

مقایسه‌ی رفتارهای فرهنگی - اجتماعی در ایران و ترکمنستان

غلامرضا خوش فر*

E-Mail: Khoshfarf@yahoo.com

چکیده:

با وجود اختلافات جدی بین کشورهای حاشیه‌ی دریای خزر، به نظر می‌رسد دو کشور ایران و ترکمنستان نسبت به سایر کشورهای این حوزه به یکدیگر نزدیک‌ترند. یکی از راه‌های مناسب برای بهبود روابط موجود و ایجاد همدلی و انسجام بین این دسته از کشورها و تحکیم مناسبات سیاسی و اجتماعی در میان آن‌ها، شناسایی و معرفی اشتراکات فرهنگی و اجتماعی از طریق انجام مطالعات اجتماعی می‌باشد. لذا، این مقاله با هدف مقایسه‌ی رفتارهای فرهنگی و اجتماعی مردم ترکمنستان با مردم ایران، سعی بر شناسایی و توصیف رفتارهای فرهنگی و اجتماعی مشترک بین دو کشور را دارد. از لحاظ روش‌شناسی، این مطالعه با روش توصیفی از نوع روش تحقیق پیمایشی انجام گرفته است که در آن ۱۶۶ نفر از مردم ترکمنستان و ۵۰۸ نفر از مردم ایران (استان گلستان) به‌عنوان نمونه‌های تحقیق به روش تصادفی ساده، انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مطالعه، «پرسشنامه» بوده است که به شیوه‌ی «پرسشنامه‌ی همراه با مصاحبه» تکمیل گردیده است.

کلید واژه‌ها: اوقات فراغت، مصرف کالاهای فرهنگی، رفتارهای اجتماعی، اعمال مذهبی، ارزش‌های اجتماعی

* عضو هیأت علمی دانشگاه مازندران و مدیر انجمن جامعه‌شناسی ایران شاخه مازندران

این سرشت انسانی ما نیست که خصلت جهانی دارد؛ بلکه توانایی ما در خلق واقعیت‌های فرهنگی و سپس عمل کردن طبق آن‌هاست که جنبه‌ی جهانی دارد (ماینتز^۱، ۱۹۸۸: ۱۴).

فرهنگ احتمالاً وسیع‌ترین مفهومی است که در علوم اجتماعی از آن استفاده می‌شود. به دلیل دلالت‌های ضمنی گسترده، این مفهوم بار معنایی وسیعی پیدا کرده است و بیش‌تر مشکلات نیز از همین مسأله ناشی می‌شود. از یک سو، یکی از ارکان بنیادی بینش علوم اجتماعی نسبت به جهان این اعتقاد است که همه‌ی مردم در برخی خصلت‌ها با یکدیگر شریک‌اند و همه در خصلت‌های دیگر تنها با برخی دیگر شریک‌اند. با این حال خصلت‌هایی نیز دارند که با هیچ‌کس در آن‌ها شریک نیستند. این بدان معناست که بر اساس الگوی پایه، هر کسی را می‌توان به سه طریق توصیف کرد: ۱- مشخصه‌های جهانی‌گونه ۲- مجموعه‌ی مشخصه‌هایی که شخص را در حکم عضوی از مجموعه‌ی گروه‌ها تعریف می‌کند و ۳- مشخصه‌های فردی شخص. هنگامی که از خصلت‌هایی صحبت می‌کنیم که نه جهانی‌اند و نه فردی، اغلب از اصطلاح «فرهنگ» برای توصیف مجموعه‌ی این خصلت‌ها، رفتارها، ارزش‌ها یا اعتقادات استفاده می‌کنیم (والرشتاین، ۱۳۷۷: ۲۲۷).

طرح مسأله

مردم پدیدآورنده و حافظ فرهنگ بشری‌اند؛ اما این نقش اساسی، گاه می‌تواند حرکات نامنظم، ناهم‌آهنگ و پراکنده و گاه کاملاً منسجم، برنامه‌ریزی‌شده و هدایت یافته باشد (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۱: ۵). در شرایط حساس و مخاطره‌آمیز کنونی برای میهن ما، ترکمنستان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین کشورهای کناره‌ی دریای خزر، علاوه بر موضوعاتی مانند استفاده از سطح دریا، محیط زیست، شیلات و تردد ناوگان جنگی، موضوع تفاهم و اشتراک مساعی برای رسیدن به یک موقعیت مسالمت‌آمیز و دوستانه در سایه‌ی اشتراکات فرهنگی و اجتماعی بیش از پیش ضروری بوده و از مهم‌ترین و اصلی‌ترین مسایل سیاسی - اجتماعی به‌شمار می‌رود. بدین ترتیب، با تکیه بر تاریخ و فرهنگ مشترک شاید بتوان راهبردهای نرم‌افزاری و مفاهمه‌آمیز را جای‌گزین راه‌کارهای سخت‌افزارانه نمود. لذا، به نظر می‌رسد شناسایی و معرفی اشتراکات

1- Mintz

فرهنگی و اجتماعی از طریق مطالعه‌ی رفتارهای فرهنگی و اجتماعی کشورهای حوزه‌ی دریای خزر، یکی از راه‌های مناسب برای بهبود روابط موجود و ایجاد همدلی و انسجام بین این کشورها و تحکیم مناسبات سیاسی و اجتماعی در میان آن‌ها باشد. با وجود برخی اختلافات بین کشورهای حاشیه‌ی دریای خزر، به نظر می‌رسد با توجه به اشتراکات فرهنگی - اجتماعی و تاریخی، مواضع دو کشور ایران و ترکمنستان نسبت به سایر کشورها به یکدیگر نزدیک‌تر می‌باشد. بنابراین، این مقاله با هدف شناخت و معرفی رفتارهای فرهنگی و اجتماعی مردم ترکمنستان، سعی بر شناسایی، توصیف و مقایسه‌ی رفتارهای فرهنگی و اجتماعی بین دو کشور را دارد.

اهداف و سؤالات

این مطالعه به دنبال پاسخ‌گویی به سؤالات زیر به‌عنوان مهم‌ترین هدف‌های تحقیق می‌باشد:

- ۱- وضعیت متغیرهای فرهنگی، شامل: چگونگی گذراندن اوقات فراغت، وضعیت مطالعه‌ی کتاب و کتابخوانی، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، استفاده از کالاهای فرهنگی، استفاده از مطبوعات و مجلات در میان مردم ترکمنستان چه‌گونه است؟
- ۲- وضعیت متغیرهای مذهبی، شامل: میزان حضور در مسجد به‌طور هفتگی، بازدید از اقوام و خویشان در اعیاد مذهبی، عیادت از بیماران، صلح‌ی رحم، رفتن به مجالس عزاداری، زیارت اهل‌قبور، رفتن به زیارتگاه‌ها، نماز جماعت، قرائت قرآن، استفاده از سخنرانی‌های دینی، شرکت در جلسات قرآن، شرکت در نماز تراویح، ذبح گوسفند در عید قربان، اطلاع از انجام مراسم مذهبی سایر ادیان در میان مردم ترکمنستان چه‌گونه است؟
- ۳- وضعیت متغیرهای اجتماعی، شامل: ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، هرم قدرت در خانواده، گرایش به مسافرت خارجی، نگرش نسبت به ایران و ایرانیان در میان مردم ترکمنستان چه‌گونه است؟
- ۴- متغیرهایی که در کشور ایران و ترکمنستان بررسی شده‌اند، در مقایسه با یکدیگر چه وضعیتی دارند؟

چارچوب مفهومی

این مطالعه از نوع توصیفی می‌باشد و قصد تبیین و علت‌یابی پدیده‌ها را ندارد؛ با این‌وجود برای روشن‌شدن مفاهیم اصلی و متغیرهای آن، لازم است در این خصوص

چارچوب مفهومی و تعاریف نظری و عملی مفاهیم به کار گرفته شده توضیح داده شود. لذا، در این قسمت به چارچوب مفهومی تحقیق پرداخته می شود. برای روشن شدن معنای رفتارهای فرهنگی و اجتماعی توضیحات مختصری درباره مفاهیم آگاهی های اجتماعی - فرهنگی، نگرش های اجتماعی - فرهنگی، سنجش نگرش ها، روابط میان ارزش ها، نگرش ها و رفتارها، نظریه های عمل بخردانه، تئوری های مقاومت در برابر تغییرات عقیدتی و رفتاری ارایه می گردد.

الف) آگاهی های اجتماعی - فرهنگی

آگاهی های اجتماعی - فرهنگی، مجموعه ای گسترده ای از شناخت اجتماعی انسان را در تمامی مراحل اجتماعی شدن شامل می شود. آگاهی، فرایند سازماندهی، تعبیر، تفسیر و ارتباط اطلاعاتی است که از سوی حواس جمع آوری می شود. به این اعتبار، دانش در مفهوم آگاهی عبارت است از مجموعه ای از اطلاعات منظم، تفسیر شده و مرتبط که هر یک از ما آن را دارا هستیم. این آگاهی ها در طیف وسیعی از خرافات روش های سنتی و قومی تا الگوهای علمی (ناشی از علوم و فنون) قرار گرفته است و عوامل متعددی مانند سازمان های آموزشی، خانواده، دوستان و آشنایان، سازمان های علمی و وسایل ارتباط جمعی در تکوین آن دخالت دارند.

