان آزادی‌خواهی که مخالف هر نوع کنترل یا جهت‌گیری رسانه‌هاست، تلقی کرد و به‌عنوان نوعی نگرش مسئولیت اجتماعی رسانه، در دموکراسی لیبرال در نظر گرفت (مک‌کوایل، 1385: 130).

نظریه کثرت‌گرایی رسانه‌ها تکثر را مستلزم برخورد کاملاً برابر با گروه‌های مختلف می‌داند و ساعات مساوی برای پخش نظر همه اقلیت‌های مذهبی، قومی و زبانی و همچنین گروه‌های مخالف را طلب می‌کند، با این وجود نشریات زرتشتی محدود هستند و تیراژ زیادی در میان همکیشان خود ندارند. همچنین مجوز برای انتشار سراسری به این مطبوعات داده نمی‌شود. مطبوعات زرتشتی بیشتر مسائل درون جامعه خود را پوشش می‌دهند. این نکته موید نظریه مارپیچ سکوت است. 80 درصد فعالان مطبوعات زرتشتی معتقدند ظرفیت‌ها و شرایط محیطی بسیاری برای فعالیت‌های رسانه‌ای رو به رشد وجود دارد، ولی خود اقلیت‌ها از ظرفیت‌های موجود برای فعالیت‌های رسانه‌ای به اندازه قابل انتظار استفاده نکرده‌اند. 97 درصد از کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی می‌گویند بسیاری از مطالب در نشریات زرتشتی نوشته نمی‌شوند. همچنین آنان معتقدند کمی جمعیت غیر مسلمانان در ایران یکی دیگر از محدودیت‌های مطبوعات اقلیت است. کم بودن تعداد زرتشتیان و مهاجرت اکثریت آنان یکی از دلایل عدم رشد مطبوعات زرتشتیان عنوان شده است. بیش از 60 درصد از کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی، اقوام و اقلیت‌ها را در ایران تحت فشار نمی‌دانند و معتقدند که از لحاظ سیاست‌های حاکمیتی، در خصوص اقلیت زرتشتی محدودیت‌های چشمگیری وجود ندارد اما محدودیت‌های نانوشته و غیر قانونی مانع رشد مطبوعات اقلیت می‌شود.

67 درصد فعالان مطبوعات زرتشتی معتقدند چاپ مطالب مربوط به آداب و رسوم زرتشتیان و دین زرتشتی در مطبوعات عمومی توسط ناشران مسلمان در گذشته سبب نشده که بر خلاف یهودیان، ارامنه و آشوری‌ها، زرتشتیان نیازی به انتشار نشریه احساس نکنند، بلکه آنان معتقدند زرتشتیان دیرتر از سایر ادیان دارای مطبوعات نشده بلکه سال‌ها پیش نشریاتی داشته‌اند که بیشتر در بین خودشان منتشر و توزیع می‌شده است. در اوایل کار انجمن زرتشتیان تهران حدود یک‌صدسال پیش بر گه‌های خبری تحت عنوان "جلاتین" با روش ژلاتین چاپ در محل‌های زندگی زرتشتیان نصب می‌شده است و زرتشتیان این زمان را آغاز فعالیت مطبوعاتی خود می‌دانند.

در بررسی‌های انجام شده، مشخص شد که برخی از نشریات زرتشتی به دلیل فقر مالی از ادامه انتشار بازمانده‌اند. با این وجود 57 درصد روزنامه‌نگاران، فقر مالی را، در دیرتر وارد شدن زرتشتیان به عرصه مطبوعات نسبت به سایر اقلیت‌ها مؤثر ندانسته‌اند.

از نظر برخی از پیشکسوتان نشریات زرتشتی فقر مالی، کمی تعداد اقلیت‌ها و اختلاف عقیده و سلیقه در بین زرتشتیان و همچنین نبودن افراد متخصص و علاقه‌مند به عرصه روزنامه‌نگاری در بین زرتشتیان بخشی از موانع و محدودیت‌ها سر راه نشریات زرتشتی محسوب می‌شود.

بر پایه این نظریه زمانی که همگان درباره یک واقعه به‌طور مشابه نظر بدهند، انتخاب دیگری وجود نخواهد داشت. در نتیجه این تصور حاصل می‌شود که اکثر مردم به واقعه یا موضوع مورد نظر همانگونه می‌اندیشند که رسانه‌ها مطرح ساخته‌اند. عامل دیگر که در اینجا وارد صحنه می‌شود همان حرکت مارپیچی سکوت است، مردم در مورد یک موضوع داغ علاقه‌مندند تا نظر دیگران را بدانند، اگر نظر آنها در اقلیت باشد سکوت کرده و تا زمانی که احساس کنند دیدگاه شخصی‌شان هنوز مطرح نشده، همچنان به سکوت خود ادامه می‌دهند.

بنابر نظر 70 درصد از کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی، مطبوعات زرتشتی تا حدودی از تکنیک‌های روزنامه‌نگاری و به طور کل دانش روزنامه‌نگاری و نیروهای متخصص بهره‌مند هستند. بنابراین؛ فرضیه پژوهش مبتنی بر اینکه به نظر می‌رسد مطبوعات زرتشتی از تکنیک‌های روزنامه‌نگاری و به طور کل دانش روزنامه‌نگاری و نیروهای متخصص چندان بهره‌مند نبوده‌اند، رد شده است.



بیش از 54 درصد از فعالان مطبوعات زرتشتی معتقدند این مطبوعات مخاطبان خود را کم شناخته اند و از نیازهای آنان با خبر نیستند.

بنابر نظر 70 درصد از کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی، مطبوعات زرتشتی در افزایش آگاهی زرتشتیان و ایجاد ارتباط با دیگر افراد جامعه ایران تا حدودی موفق عمل کرده‌اند و همچنین بنابر نظر بیش از 53 درصد آنان موبدان و روشنفکران (نخبگان) زرتشتی نتوانسته‌اند از طریق مطبوعات آگاهی زرتشتیان را بالا ببرند.

فرضیه دیگر پژوهش مبنی بر اینکه به نظر می‌رسد در طول تاریخ، مطبوعات زرتشتیان با نوعی پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک روبرو بوده‌اند؛ رد شده است زیرا بیش از نیمی از کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی معتقدند مطبوعات زرتشتیان با نوعی پراکنده‌گویی، عدم انسجام و فقدان مبانی تئوریک روبرو نبوده‌اند.

بنابر نظر 75 درصد کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی، مطبوعات زرتشتی نتوانسته‌اند با تحلیل‌ها و تفسیرهای مطبوعاتی در حفظ منافع ملی گام بردارند.

به طور کل بیش از 95 درصد کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی معتقدند که فعالیت مطبوعاتی زرتشتیان کاملاً در راستای ایجاد همگرایی ملی بوده است.

با توجه به آنکه قانون اساسی و قانون مطبوعات در زمینه نشریات گروه‌های قومی و اقلیتهای مذهبی پیش‌بینی‌هایی را لحاظ نموده است، اما نشریات اقلیتهای مذهبی (بخصوص زرتشتیان) چندان فعال به نظر نمی‌رسند. دلیل این امر را اکثریت کارشناسان و روزنامه‌نگاران زرتشتی اینگونه مطرح می‌کنند که: قوانین خوب است اما درست اجرا نمی‌شود. ظرفیتهای مثبتی در قانون اساسی و مطبوعات وجود دارد و لی اقلیت‌ها از این ظرفیتهای استفاده نمی‌کنند و این امر نیز احتمالاً از بی‌علاقگی و تمایل به در حاشیه بودن زرتشتی‌ها ناشی می‌شود. شاید زرتشتیان خیلی محافظه‌کارتر از اقلیت‌های دیگر هستند.

همچنین بسیاری از روزنامه‌نگاران زرتشتی معتقدند علت در حاشیه ماندن مطبوعات زرتشتی به دلیل نبودن آزادی بیان و ترس مدیران ارشد از تبشیر و تبلیغ دینی نیست.

### پیشنهاد های تحقیق

پس از بررسی‌های به عمل آمده در طی این تحقیق به نظر می‌رسد راه‌های پیشرفت و توسعه عملکرد مطبوعات زرتشتیان و دیگر اقلیت‌های دینی در جمهوری اسلامی ایران تفاوت‌چندانی با دیگر نشریه‌های فعال که از سوی مسلمانان منتشر می‌شود ندارد. مطبوعات ایران در استفاده از برخی ابزارها و تکنیک‌های لازم برای رشد و گسترش خود کوتاهی کرده یا توان اقتصادی لازم برای انجام پاره‌ای از این فرآیندها را در اختیار ندارند. به عنوان مثال برای انتشار یک نشریه تاکنون کمتر سابقه داشته است که مدیران و دست‌اندرکاران نشریه‌ای قبل از انتشار به نیازسنجی مخاطبان خود دست زده باشند. در مجموع و پس از بررسی‌های لازم این پیشنهادها برای افزایش کیفیت، کمیت و کارایی نشریه‌ها و مطبوعات زرتشتی ارائه می‌شود:

1. کمک فنی و مالی به نشریات زرتشتی که بتوانند از نظر تیراژ و ملاحظات حرفه‌ای رشد کنند.
2. اتخاذ سیاستهای انبساطی و توسعه دهندگی نسبت به نشریات زرتشتی.
3. ارزیابی مستمر نشریات زرتشتی و شناخت مخاطب و نیازهای رسانه‌ای آنها.
4. بکارگیری نیروهای متخصص و تکنیک نوین روزنامه‌نگاری در نشریات زرتشتی.
5. تقویت بخش بازرگانی این نشریات جهت تامین استقلال مالی.
6. آموزش‌های مستمر ضمن خدمت برای روزنامه‌نگاران.
7. حمایت دولت از نشریات در جهت بقا و ماندگاری.
8. ایجاد انجمن صنفی روزنامه‌نگاران زرتشتی.