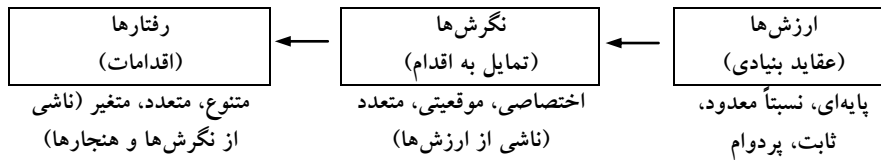
ب) نگرش های اجتماعی - فرهنگی

در مطالعات اجتماعی، از این نظر به نگرش توجه بسیار شده است که پژوهشگران، آن را زمینه ی رفتار می دانند. نگرش ساخت ذهنی در شخصیت پنهان است و آن را می توان آمادگی ویژه ی فرد از نظر روانی در رویارویی با پدیده ها، مسایل، وقایع و بروز عکس العمل توأم با هیجان نسبت به آن ها دانست. به طور کلی ویژگی های عمده ی نگرش های اجتماعی - فرهنگی به شرح زیر ارایه شده است:

- ۱- نگرش ها، حاوی مفاهیم ارزشی نسبت به پدیده های اجتماعی - فرهنگی هستند و سبب تحرک رفتاری می شوند.
- ۲- نگرش ها، از نظر کیفیت و شدت (یا قدرت) روی یک محور از حالت مثبت تا منفی تداوم دارند.
- ۳- نگرش ها، حالت آموخته دارند یا به عبارت دیگر نتیجه ی تکوین و رشد شخصیت اند.

- ۴- نگرش‌ها، دارای مراجع اجتماعی شخصی در جامعه‌اند.
- ۵- نگرش‌های مختلف اجتماعی - فرهنگی به درجات متفاوتی با یکدیگر وابستگی متقابل دارند.
- ۶- نگرش‌های اجتماعی نسبتاً ثابت هستند و تداوم دارند.

ج) روابط میان ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارها



رابطه‌ی نگرش و رفتار، الگوی قصدهای رفتاری نشان می‌دهد که نگرش‌ها و هنجارها، هر دو تحت تأثیر عقاید فرد درباره‌ی رفتارهای خاص هستند. در مورد نگرش‌ها باید گفت که عقاید مهم متأثر از رابطه‌ی موجود میان رفتار و نتایج آن رفتار است (این عقاید که گاهی آن‌ها را «انتظارات»، نیز می‌نامند، نقش مهمی در درک از انگیزش رفتار دارند).

د) نظریه‌ی عمل بخردانه

اصطلاح «عمل بخردانه» به این معناست که اکثر رفتارها به این دلیل صورت می‌گیرد که مردم به نتایج اعمال خود فکر می‌کنند و برای حصول پاره‌ای نتایج و پرهیز از برخی دیگر، دست به انتخاب منطقی می‌زنند. این نظریه از دو عنصر اصلی تشکیل شده است: بخش شخصی و بخش اجتماعی که ترکیب آن‌ها پیش‌بینی‌کننده‌ی یک قصد رفتاری است؛ قصدی که در نهایت مشخص‌کننده‌ی رفتار است.

عنصر شخصی این الگو، یعنی «عمل» شامل سنجش نگرش شخصی در زمینه‌ی بروز رفتار معینی است، و این نگرش، حاصل دو عامل است: ۱- اعتقاد شخص به زمینه‌ی نتایج رفتار مشخص ۲- ارزیابی او از نتایج ممکن آن رفتار. هر یک از این دو عامل در افراد، متفاوت است. عنصر دوم نظریه مذکور؛ یعنی هنجارهای ذهنی، حاوی عنصر اجتماعی است؛ یعنی اعتقادات شخص درباره‌ی طرز تفکر دیگران در مورد اعمالی که انجام می‌دهد و نیز قدرت انگیزه‌ی شخص در دستیابی به آن انتظارات. این دو عامل یعنی عمل و هنجارهای ذهنی با یکدیگر ترکیب می‌شوند و قصد شخص را به انجام رفتار مشخص تعیین می‌کنند (نمایه‌ی پژوهش، ۱۳۷۷: ۱۶).

۵. مقاومت در برابر تغییرات عقیدتی و رفتاری

هلریگل و همکارانش عقیده دارند که می‌توان شش منشأ مختلف فردی برای مقاومت در مقابل تغییر قایل شد: ۱- توجه و ادراک انتخابی، ۲- عادت، ۳- وابستگی، ۴- ترس‌های ناشناخته، ۵- دلایل اقتصادی، ۶- تأمین و بازگشت (نمایه‌ی پژوهش، ۱۳۷۷: ۱۶).

روش تحقیق

از لحاظ روش‌شناسی، این مطالعه با روش توصیفی از نوع روش تحقیق پیمایشی^۱ انجام گرفته است که در آن ۱۶۶ نفر از مردم ترکمنستان که از مرز اینچه برون (۱) عازم ایران بودند، به‌عنوان نمونه‌های تحقیق به روش تصادفی ساده، انتخاب شدند. مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مطالعه، «پرسشنامه» بوده است که به شیوه‌ی «پرسشنامه‌ی همراه با مصاحبه» تکمیل گردیده است. به منظور تحقق اهداف این مقاله، در راستای شناخت ویژگی‌ها و رفتارهای فرهنگی و اجتماعی مردم ترکمنستان، و مقایسه‌ی آن با ویژگی‌های نظیر آن در ایران، یافته‌های مطالعه‌ی حاضر با یافته‌های مطالعه‌ای که با عنوان: «بررسی و تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی در استان گلستان»، در سال ۱۳۷۹ توسط نگارنده انجام گرفته است (۲)، مورد مقایسه قرار می‌گیرد. این تحقیق نیز به روش پیمایشی انجام گرفته و جامعه‌ی آماری آن جمعیت ۲۰ سال به بالای ساکن ۱۶ نقطه‌ی شهری استان گلستان بوده است (۳). جامعه‌ی آماری تحقیق، ۲۸۵۶۵۷ نفر و حجم نمونه ۵۰۸ نفر بوده‌اند.

به منظور سنجش پذیرش و ویژگی‌های فرهنگی و نگرش نسبت به دین در این تحقیق، ویژگی‌های فرهنگی و نگرش نسبت به دین و مذهب به‌صورت سؤالاتی در قالب پرسشنامه تنظیم و متناسب با هدف تحقیق طراحی شدند که روش مطالب مورد بررسی در این دو مقوله به‌شرح زیر است:

الف) ویژگی‌های فرهنگی

برای سنجش ویژگی‌های فرهنگی حدود ۱۹ مقوله‌ی فرهنگی مورد توجه قرار گرفت که اغلب این مقولات نشان‌دهنده‌ی میزان مصرف کالاهای فرهنگی در میان مردم یک جامعه می‌باشند. این مقولات نوزده‌گانه در این تحقیق عبارتند از:

1- Survey Research

۱- اوقات فراغت ۲- میزان و نوع کتب مورد مطالعه ۳- تعداد کتاب‌های کتابخانه‌ی شخصی ۴- میزان صرف وقت و پول برای روزنامه و مجله ۵- میزان استفاده از تلویزیون ۶- میزان استفاده از تلویزیون‌های خارجی ۷- نوع شبکه‌های تلویزیونی مورد استفاده ۸- میزان و چگونگی استفاده از ویدئو ۹- میزان و نوع استفاده از رادیوی داخلی و خارجی ۱۰- میزان استفاده از سینما و تئاتر ۱۱- میزان بازدید نمایشگاه، موزه و جشنواره ۱۲- میزان اهمیت مسایل داخلی و خارجی ۱۳- میزان احساس آرامش و امنیت ۱۴- میزان قانون‌گرایی ۱۵- میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی ۱۶- جایگاه خانواده و هرم قدرت در آن ۱۷- مسافرت‌های خارجی و ترجیحات سفر به کشورهای خارجی ۱۸- میزان یاری‌گری ۱۹- میزان رضایت از کار و زندگی.