9. تضمین امنیت شغلی روزنامه‌نگاران زرتشتی.

منابع:

1. آشوری، مهرا. (1385). فهرست مجله های کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد دانشگاه تهران از آغاز تا پایان 1385. جلد دوم، چاپ اول، تهران: دانشگاه تهران.
2. اشیدری، جهانگیر. تاریخ پهلوی و زرتشتیان ( به انگیزه آئین بزرگداشت 50 سال شاهنشاهی پهلوی ). چاپ اول، تهران: ماهنامه هوخ.
3. اسکیدمور، ویلیام. (1372). تفکر نظری در جامعه شناسی. (باقر علی محمد حاضری و همکاران، مترجم) تهران: سفیر.
4. براون، ادوارد. (1386). تاریخ مطبوعات و ادبیات ایران در دوره مشروطیت. (محمد عباسی، مترجم) تهران: نشر علم.
5. بیات، کاوه. & کوهستانی نژاد، مسعود. (1372). اسناد مطبوعات (1286-1320 ه-ش). چاپ اول. جلد اول. تهران: سازمان اسناد ملی ایران.
6. پالتز، دیوید ل. (1380). ارتباطات سیاسی در عمل. (مهدی شفقتی، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات سروش.
7. چلبی، مسعود. (1375). جامعه‌شناسی نظم. چاپ اول، تهران: نشر نی.
8. دانشور، محمد. (1381). از قلعه دختر تا دقیانوس، چاپ اول، تهران: مرکز کرامت‌شناسی.
9. دورکیم، امیل، درباره «تقسیم کار اجتماعی»، 1369، ترجمه پسرهام، بابل، کتابسرای بابل.
10. دیگرانوهی لازاریان، ژانت، دانشنامه ایرانیان ارمنی، 1381، چاپ اول، تهران.
11. رائین، اسماعیل، اسناد خانه سدان، 1358، تهران، انتشارات شفق.
12. رزم آسا، اسماعیل، تاریخ مطبوعات کرمان، 1367، چاپ اول، تهران، انتشارات زوار.
13. رضایی، علی، مشارکت اجتماعی؛ هدف یا وسیله، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، 1384، تهران، انتشارات ققنوس.
14. ریڈ، بلیک و همکارش، طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات، 1378، ترجمه مسعود اوحدی، چاپ اول، تهران، انتشارات سروش.
15. ریڈ، بلیک و همکارش، سیاستگذاری عمومی، 1383، ترجمه مجید وحید، چاپ اول، تهران، انتشارات میزان.
16. سادات اشکوری، کاظم، نگاهی به نشریات گهگاهی (معرفی نشریات نامنظم غیر دولتی 1332 تا 1357)، 1374، چاپ اول، تهران، انتشار تیراژه و انتشارات علمی.
17. ساروخانی، باقر، جامعه‌شناسی ارتباطات، 1385، چاپ هفدهم، تهران، انتشارات اطلاعات.
18. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز، نظریه‌های ارتباطات، 1386، ترجمه علیرضا دهقان، چاپ سوم، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
19. شهردان، رشید، تاریخ زرتشتیان فرزندان زرتشتی، 1363، چاپ اول، تهران، سازمان انتشارات فروهر.
20. صدرهاشمی، محمد، تاریخ جراید و مجلات ایران، 1364، چاپ دوم، جلد چهارم، اصفهان، انتشارات کمال.
21. علوی، پرویز؛ ارتباطات سیاسی، 1386، چاپ دوم، تهران، انتشارات علوم نوین.
22. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصول 11 الی 14.
23. قانون مطبوعات، آیین نامه اجرایی قانون مطبوعات، ماده 14.
24. مک کویل، دنیس، نظریه ارتباطات جمعی، 1385، ترجمه پرویز اجلالی، چاپ دوم، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
25. مک لنان، گرگور؛ پلورالیسم، 1381، ترجمه جهانگیر معینی، چاپ اول، تهران، آشیان.
26. مهرداد، هرمز، نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، 1380، تهران، موسسه فرهنگی پژوهشی فاران.