ب) نگرش‌ها نسبت به دین و مذهب

نگرش نسبت به دین و مذهب با استفاده از سؤالات باز و بسته سنجیده می‌شود. برای سنجش نگرش نسبت به مذهب، نوع فعالیت‌های مذهبی فهرست شده و در قالب سؤالات بسته، انجام فعالیت‌های مذهبی و میزان آن‌ها اندازه‌گیری می‌شود. آگاهی از پیروان مذاهب دیگر، حضور در مساجد و نظرات پاسخ‌گویان نسبت به نقش دین در زندگی فردی و اجتماعی مفاهیم دیگری هستند که به‌وسیله‌ی پرسشنامه و در قالب سؤالات باز و بسته سنجیده شده و مورد تحلیل قرار می‌گیرند. نوع فعالیت‌های مذهبی با توجه به بُعد مناسکی یا اعمال دینی که انتظار می‌رود پیروان هر دین آن‌ها را به‌جا آورند (سراج‌زاده، ۱۳۷۷: ۱۰۶) در نظر گرفته شد که این اعمال عبارتند از:

۱- بازدید از اقوام و خویشان در عید فطر، ۲- عیادت از بیماران، ۳- صله‌ی رحم، ۴- رفتن به مجالس عزاداری، ۵- زیارت اهل قبور، ۶- رفتن به زیارتگاه‌ها، ۷- ادای نماز جماعت در مسجد، ۸- قرائت قرآن در منزل، ۹- شرکت در مجالس سخنرانی دینی، ۱۰- شرکت در جلسه‌ی قرآن، ۱۱- شرکت در نماز تراویح (۵)، ۱۲- ذبح گوسفند قربانی.

با توجه به این‌که ساختن سنجه‌های معتبر برای سایر ابعاد دین‌داری نظیر بعد اعتقادی یا باورهای دینی، بعد تجربی یا عواطف دینی، بعد فکری یا دانش دینی و بعد پی‌آمدی یا آثار دینی متناسب با فرهنگ جامعه‌ی مورد نظر نیاز به زمان بیش‌تر و مشاهده‌ی رفتارهای فردی و اجتماعی آن جامعه (ترکمنستان) داشت، برای سنجش گرایش نسبت به دین و مذهب به بعد مناسکی یا اعمال دینی اکتفا گردید.

گزارش یافته‌های تحقیق در خصوص رفتارهای فرهنگی و اجتماعی مردم ترکمنستان در چند قسمت به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱- سیمای جامعه‌ی نمونه، ۲- توصیف و تحلیل داده‌ها و اطلاعات مربوط به متغیرهای فرهنگی، ۳- توصیف و تحلیل داده‌ها و اطلاعات متغیرهای مذهبی، ۴- توصیف و تحلیل داده‌ها و اطلاعات متغیرهای اجتماعی.

به‌منظور شناسایی نقاط اشتراک در رفتارهای اجتماعی و فرهنگی، پس از توصیف ویژگی‌های فرهنگی کشور ترکمنستان، بین تعدادی از ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی که داده‌ها^۱ و اطلاعات قابل مقایسه‌ای برای آن‌ها وجود دارد، مقایسه‌ای بین دو کشور ایران و ترکمنستان انجام می‌گیرد. برای مقایسه، از شاخص میانگین یا میانگین وزنی استفاده می‌گردد. نقاط اشتراک فرهنگی و اجتماعی می‌توانند به‌عنوان تکیه‌گاهی برای ایجاد یا تحکیم روابط سیاسی و اجتماعی بین دو کشور تلقی و مورد استفاده‌ی سیاستمداران و مشاوران امور اجتماعی و فرهنگی قرار گیرند.

یافته‌های توصیفی تحقیق

۱- معرفی مختصر جمهوری ترکمنستان

«تاریخچه‌ی سرزمین کنونی ترکمنستان نشان می‌دهد که این کشور از دوره‌های پیش از تاریخ، مسکون بوده است و نخستین ساکنان آن را طوایف ایرانی‌زبان تشکیل می‌دادند. تاریخ این کشور در قرن بیستم نشان می‌دهد که در مرزبندی ملی جمهوری‌های آسیای میانه، جمهوری ترکمنستان در ۲۷ اکتبر ۱۹۲۴ م. اعلام موجودیت کرد. جمهوری ترکمنستان در سال ۱۹۹۰ دارای سه میلیون و ۵۲۳ هزار نفر جمعیت بوده است که از این تعداد حدود دو میلیون و ۵۳۶ هزار نفر ترکمن، ۳۳ هزار نفر آذربایجانی، ۳۲ هزار نفر ارمنی، ۸۸ هزار نفر قزاق، ۳۹۲ هزار نفر روسی، ۳۱۷ هزار نفر ازبکی و هفت هزار و ۶۳۷ نفر ایرانی می‌باشند. جمعیت عشق‌آباد، مرکز جمهوری ترکمنستان حدود ۳۱۲ هزار نفر برآورد گردیده است. تراکم نسبی جمعیت در بالاترین رقم کم‌تر از ۹ نفر در هر کیلومتر مربع است. توزیع جمعیت به تفکیک نقاط شهری و روستایی نشان می‌دهد که در آخرین سرشماری (۱۹۹۲ م.) ۴۵ درصد از جمعیت این کشور در نقاط شهری و ۵۵ درصد دیگر در نقاط روستایی زندگی می‌کنند. ساختار سنی نشان می‌دهد که جمعیت این کشور «جوان» است، به‌طوری‌که ۴۰/۸ درصد از کل

1- Data

جمعیت در گروه سنی کم‌تر از ۱۵ سال قرار دارند. توزیع جمعیت شاغل در بخش‌های عمده‌ی فعالیت اقتصادی، حاکی از آن است که ۴۱ درصد از شاغلین در بخش کشاورزی، ۲۱ درصد آن‌ها در بخش صنعت و ۳۸ درصد در بخش خدمات مشغول فعالیت می‌باشند» (خوش‌فر، ۱۳۷۹: ۱۵-۵۸).

۲- سیمای نمونه‌ی آماری

برای اطلاع از ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخ‌گویان، در این قسمت توصیفی از ویژگی‌های مختلف آنان ارایه می‌شود. جهت توصیف سیمای جامعه‌ی نمونه از شاخص‌های آماری تمایل به مرکز نظیر میانگین، میانه و مد استفاده می‌شود.

الف) سن پاسخ‌گویان

پاسخ‌گویان در دامنه‌ی سنی ۱۹-۶۴ سال قرار دارند. میانگین سن آن‌ها ۳۵/۵ سال است و میانه نیز ۳۵/۵ سال می‌باشد. مد سن پاسخ‌گویان ۳۶ سالگی است؛ یعنی ۳۶ ساله‌ها بیش‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند (۸/۳ درصد). قرار گرفتن بیش‌ترین تعداد در گروه سنی ۳۵-۳۹ سال، نشان می‌دهد که پاسخ‌گویان غالباً در سنین میان‌سالی قرار دارند. حدود ۲۰ درصد از پاسخ‌گویان نیز سن خود را اظهار ننموده‌اند.

ب) تحصیلات پاسخ‌گویان

حدود ۴ درصد از پاسخ‌گویان بی‌سواد بوده و ۰/۸ درصد در مقطع ابتدایی، ۱۴/۳ درصد در مقطع راهنمایی، ۲۴/۱ درصد در مقطع متوسطه، ۱۷/۳ درصد دارای دیپلم، ۷/۶ درصد در مقطع فوق‌دیپلم، ۱۸/۸ درصد دارای مدرک لیسانس و ۷/۶ درصد در مقاطع بالاتر از لیسانس قرار دارند. براساس شاخص‌های مرکزی، اغلب پاسخ‌گویان در حد ۱۲ کلاس (براساس مدارج تحصیلی کشور ایران در حد دیپلم) سواد دارند. میانه‌ی تحصیلات نیز نشان می‌دهد که نیمی از پاسخ‌گویان کم‌تر از ۱۲ کلاس و نیمی از آن‌ها بیش‌تر از ۱۲ کلاس سواد دارند. حدود یک‌پنجم پاسخ‌گویان میزان تحصیلات خود را اظهار ننموده‌اند.

ج) شغل اصلی

شغل اصلی فرد به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم منزلت اجتماعی همواره بیانگر موقعیت فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی بوده است. افراد مورد بررسی، به‌لحاظ شغلی و وضع فعالیت در طبقات مختلفی نظیر کارگر، کشاورز، کارمند، آزاد، بی‌کار، خانه‌دار، سرباز، محصل و دانشجو قرار گرفته‌اند. چنان‌که ملاحظه می‌شود، بیش‌ترین تعداد

پاسخ‌گویان دارای شغل آزاد بوده و کم‌ترین آن‌ها کارگر می‌باشند. کارمندان، خانه‌داران، بی‌کاران و کشاورزان در مراتب بعدی اهمیت قرار می‌گیرند. حدود یک‌پنجم پاسخ‌گویان نیز دارای مشاغلی غیر از مشاغل ذکر شده می‌باشند. حدود ۲۵ درصد از پاسخ‌گویان نیز نوع شغل اصلی خود را ابراز ننموده‌اند.

د) وضع تأهل

بررسی وضع تأهل پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که فقط ۱۲ درصد آن‌ها مجرد بوده و بقیه متأهلند. از آن‌جا که میانگین سن پاسخ‌گویان حدود ۳۵ سال بوده است، لذا متأهل بودن اکثریت آن‌ها امری طبیعی به نظر می‌رسد. حدود یک‌پنجم از پاسخ‌گویان نیز وضع تأهل خود را ابراز ننموده‌اند.

ه) محل تولد

محل تولد پاسخ‌گویان به‌عنوان شاخصی برای تعیین منشأ اجتماعی آن‌ها مورد سؤال واقع شد و اطلاعات حاصله به تفکیک محل تولد در نقاط شهری و روستایی طبقه‌بندی گردید. چنان‌که ملاحظه می‌شود حدود ۶۰ درصد از پاسخ‌گویان در مناطق روستایی و ۴۰ درصد آن‌ها در مناطق شهری متولد شده‌اند. ۲۲/۳ درصد از پاسخ‌گویان نیز محل تولد خود را اظهار ننموده‌اند. با توجه به این‌که جمعیت روستایی نسبت به جمعیت شهری در جامعه‌ی آماری فزونی دارد، لذا، فزونی نسبت متولدین مناطق روستایی در نمونه‌ها نیز امری طبیعی به نظر می‌رسد.

و) وضع مسکن

وضع مالکیت مسکن، شاخصی از طبقه‌ی اقتصادی افراد می‌باشد. لکن در جامعه‌ی مورد مطالعه، از آن‌جا که تأمین مسکن و کار از وظایف دولت‌ها به‌شمار می‌رود لذا مشکل چندانی در تهیه‌ی مسکن وجود ندارد. نحوه‌ی مالکیت مسکن نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که بیش از ۹۰ درصد پاسخ‌گویان دارای مسکن ملکی بوده و شیوه‌ی سکونت اجاری و رهنی و امثال این‌ها در جامعه‌ی مورد بررسی در حد ناچیز وجود دارد. درحالی‌که داده‌های مربوط به ایران، نشان می‌دهد که ۷۸/۵ درصد از مردم، دارای مسکن ملکی بوده و بقیه در وضعیت‌های دیگر یعنی منازل اجاره‌ای، رهنی، سازمانی و غیره زندگی می‌کنند.

ز) میزان درآمد

میزان درآمد، به‌عنوان شاخص عمده‌ی تعیین جایگاه طبقاتی فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی همواره مورد توجه محققان اجتماعی - اقتصادی قرار گرفته است. میزان درآمد

ماهانه‌ی افراد برحسب منات پرسیده شده و توزیع فراوانی آن نیز براساس واحد منات می‌باشد (۴). میانگین درآمد ماهانه‌ی پاسخ‌گویان دو میلیون و ۲۸۶ هزار و ۱۹۵ منات است. میان‌های درآمد ماهانه‌ی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که نیمی از پاسخ‌گویان کم‌تر از یک میلیون منات و نیمی دیگر بیش از آن درآمد دارند.

ح) شغل مادر

اشتغال زنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی، شاخصی از میزان آزادی‌های اجتماعی و عبور از سنت‌های کهن می‌باشد. نوع شغل مادران پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که فقط ۳۰ نفر از آنان شاغل بوده و بقیه یا بدون شغل هستند یا صرفاً خانه‌دار می‌باشند. فراوانی خالص نشان می‌دهد که از کل مادران پاسخ‌گویان ۶۶/۳ درصد یا خانه‌دار یا بی‌کارند و بقیه‌ی آن‌ها (۳۳/۷ درصد) دارای مشاغل محدودی از جمله کارمندی، کشاورزی، شغل آزاد و سایر مشاغل می‌باشند. در این میان بعد از سایر مشاغل (غیر قابل طبقه‌بندی)، شغل کارمندی برجستگی بیش‌تری نسبت به بقیه‌ی مشاغل دارد.

یافته‌های تحلیلی تحقیق

۱- متغیرهای فرهنگی

برای توصیف و تفسیر داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده به‌وسیله‌ی پرسشنامه در این قسمت به‌منظور تحقق اهداف مطالعه، داده‌های حاصله به‌صورت مقایسه‌ای مورد تحلیل قرار می‌گیرند. برای سنجش وضعیت فرهنگی هر جامعه‌ای یکی از راه‌های ارزیابی، اندازه‌گیری میزان مصرف کالاهای فرهنگی است. در این‌جا نیز متغیرهای مختلفی به‌عنوان متغیرهای سنجش میزان مصرف کالاهای فرهنگی مورد استفاده قرار گرفتند که برای مطالعه و بررسی این متغیرها، به توصیف و تحلیل هر یک می‌پردازیم:

الف) مقایسه‌ی چگونگی گذراندن اوقات فراغت

گذران اوقات، فراغت طیف وسیعی از فعالیت‌های مختلف را در بر می‌گیرد. بعضی از این فعالیت‌ها منفعل و یک‌جانبه هستند مثل استفاده از رادیو و تلویزیون و برخی غیرمنفعل مثل مطالعه و انجام کارهای دستی و تعدادی نیز دو یا چند جانبه‌ی غیرمنفعل هستند مثل فعالیت‌هایی که همراه با مشارکت است. داده‌های حاصله که قابلیت مقایسه داشته‌اند در یازده نوع فعالیت فراغتی در جدول زیر مورد مطالعه و مقایسه قرار می‌گیرند:

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌گویان بر حسب چگونگی گذران اوقات فراغت

ردیف	نحوه‌ی گذران اوقات فراغت	ایران	ترکمنستان	تفاضل
۱	استراحت	۲۸/۳	۳۸	-۹/۷
۲	تماشای تلویزیون	۲۸/۸	۷۶/۵	-۴۷/۷
۳	تماشای ویدئو	۴/۷	۴۱/۶	-۳۶/۹
۴	رفتن به سینما	۱/۵	۲۲/۹	-۲۱/۴
۵	مطالعه‌ی کتاب غیردرسی	۷/۵	۵۲/۴	-۴۴/۹
۶	مطالعه‌ی روزنامه و مجله	۹/۷	۴۵/۵	-۳۵/۸
۷	استفاده از نوار موسیقی	۸/۷	۵۱/۸	-۴۳/۱
۸	رفتن به مراکز تفریحی	۵/۹	۳۰/۱	-۲۴/۲
۹	بازی و ورزش	۳/۵	۱۲/۹۵	-۹/۴۵
۱۰	گردش در بازار و خیابان	۳/۷	۲۴/۱	-۲۰/۴
۱۱	مسافرت	۰/۸	۲۴/۷	-۲۳/۹
	میانگین	۹/۳۷	۳۸/۲۳	-۲۸/۸۶

چنان‌که از توزیع نسبی انواع گذران اوقات فراغت مشخص است، تماشای تلویزیون در صدر برنامه‌های اوقات فراغت مردم ترکمنستان و ایران قرار دارد؛ یعنی، بیش از سه‌چهارم پاسخ‌گویان در ترکمنستان و یک‌سوم آن‌ها در ایران، در اوقات آزاد خود به تماشای تلویزیون می‌پردازند.

بعد از تماشای تلویزیون به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت فراغتی، مطالعه‌ی کتاب غیردرسی، مطالعه‌ی روزنامه، مجله و نشریه، استفاده از نوار موسیقی، تماشای ویدئو، استراحت، رفتن به پارک و در نهایت مسافرت از عمده‌ترین فعالیت‌های فراغتی محسوب می‌گردند. در مجموع، زمان گذران اوقات فراغت در ترکمنستان بیش از ایران می‌باشد؛ به‌طوری‌که مردم ترکمنستان ۲۸/۸ درصد بیش‌تر از ایرانی‌ها به فعالیت‌های فراغتی می‌پردازند. در تمام موارد میزان پرداختن به فعالیت‌های فراغتی در ترکمنستان بیش از ایران است. نکته‌ی قابل توجه دیگر در این زمینه این است که تمایل مشابهی در میان مردم دو کشور ایران و ترکمنستان برای تماشای برنامه‌های تلویزیونی یکدیگر وجود دارد. به‌طوری‌که عملاً ۲۳/۳ درصد از افراد مورد مطالعه‌ی کشور ترکمنستان از شبکه‌های تلویزیونی ایران و در مقابل ۲۶/۸ درصد از افراد مورد مطالعه‌ی کشور ایران از شبکه‌های تلویزیونی ترکمنستان استفاده می‌نمایند. این امر حاکی از گرایش مثبت نسبت به یکدیگر در دو کشور و علاقه به فرهنگ همدیگر می‌باشد.

ب) مقایسه‌ی میزان مصرف کالاهای فرهنگی

میانگین مدت تماشای تلویزیون، ویدئو، استفاده از رادیو، میزان مطالعه‌ی کتاب و میزان مطالعه‌ی مجله و روزنامه به‌عنوان بخشی از مصرف کالاهای فرهنگی به شرح جدول زیر، مورد مطالعه و مقایسه قرار می‌گیرد:

جدول شماره‌ی ۲: مقایسه‌ی میزان مصرف کالاهای فرهنگی

ردیف	کالاهای فرهنگی مورد استفاده	ایران	ترکمنستان	تفاضل
۱	میانگین مدت تماشای تلویزیون در شبانه روز به ساعت	۵/۵۴	۶/۳۰	-۰/۷۶
۲	میانگین مدت تماشای ویدئو در هفته به ساعت	۸/۷۸	۷/۶	۱/۱۸
۳	میانگین مدت استفاده از رادیو در شبانه روز به ساعت	۱/۴۳	۵/۱	-۳/۶۷
۴	میانگین مدت مطالعه‌ی کتاب در هفته به ساعت	۱۴	۶/۳	۷/۷
۵	میانگین مدت مطالعه‌ی مجله و روزنامه در هفته به ساعت	۷/۸	۵/۴	۲/۴
	میانگین میانگین‌ها	۷/۵۱	۶/۱۴	۱/۳۷

شاخص‌های تمایل به مرکز نشان می‌دهند که به‌طور متوسط، افراد مورد مطالعه در کشور ایران ۷/۵۱ ساعت؛ ولی افراد مورد مطالعه در کشور ترکمنستان ۶/۱۴ ساعت از کالاهای فرهنگی استفاده می‌کنند. در مجموع افراد مورد مطالعه در کشور ایران ۱/۳۷ ساعت بیش از افراد مورد مطالعه در کشور ترکمنستان از کالاهای فرهنگی استفاده می‌کنند.