27. نخستینه های مطبوعات، 1387، گزینه های شماره های اول نشریه های عهد قاجار جلد سوم تهیه و تنظیم شورای سامان دهی و اطلاع رسانی میراث مطبوعات ایران، تهران، سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
28. پرخیده، بوذرجمهر، «درآمدی بر تاریخ مطبوعات زرتشتی»، 1384، امرداد، سال 5، شماره 111، 25 اردیبهشت.
29. پرخیده، بوذرجمهر، پژوهش کوتاهی درباره شوندهای برآمدن و فروپاشی رسانه های زرتشتی، بخش یک: از آغاز تا بهمن 57.
30. چلیپی، مسعود، وفاق اجتماعی، 1372، نامه علوم اجتماعی، شماره 2، بهار، انتشارات دانشگاه تهران.
31. رضی، حسین، آشنا، حسام‌الدین؛ بازنگری نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها و ارائه دیدگاهی اسلامی، 1376، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق(ع)، شماره 4.
32. «شالم . نخستین نشریه فارسیهود»، در پادیاوند، به کوشش امون نتصر، جلد1، لس آنجلس: مزدا، 1996\_1999.
33. کریمی، حجت الله، نگاهی به تاریخچه مطبوعات در ایران از آغاز تا 1320، 1388، روزنامه رسالت، شماره 6755.
34. گورگیز، هانیبال، «زاهر یرادی باهرا: اولین روزنامه آشوریهای ایران و جهان»، 1376، پژوهشنامه تاریخ مطبوعات ایران، سال 1، شماره 1.
35. یشایایی، هارون، «یهودیان و مطبوعات ایران»، 1382، افق بینا، شماره 20، فروردین و تیر.
36. یشایایی، هارون، «سیر مطبوعات در جامعه یهودی ایران»، 1360، تموز، سال 3، شماره 63، 14 آبان.
37. هوخت، مجله همای (12 جمادی الاولی 1341)، 1348، دوره بیستم شماره 2.
38. د-س-کال، «برای جلوگیری از پراکندگی اجتماع»، 1329، هوخت، دوره اول، شماره ششم، صفحات 12 و 13.
39. رستم صرفه، رستم، «یکسال از عمر هوخت می گذرد»، 1330، هوخت، دوره دوم، شماره اول، صفحه 3.
40. Karel W.Deutch. Nation alism and Sochal Communication Combridge, MA:MIT press 1953.
41. [http://www.bazyab.ir/index.php?option=com\\_content&task=view&id=45810&Itemid=43](http://www.bazyab.ir/index.php?option=com_content&task=view&id=45810&Itemid=43)
- محمد حسینی، ابراهیم، مطبوعات پلی میان حاکمیت و مردم، تیر 1388.
42. <http://www.humanrights-iran.ir/news-16590.aspx>
- مهرپور، حسین، حقوق اقلیت ها در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، چهارشنبه 22 اردیبهشت 1389 - 12:41:33، منبع: ستاد حقوق بشر.
43. <http://www.iranjewish.com/Essay/Essay14.htm>
- هفته نامه امرداد، شماره 8 (81/5/1)، گفتگویی با مسئول اداره اقلیت‌های دینی وزارت ارشاد، سعید تقوی، پیمانہ سروشپور.

**A Survey on the Role and Function of the Zoroastrian Press in National Convergence**

Sedigheh Babran, PhD<sup>1</sup>

Hamidreza Khaje Khabbaz<sup>2</sup>

**Abstract**

Iran has been always the land of different races, and ethnic groups . All of these tribes and races which has different language, religion and subcultures, have co-lived together in the very land. The national convergence and the social cohesion are the first and the main issues of the concern and the priority of political community of Iran. Media as a social

---

<sup>1</sup> Assistant Professor, Islamic Azad University Central Tehran Branch /E. mail: s.babran@yahoo.com

<sup>2</sup> M.A. in Communication and Journalism - Islamic Azad University Central Tehran Branch/E-mail: radio.khabbaz@gmail.com

organization has a mutual relationship with the society. At one hand, it is influenced by the existing trends of the society and on the other hand it has influence on the changes of the society. Media, as a melting pot, can potentially mix the ethnic groups and the religious minorities together and act creatively and finely in social crisis.

This paper is adapted a survey aimed study the role and the functions of the Zoroastrian Press as one of the main Iranian religious minority's media in national convergence. The survey done by Delfi method (A combination of open interview and questioner). Statistical community of the survey in the open interview contains 15 national scholars and press experts and in the questioner are as 30 persons of Zoroastrian journalists, as whole counting.

The results of the survey show that: The activity of the Zoroastrian press has been toward the national convergence. These Zoroastrian press are somehow conservatives and are not strong and professional enough in their press analysis and commentaries. The Zoroastrian press could not recognize their audiences and to be aware of their requirements. Although the Zoroastrian press relatively benefits expert journalists, they have been faced the scattered speeches, non-coherence and lack of professional standards during the history.

Key Words: press, Zoroastrian press, press function, national convergence