ج) مقایسه‌ی نوع کتب مورد مطالعه

نوع کتب مورد مطالعه‌ی پاسخ‌گویان، حاکی از مشابهت‌های علایق نسبت به محتوای مطالب مورد مطالعه می‌باشد که این امر در جدول زیر منعکس شده است:

جدول شماره‌ی ۳: توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌گویان بر حسب نوع کتاب‌های مورد مطالعه

ردیف	نوع کتاب مورد مطالعه	ایران	ترکمنستان
۱	مطالب تاریخی	۱۵/۶	۲۶/۵
۲	اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی	۴/۶	۰/۶
۳	رمان و داستان	۱۲/۲	۲۸/۳
۴	مذهبی	۷/۵	۱۸/۱
۵	هنری و ادبی	۴	۰/۶
۶	آموزشی و تربیتی	۲/۵	۷/۸
۷	سیاسی	۱/۶	۱۴/۵
۸	نشریات ادواری و تخصصی	۴	۵/۴
	میانگین	۵/۶۸	۱۲/۷۳

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، گرایش پاسخ‌گویان در هر دو کشور نسبت به نوع کتاب‌های مورد مطالعه، اشتراک فراوانی دارد؛ به‌طوری‌که اغلب افراد مورد مطالعه در هر دو کشور در اولویت اول تا سوم، طرفدار مطالعه‌ی کتب تاریخی، رمان، داستان و مذهبی می‌باشند؛ لکن مطالعه‌ی مطالب سیاسی در ترکمنستان در اولویت چهارم قرار گرفته است درحالی‌که این نوع مطالعه در ایران در اولویت هشتم (آخر) قرار دارد. در مجموع با وجود تفاوت در میزان مطالعه‌ی کتب، الگوی ترجیح مطالب خواندنی در دو کشور مشابهت فراوانی دارد. این امر می‌تواند به‌عنوان یکی از نقاط اتکای دو کشور از لحاظ اشتراکات فرهنگی محسوب گردد.

۲- متغیرهای مذهبی

برای شناخت ویژگی‌های مذهبی و میزان انجام مناسک و اعمال دینی، سؤالاتی طراحی گردید که اهم فعالیت‌های مذهبی مورد مطالعه و میزان انجام آن‌ها در جدول زیر ارائه شده است. برای این دسته از داده‌ها متأسفانه اطلاعات کافی در مورد پاسخ‌گویان ایرانی موجود نمی‌باشد؛ لذا، امکان مقایسه بین دو کشور در این مورد بسیار محدود است.

جدول شماره ۴: توزیع نسبی انجام فعالیت‌ها و اعمال مذهبی در میان مردم ترکمنستان

ردیف	نوع فعالیت یا اعمال مذهبی	میزان انجام بر حسب درصد
۱	بازدید از اقوام و خویشان در اعیاد مذهبی	۹۴/۶
۲	ذبح گوسفند قربانی	۹۴/۰
۳	عیادت از بیماران	۹۴/۰
۴	رفتن به مجالس عزاداری	۹۳/۴
۵	صله‌ی رحم	۹۲/۸
۶	زیارت اهل قبور	۸۲/۵
۷	رفتن به زیارتگاه‌ها	۸۱/۹
۸	رفتن به مجالس سخنرانی دینی	۳۸/۰
۹	اطلاع از مناسک سایر ادیان (مسیحیت)	۳۳/۷
۱۰	شرکت در نماز تراویح	۲۱/۷
۱۱	خواندن قرآن در منزل	۲۰/۵
۱۲	نماز جماعت در مسجد	۱۹/۹
۱۳	رفتن به جلسه‌ی قرآن	۱۸/۱

چنان‌که مشاهده می‌گردد، بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌گویان، اعمال و فعالیت‌های ردیف ۱ تا ۷ را انجام می‌دهند که در واقع هیچ‌کدام جزو اعمال واجب نیستند و عمدتاً اعمال و مراسم مستحب به‌شمار می‌روند؛ لکن کاملاً اجتماعی هستند؛ یعنی، نیاز به حضور در جمع و برقراری ارتباط متقابل اجتماعی دارند. بدیهی است با هر هدف و نیتی که این‌گونه اعمال انجام گیرند، کارکرد اساسی آن‌ها ایجاد انسجام اجتماعی و وحدت در بین اعضای مذهب می‌باشد. علاوه بر آن، اطلاع‌رسانی، یکسان‌سازی اطلاعات، باخبر شدن از اوضاع و احوال یکدیگر و تبادل نظر درباره‌ی موضوعات اساسی زندگی، از کارکردهای دیگر انجام این‌گونه اعمال می‌باشد. گونه‌ی دیگر از اعمال و فعالیت‌های مذهبی، فعالیت‌هایی هستند که حدود ۲۰ درصد از پاسخ‌گویان آن‌ها را انجام می‌دهند، نظیر نماز تراویح، قرائت قرآن در منزل، نماز جماعت در مسجد و جلسه‌ی قرآن. دسته‌ی دیگر از گرایش‌های مذهبی، فعالیت‌هایی هستند که بینابین دو دسته‌ی فوق قرار می‌گیرند و حدود حداقل یک‌سوم از پاسخ‌گویان در این دسته قرار دارند، مانند رفتن به مجالس سخنرانی و اطلاع از مناسک سایر ادیان. در مورد افراد مورد بررسی در ایران، اطلاعات کمی جمع‌آوری شده و صرفاً پنج مورد از فعالیت‌ها و اعمال مذهبی مورد سؤال قرار گرفته است که با فعالیت‌های فوق هم‌خوانی کامل ندارند. توزیع نسبی این اعمال به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول شماره‌ی ۵: توزیع نسبی انجام فعالیت‌ها و اعمال مذهبی در میان مردم ایران

ردیف	نوع فعالیت یا اعمال مذهبی	میزان انجام بر حسب درصد
۱	زیارت اهل قبور	۷۶/۲
۲	تمایل به خواندن نماز به جماعت	۶۸/۲
۳	رفتن به مسجد	۴۵/۴
۴	پرداخت زکات	۴۴/۳
۵	پرداخت خمس	۳۷

ملاحظه می‌گردد که به‌طور متوسط ۵۴/۲۲ درصد از افراد مورد بررسی در ایران، اعمال مذهبی واجب و مستحب خود را انجام می‌دهند؛ به‌طوری‌که به‌طور متوسط ۴۰/۶۵ درصد آن‌ها اعمال واجب و ۶۳/۲۷ درصد آن‌ها اعمال مستحب خود را انجام می‌دهند.

مقایسه‌ی برخی از اعمال مذهبی فوق بین دو کشور ایران و ترکمنستان امکان‌پذیر است. بدین ترتیب که افراد مورد بررسی در ترکمنستان بیش از ایران به زیارت اهل قبور می‌روند و در مقابل، افراد مورد بررسی در کشور ایران بیش از ترکمنستان تمایل به خواندن نماز به جماعت دارند. با این وجود، الگوی انجام اعمال مذهبی نشان می‌دهد که مردم هر دو کشور در انجام فعالیت‌ها و اعمال مذهبی مستحب، بیش از اعمال واجب تمایل نشان داده‌اند که این امر نشان‌دهنده‌ی اشتراک در تمایلات و گرایش‌های مذهبی می‌باشد.

۳- متغیرهای اجتماعی

در این قسمت، متغیرهایی که جنبه‌ی اجتماعی دارند و در زمره‌ی فعالیت‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شوند، مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد. این متغیرها عبارتند از: ۱- ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، ۲- هرم قدرت در خانواده، ۳- گرایش به مسافرت خارجی، ۴- نگرش نسبت به ایران و ایرانیان؛ که در این جا به توصیف و تحلیل هر یک از موارد فوق می‌پردازیم:

الف) ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی

از دیدگاه جامعه‌شناسی، هنجارهای یک جامعه، تجلی ارزش‌های آن جامعه است؛ یعنی، عقاید مشترک اجتماعی درباره‌ی آنچه که خوب، درست و مطلوب است. تفاوت هنجارها و ارزش‌ها در این است که ارزش‌ها مفاهیمی انتزاعی و کلی می‌باشند؛ در حالی که هنجارها، الگوهای عمل و خطوط راهنمای ویژه‌ای برای مردم یک جامعه در وضعیت‌های معین به‌شمار می‌روند.

«ارزش‌های یک جامعه مهم است؛ زیرا هنجارهای آن جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. چنان‌که اگر یک جامعه ارزش والایی به آموزش بدهد، پس هنجارهای آن جامعه آموزش همگانی را تدارک خواهند دید» (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۶۳). بنابراین، می‌توان قضاوت نمود که «همه‌ی هنجارها در یک ارزش اجتماعی اساسی ریشه دارند» (ص ۶۶).

در این مطالعه نیز اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در ۱۰ مقوله مورد سؤال قرار گرفت که توزیع میانگین اهمیت نسبی آن‌ها از عدد پنج در جدول زیر منعکس شده است:

جدول شماره‌ی ۶: توزیع فراوانی ارزیابی نسبی پاسخ‌گویان نسبت به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی

ردیف	نوع ارزش‌های اجتماعی	ایران (میانگین از پنج)	ترکمنستان (میانگین از پنج)
۱	علم و دانش	۳/۷۴	۴/۱
۲	پست و مقام	۳/۴۶	۳/۶
۳	مال و ثروت	۴/۵۷	۳/۵
۴	درستکاری	۳/۸۱	۴/۳
۵	شهرت	۴/۳۶	۳/۳
۶	امانت‌داری	۳/۹۱	۴/۱
۷	زیبایی	۳/۱۲	۴/۰
۸	صداقت	۳/۳۲	۴/۳
۹	سلامتی و تندرستی	۳/۹۴	۴/۶
۱۰	همکاری و تعاون	۳/۱۲	۴/۲
	میانگین میانگین‌ها	۳/۸۵	۴/۰

ارزش‌هایی نظیر سلامتی، تندرستی، صداقت و درستکاری دارای بیش‌ترین فراوانی و بالاترین میانگین‌ها هستند و از اهمیت بالاتری برخوردارند. درحالی‌که ارزش‌هایی نظیر شهرت، مال و ثروت و پست و مقام کم‌ترین اهمیت را دارند. شکل توزیع نشان می‌دهد که در مجموع ارزش‌های اجتماعی از اهمیت «زیادی» برخوردارند و پاسخ‌گویان در کل برای ارزش‌های اجتماعی در حدّ زیاد اهمیت قایلند.

اگر بخواهیم ارزش‌های اجتماعی را از دیدگاه پاسخ‌گویان به‌ترتیب اهمیت رده‌بندی نماییم براساس طیف لیکرت می‌توان طبقه‌بندی زیر را در این خصوص ارائه نمود:

جدول شماره‌ی ۷: طبقه‌بندی ارزش‌های اجتماعی برحسب میزان اهمیت در دوکشور ایران و ترکمنستان

میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی	مقولات ارزشی در ایران	مقولات ارزشی در ترکمنستان
خیلی زیاد	شهرت، مال و ثروت	سلامتی و تندرستی
زیاد	سلامتی و تندرستی، امانت‌داری	صداقت، درستکاری
متوسط	درستکاری، علم و دانش	همکاری و تعاون
کم	مقام، صداقت	زیبایی، امانت‌داری، علم و دانش
خیلی کم	همکاری و تعاون، زیبایی	شهرت، مال و ثروت، مقام

جدول فوق رتبه‌بندی ارزش‌ها را براساس میزان اهمیت نشان می‌دهد، برخی از ارزش‌ها به‌ویژه ارزش‌های مادی نظیر مال و ثروت و شهرت دارای کم‌ترین اهمیت در میان مردم ترکمنستان و بیش‌ترین اهمیت در میان مردم ایران می‌باشند؛ درحالی‌که ارزش‌های نظری و اخلاقی نظیر سلامتی و تندرستی، صداقت و درستکاری در هر دو کشور از اهمیت زیادی برخوردارند. برخی مقولات ارزشی نیز در هر دو کشور در حد متوسط اهمیت دارند نظیر: همکاری و تعاون، علم و دانش و...

در مجموع، میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی در هر دو کشور در حد بیش از متوسط و نزدیک به زیاد می‌باشد و تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای از این لحاظ بین مردم دو کشور وجود ندارد.

ب) مقولات اجتماعی دیگر

در کنار اهمیت ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی، شش مقوله‌ی اجتماعی دیگر به شرح زیر مورد بررسی قرارگرفت: ۱- میزان اهمیت اخبار داخل کشور، ۲- میزان اهمیت اخبار خارج از کشور، ۳- میزان احساس آسایش و آرامش (امنیت)، ۴- میزان رعایت حقوق اجتماعی افراد در جامعه، ۵- میزان پای‌بندی به قانون در جامعه و ۶- میزان رضایت از کار و زندگی. که اهمیت نسبی آن‌ها در ایران و ترکمنستان در جدول زیر مقایسه شده‌است:

جدول شماره‌ی ۸: توزیع میانگین ارزیابی پاسخ‌گویان نسبت به مقولات اجتماعی

ردیف	مقولات اجتماعی	ایران (میانگین از پنج)	ترکمنستان (میانگین از پنج)
۱	اخبار داخل	۲/۲	۳/۷۷
۲	اخبار خارج	۳/۱	۲/۷۲
۳	احساس امنیت	۳/۳۵	۴/۱۹
۴	حقوق اجتماعی	۲/۴	۳/۸۶
۵	پای‌بندی به قانون	۲/۹۶	۴/۱
۶	رضایت‌ازکار و زندگی	۳/۴	۴/۲۱
	میانگین میانگین‌ها	۲/۹۰	۳/۸۱

با نگاهی به شاخص میانگین، می‌توان به جایگاه مقولات اجتماعی فوق و اهمیت نسبی آن‌ها در دو کشور پی‌برد. بدین ترتیب که به استثنای توجه به اخبار خارج، در بقیه‌ی موارد، میانگین مقولات اجتماعی مورد بررسی در ترکمنستان بیش از ایران

اهمیت دارند. توجه بیش‌تر به اخبار خارج توسط مردم ایران می‌تواند به خاطر موقعیت استراتژیک و حساس ایران در سطح جهانی و منطقه‌ای باشد و میزان رضایت از کار و زندگی در بالاترین میزان و اهمیت اخبار خارجی در کم‌ترین میزان قرار گرفته‌اند.

ج) هرم قدرت در خانواده

خانواده به‌عنوان یکی از نهادهای اصلی اجتماعی در رابطه با وظایف متعددی که در جامعه دارد از اهمیت زیادی برخوردار است. معمولاً خانواده‌ی سنتی را با ویژگی‌های خاص خودش، می‌توان از نوع خانواده‌ی پدرسالار دانست. به‌قول ساموئل کینگ: «یک جامعه‌ی کشاورزی طبعاً مناسب برای روش خانوادگی پدرسالاری است و یک خانواده‌ی کشاورز، از آن‌جا که بیش از هر چیز جنبه‌ی اقتصادی دارد، نیازمند یک سر است و از دیرباز زمام امور آن به دست مرد بوده است. گذشته از این، در یک جامعه سنتی، خانه نه تنها مرکز فعالیت‌های اقتصادی بود؛ بلکه محل انجام کلیه‌ی فعالیت‌های دیگر اعم از تربیتی، اجتماعی، تفریحی و تا اندازه‌ی زیادی هم مذهبی به‌شمار می‌رفت و در نتیجه رشته‌ای که افراد خانواده را بهم می‌پیوست، بسیار نیرومند بود و اعضای خانواده با هم دارای پیوندهای بی‌شمار و از هر لحاظ وابسته به هم بودند» (وثوقی، ۱۳۶۶: ۶۲).

در مطالعه‌ی حاضر، برای بررسی میزان حاکمیت هر یک از اعضای خانواده و نقش آن‌ها در اعمال قدرت و نفوذ خود در خانواده از چگونگی آن سوال گردید که نتایج حاصله برای هر دو کشور در جدول زیر منعکس شده است:

جدول شماره‌ی ۹: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب نقش اعضای خانواده در تصمیم‌گیری‌های مهم

ردیف	تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی	ایران (فراوانی نسبی)	ترکمنستان (فراوانی نسبی)
۱	پدر یا پسر بزرگ خانواده	۱۵/۹	۵۰/۶
۲	مادر یا دختر بزرگ خانواده	۲/۶	۷/۱
۳	فقط فرزندان	۰/۶	۰
۴	پدر و مادر مشترک	۳۸/۸	۲۹/۵
۵	تمام اعضای خانواده	۴۲/۱	۱۲/۸
	مجموع	۱۰۰	۱۰۰

برای سنجش میزان اقتدار افراد در خانواده این پرسش مطرح شد که معمولاً در خانواده تصمیمات درباره‌ی مسایل مهم مثل ازدواج فرزندان، ساخت یا خرید منزل،

خرید وسایل و لوازم خانگی و... توسط چه کسی گرفته می‌شود و تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی کیست؟ پاسخ‌های ارائه‌شده از سوی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که در کشور ترکمنستان «پدر» عامل اصلی تصمیم‌گیری بوده و قدرت عمده خانواده در دست پدر است؛ به طوری که ۵۰/۶ درصد از تصمیمات مهم توسط پدر یا پسر بزرگ خانواده اتخاذ می‌گردد؛ در حالی که در کشور ایران فقط ۱۵/۹ درصد از تصمیمات مهم توسط «پدر» یا پسر ارشد خانواده اتخاذ می‌شود. مادر و فرزندان و به‌ویژه فرزند دختر در هر دو کشور جایگاه مهمی در هرم قدرت خانواده ندارند و صرفاً «مادر» در حد محدودی می‌تواند به تنهایی یا همراه با پدر به تصمیم‌گیری بپردازد. اگر حالتی را که تمام اعضای خانواده با هم تصمیم‌گیری می‌نمایند را به عنوان «جو دموکراسی» در خانواده در نظر بگیریم، تفاوت آشکاری بین دو کشور ملاحظه می‌شود. به طوری که جو دموکراسی در میان خانواده‌های ایران سه برابر بیش از خانواده‌های ترکمنستان وجود دارد. با این حال، در مجموع پاسخ‌های ارائه‌شده حاکی از حالت پدرسالاری و حاکمیت بیش‌تر پدر در خانواده در کشور ترکمنستان و حالت دموکراسی و حاکمیت اکثر اعضای خانواده در کشور ایران می‌باشد.

د) گرایش به مسافرت خارجی

تمایل به سفر خارجی، ترجیح و انتخاب کشورهای خارجی برای مسافرت، از مقولات دیگر مورد بررسی می‌باشد. برای سنجش تمایل افراد به مسافرت خارجی میزان تمایل و علاقه‌ی آنان در قالب طیف لیکرت سؤال گردید که نتایج حاصله به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌گویان بر حسب تمایل به سفر خارجی در ایران و ترکمنستان

ردیف	میزان تمایل به مسافرت خارجی	ایران (فراوانی نسبی)	ترکمنستان (فراوانی نسبی)
۱	خیلی کم	۱۰/۴	۱/۹
۲	کم	۱۴/۶	۲/۶
۳	متوسط	۲۳	۱۴/۸
۴	زیاد	۲۳/۸	۴۱/۹
۵	خیلی زیاد	۲۸/۳	۳۸/۸
-	مجموع	۱۰۰	۱۰۰
	میانگین وزنی از پنج	۳/۴۵	۴/۱۲

توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که ساکنان ایران و ترکمنستان تمایل زیادی به سفرهای خارجی دارند و شاخص میانگین بیانگر وجود تمایل در حدّ بیش از «زیاد» برای کشور ترکمنستان و در حدّ بیش از «متوسط» برای کشور ایران می‌باشد. حال این تمایل و گرایش در میان افراد پاسخگو به شدت وجود دارد، لکن آرزوها و ترجیحات آنها نیز برای آگاهی از اولویت‌های آنها برای سفر به خارج مورد بررسی قرار گرفت که اولویت‌بندی کشورهای منتخب نشان می‌دهد که سه کشور: عربستان سعودی، ایران و ترکیه در اولویت اول تا سوم مردم کشور ترکمنستان قرار گرفته است در حالی که ۲۲ کشور خارجی دیگر در اولویت‌های بعدی قرار دارند. این امر نشان‌دهنده‌ی اولویت کشور ایران برای مسافرت و گردشگری توسط مردم ترکمنستان است. اولویت‌های سه‌گانه‌ی فوق در انتخاب و ترجیح کشورهای خارجی در زمره‌ی آرزوها و تمایلات محسوب می‌گردد. حال برای این‌که بدانیم عملاً پاسخ‌گویان چه رفتاری از خود نشان داده‌اند، به‌طور عینی، کشورهایی را که تا کنون به آنها مسافرت نموده‌اند، مورد پرسش قرار داده‌ایم. مقایسه‌ی بین آرزوها و تمایلات (ذهنی) با رفتارها (عینی)، نتایج جالبی به‌دست خواهد داد. در واقع تفاوت بین آنچه انتظار دارند با آنچه عملاً در واقعیت امکان آن برای‌شان وجود داشته‌است، نشان‌دهنده‌ی میزان محرومیت نسبی در این زمینه می‌باشد و میزان شکاف نیز مشخص خواهد شد. برای این منظور، از پاسخ‌گویان سؤال شده است که تا به حال مسافرت به کدام کشورها را تجربه نموده‌اند؟ پاسخ‌های ارائه شده (رفتارهای واقعی پاسخ‌گویان) نشان می‌دهد که اکثر قریب به اتفاق آنها به حدود ۱۲ کشور خارجی سفر نموده‌اند که به‌ترتیب اهمیت عبارتند از:

۱- ایران	(۴۰/۹ درصد)	۲- روسیه	(۱۵/۹ درصد)
۳- ازبکستان	(۹/۷ درصد)	۴- قزاقستان	(۵/۱ درصد)
۵- آذربایجان	(۳/۷ درصد)	۶- ترکیه	(۳/۳ درصد)
۷- عربستان	(۲/۴ درصد)	۸- هندوستان	(۲/۱ درصد)
۹- پاکستان	(۱/۸ درصد)	۱۰- آلمان	(۱/۸ درصد)
۱۱- تاجیکستان	(۱/۶ درصد)	۱۲- اوکراین	(۱/۶ درصد)

بیش‌ترین فراوانی مربوط به کشور ایران است، به‌طوری‌که ۱۵۲ نفر از کل ۱۶۶ نفر به ایران سفر نموده‌اند که ۹۱/۵ درصد آنها را شامل می‌شود.

ه) نگرش نسبت به ایران و ایرانیان

نگرش پاسخ‌گویان نسبت به ایران را با دو شاخص مورد مطالعه قرار داده‌ایم. یک شاخص، ارزیابی مردم ترکمنستان از فرهنگ و مردم ایران و شاخص دیگر ارزیابی آنها

نسبت به برخورد نیروهای اجرایی و اداری ایران با آن‌ها بوده است که براساس طیف پنج قسمتی لیکرت اطلاعات مربوطه جمع‌آوری گردید و در قالب جدول ترکیبی زیر طبقه‌بندی شده است:

جدول شماره ۱۱: ارزیابی نسبی پاسخ‌گویان نسبت به فرهنگ مردم ایران و نحوه برخورد نیروهای اداری و اجرایی

ردیف	شاخص‌ها یا ابعاد ارزیابی	ارزیابی نسبی پاسخ‌گویان					میانگین وزنی
		خیلی خوب	خوب	متوسط	بد	خیلی بد	
۱	فرهنگ مردم ایران	۱۱/۰ (۱۴)	۷۱/۹ (۹۲)	۱۱/۷ (۱۵)	۰/۸ (۱)	۱/۶ (۲)	۳/۹۲ (۱۲۸)
۲	برخورد نیروهای اجرایی و اداری	۶ (۹)	۶۱/۶ (۹۳)	۱۹/۲ (۲۹)	۱۰/۶ (۱۶)	۲/۴ (۴)	۳/۵۷ (۱۵۱)
	مجموع	۱۷ (۲۳)	۱۳۳/۵ (۱۸۵)	۳۰/۹ (۴۴)	۱۱/۴ (۱۷)	۴ (۶)	۳/۷۴ (۲۹۷)
میانگین میانگین‌ها = ۳/۷۴							

ارزیابی نسبی پاسخ‌گویان نسبت به فرهنگ مردم ایران و برخورد نیروهای اجرایی و اداری نشان می‌دهد که به‌طور میانگین، از دیدگاه پاسخ‌گویان، فرهنگ مردم ایران تقریباً «خوب» می‌باشد؛ لکن برخورد نیروهای اداری و اجرایی در حد متوسط رو به بالا است و کم‌تر از «خوب» می‌باشد. در مجموع، نگرش پاسخ‌گویان درباره‌ی ایران منفی نیست و به سمت مثبت میل دارد. بنابراین در آینده می‌توان این نگرش مثبت را تقویت نمود و یکی از راه‌کارهای آن اصلاح طرز برخورد نیروهای اجرایی و اداری ایران با مسافران خارجی بالأخص بازرگانان و گردشگران می‌باشد.

و) نگرش مردم ترکمنستان نسبت به تجار و جهانگردان ایرانی

برای اطلاع از نگرش کلی پاسخ‌گویان نسبت به ایران و ایرانیان، علاوه بر پرسش از چگونگی ارزیابی آن‌ها درباره‌ی فرهنگ مردم ایران و نحوه‌ی برخورد نیروهای اجرایی و اداری، نگرش نسبت به تجار و جهانگردان ایرانی نیز مورد بررسی قرار گرفت. میانگین نگرش پاسخ‌گویان نسبت به تجار و توریست‌های ایرانی، نشان می‌دهد که بیش از حد «متوسط» دارای نگرش مثبت هستند (۳/۸۵ از ۵). اگر بخواهیم نگرش پاسخ‌گویان را نسبت به ایران و ایرانیان در ابعاد مختلف آن با یکدیگر مقایسه کنیم، درمی‌یابیم که نگرش مردم ترکمنستان نسبت به فرهنگ مردم ایران مثبت‌تر از سایر ابعاد می‌باشد و

نگرش آنان نسبت به تجار و جهان‌گردان ایرانی نیز مثبت‌تر از نگرش آن‌ها نسبت به برخورد نیروهای اجرایی و اداری است. بنابراین، نگرش پاسخ‌گویان نسبت به ابعاد سه‌گانه‌ی مورد بررسی را می‌توان به ترتیب اهمیت و از مثبت به منفی به شرح زیر رتبه‌بندی نمود:

- ۱- نگرش نسبت به فرهنگ مردم ایران (۳/۹۲ از ۵)
- ۲- نگرش نسبت به تجار و جهان‌گردان (۳/۸۵ از ۵)
- ۳- نگرش نسبت به نیروهای اجرایی و اداری (۳/۷۴ از ۵)

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌ها و نتایج حاصل از دو تحقیق پیمایشی انجام شده و با عنایت به هدف اصلی این مقاله که شناخت نقاط اشتراک در رفتارهای فرهنگی و اجتماعی بین دو کشور ایران و ترکمنستان بوده است، می‌توان نتیجه گرفت که افراد مورد مطالعه در دو کشور ایران و ترکمنستان در موارد زیر دارای اشتراک در نگرش و رفتار می‌باشند:

- ۱- اشتراک در چگونگی گذران اوقات فراغت، به‌ویژه میزان و نحوه‌ی استفاده از رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی.
 - ۲- اشتراک در مصرف کالاهای فرهنگی، به‌ویژه استفاده از تلویزیون، ویدئو، رادیو و برنامه‌های آن‌ها.
 - ۳- اشتراک در مطالعه‌ی کتب و نشریات تخصصی و ادواری.
 - ۴- اشتراک در فعالیت‌ها و اعمال دینی و مذهبی، به‌ویژه الگوی انجام اعمال واجب و مستحب مذهبی.
 - ۵- اشتراک در ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه ارزش‌های اخلاقی و نظری مانند صداقت، درستکاری، تندرستی.
 - ۶- اشتراک در ترجیح مقولات اجتماعی، به‌ویژه احساس امنیت و رضایت از کار و زندگی.
 - ۷- اشتراک در نوع و میزان گرایش به مسافرت خارجی در راستای توسعه‌ی صنعت گردشگری.
 - ۸- اشتراک در نگرش نسبت به فرهنگ یکدیگر.
- بنابراین، با توجه به اشتراک فراوان در رفتارها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی بین دو کشور ایران و ترکمنستان، به نظر می‌رسد جای هیچ‌گونه تردیدی در تقویت و

تحکیم روابط سیاسی - اجتماعی و فرهنگی بین دو کشور در راستای تحقق اهداف و منافع ملی و منطقه‌ای، باقی نمی‌ماند. لذا، با عنایت به اشتراکات فرهنگی و اجتماعی فراوان بین مردم دو کشور ایران و ترکمنستان، این دو کشور در کنار سایر کشورهای حاشیه‌ی دریای خزر می‌توانند در صلح و دوستی و با استفاده از روش‌های مسالمت‌آمیز، روابط سیاسی - اجتماعی خود را تحکیم بخشیده و با اتکا به نقاط مشترک فرهنگی اجتماعی یاد شده، بیش از پیش در جهت اهداف انسان‌دوستانه و تحقق منافع متقابل گام بردارند. قابل ذکر است که یکی از دلایل نزدیکی و مشابهت بسیار زیاد در رفتارها و نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی مردم ایران و ترکمنستان، مقایسه‌ی ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی مردم ترکمنستان با همان ویژگی‌ها در استان گلستان می‌باشد. از آن‌جا که داده‌ها و نتایج این مطالعه محدود به نتایج مطالعات انجام شده در این زمینه بوده است که تعداد آن‌ها بسیار اندک می‌باشد؛ لذا، محدودیت در دسترسی به داده‌ها و اطلاعات، موجب انتخاب صرفاً دو پژوهش انجام شده در این زمینه گردید. بنابراین، در مورد تعمیم نتایج و یافته‌های این مطالعه در سطح ملی، بایستی جانب احتیاط را رعایت نمود. در این مورد می‌توان با تکمیل تحقیق از طریق انجام پژوهش‌های دیگر با روش‌هایی متفاوت و یافتن نقاط مشترک، به قضاوت‌های مطمئن‌تری دست یافت.

یادداشت‌ها:

- ۱- اینچه برون یکی از شهرهای ایران است که در نقطه‌ی مرزی بین ایران و ترکمنستان واقع شده و امور اداری و عملیات گمرکی جهت ورود و خروج کالا و مسافر در آنجا صورت می‌گیرد.
- ۲- مراجعه شود به: خوش‌فر، غلامرضا: «بررسی و تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی در استان گلستان»، شورای پژوهشی اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گلستان، ۱۳۷۹.
- ۳- شانزده نقطه‌ی شهری استان گلستان عبارتند از: مینودشت، کلاله، گالیکش، گنبد، آزادشهر، خان‌ببین، رامیان، دلد، علی‌آباد، گرگان، آق‌قلا، بندر ترکمن، گمیشان، کردکوی، بندرگز، نوکنده.
- ۴- به‌طور تقریبی در زمان انجام این مطالعه (۱۳۷۹-۱۳۸۰) هر ۱۰۰ ریال ایران برابر با ۴۰۰۰ منات ترکمنستان می‌باشد.
- ۵- نماز تراویح، نماز ویژه‌ی ماه مبارک رمضان است که همراه با مراسم خاصی اغلب در مساجد برگزار می‌گردد. این نماز توسط اهل سنت به جا آورده می‌شود.

منابع :

- ۱- آکینر، شیرین (بی‌تا): *اقوام مسلمان اتحاد شوروی*، ترجمه‌ی محمدحسین آریا، تهران: شرکت انتشارات علمی فرهنگی.
 - ۲- المنوفی، کمال (۱۳۷۵): *پژوهشی میدانی پیرامون اسلام و توسعه*، ترجمه‌ی مؤسسه‌ی پژوهش‌های اجتماعی، تهران: انتشارات بینش.
 - ۳- خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۷۹): *بررسی و تحلیل فرهنگ عمومی در استان گلستان*، گرگان: شورای پژوهشی اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گلستان.
 - ۴- _____ (۱۳۸۱): *ترکمنستان: بررسی ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی*، گرگان: شورای پژوهشی اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گلستان.
 - ۵- رابرتسون، یان (۱۳۷۲): *درآمدی بر جامعه‌شناسی*، ترجمه‌ی حسین بهروان، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
 - ۶- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۲): *سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی*، مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، تهران: وزارت جهاد سازندگی.
 - ۷- سارلی، ارازمحمد (۱۳۷۹): *ترکمنستان، مباحث کشورها و سازمان‌های بین‌المللی*، ش ۶۲، چاپ دوم، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
 - ۸- سراج‌زاده، سیدحسین (۱۳۷۷): *نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن برای سکولار شدن*، *نمایه‌ی پژوهش*، سال دوم، پاییز و زمستان.
 - ۹- عبدی، عباس و محسن گودرزی (۱۳۷۸): *تحولات فرهنگی در ایران*، تهران: انتشارات روش.
 - ۱۰- عسکری‌خانقاه، علی‌اصغر و محمدشریف کمالی (۱۳۷۴): *ایرانیان ترکمن*، پژوهشی در مردم‌شناسی و جمعیت‌شناسی، تهران: انتشارات اساطیر.
 - ۱۱- گلی، امین‌اله (۱۳۶۶): *تاریخ سیاسی و اجتماعی ترکمن‌ها*، تهران: انتشارات علم.
 - ۱۲- محمدزمانی، مهدی (۱۳۷۷): *نگاهی به موقعیت فرهنگی استان گلستان*، گرگان: اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی.
 - ۱۳- *نمایه‌ی پژوهش* (۱۳۷۷): «شناخت آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران»، *نمایه‌ی پژوهش*، سال دوم، پاییز و زمستان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت آموزشی و پژوهشی.
 - ۱۴- والرشتاین، ایمانوئل (۱۳۷۷): *سیاست و فرهنگ در نظام متحول جهانی*، ترجمه‌ی پیروز ایزدی، چاپ اول، تهران: نشر نی.
 - ۱۵- وثوقی، منصور (۱۳۶۶): *جامعه‌شناسی روستایی*، تهران: انتشارات کیهان.
 - ۱۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۱): *اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران*، چاپ اول، تهران: دفتر طرح و برنامه‌ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
 - ۱۷- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (بی‌تا): *آشنایی با جمهوری‌های مستقل آسیای میانه و قفقاز* (جمهوری ترکمنستان)، تهران: معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- 19- Sideney W. Mintz, *The power of Sweetness and the Sweetness of Power*. 8th Duijker Lecture Deventer, NL: Van Loghum Slaterus, 1988.

