

بازنمایی هویت ملی در نشریات دانشجویی (بررسی موردی: نشریات دانشجویی دانشگاه کردستان)

امید قادرزاده*

E-mail: o.ghaderzadeh@uok.ac.ir

هیرش قادرزاده**

E-mail: hersh.qaderzade@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۰/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۴/۲۸

چکیده

با درک اهمیت و جایگاه هویت ملی به مثابه دربرگیرنده‌ترین سطح هویت جمعی در برقراری و تداوم همبستگی ملی، این پژوهش در صدد است تا میزان بازنمایی هویت ملی را در نشریات دانشجویی دانشگاه کردستان، در قالب بررسی کمی و استقرایی، مورد شناسایی قرار دهد. در انجام این پژوهش از روش و فن تحلیل محتوا و در جمع‌آوری اطلاعات از تمام شماره‌های ۱۴۵ نشریه که در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۸۹ در دانشگاه کردستان انتشار یافته‌اند، استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد از مجموع مطالب مورد بررسی، به ترتیب ۲۰/۴ و ۱۸ درصد مطالب به هم‌گرایی و واگرایی از هویت ملی اختصاص یافته است. از میان ابعاد و مؤلفه‌های هم‌گرایی، بُعد سیاسی و مؤلفه‌های «مشارکت سیاسی» و «پذیرش قانون اساسی» و از میان ابعاد و مؤلفه‌های واگرایی، بُعد اجتماعی و مؤلفه «تلقین سرنوشت واحد برای کردها» بیش از همه در کانون توجه نشریات دانشجویی قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: هویت ملی، هم‌گرایی، واگرایی، نشریات دانشجویی، تحلیل

محتوا.

* استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان، نویسنده مسئول

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد

۱. مقدمه و بیان مسئله

هویت جمعی، منعکس‌کننده سطوح تعلقات، تعهدات و وفاداری‌های جمعی افراد است که نه تنها شالوده اصلی ساختار اجتماعی هر جامعه را شکل می‌بخشد بلکه خود در بطن نظام فرهنگی و اجتماعی تکوین می‌یافته و به آن الگو می‌دهد، مجموعه‌ای از الگوهای فرهنگی را بر جامعه و افراد تحمیل می‌کند، انسجام و پیوستگی را در زندگی اجتماعی امکان‌پذیر می‌سازد، تجارب افراد را تفسیر می‌کرده و ترجیحات و جانبداری‌های‌شان را مشخص می‌کند (هربوکن^۱، ۲۰۰۴: ۱۰۹).

ورود رو به رشد مفهوم هویت به حوزه‌های آکادمیک، به‌ویژه به بخش پایان‌نامه‌ها و نشریات دانشجویی، نشان از گسترش دغدغه «علمی» و «اجتماعی» دارد که همبسته با اوضاع و احوال بین‌المللی و منطقه‌ای، از جذابیت بیشتری نیز برخوردار شده تا حدی که اقبال دانشجویان را به آن، به‌عنوان موضوع پژوهشی، برانگیخته است (مقصودی، ۱۳۸۶: ۸۲). با توجه به اهمیت نقش و جایگاه محیط دانشگاهی در ارتقای سطح دانش تخصصی و عمومی، مدارای اجتماعی، نوع دوستی، عام‌گرایی و تقویت حوزه عمومی (دلانتی^۲، ۲۰۰۲: ۷)، بررسی و ارزیابی نقش محیط دانشگاه در تقویت همبستگی و هویت جمعی عام بسیار اثرگذار است.

دانشگاه به‌عنوان نهادی آموزشی و فرهنگی نقش مهمی در تولید انگاره‌های هویتی دارد. بعضی از دانشجویانی که وارد دانشگاه می‌شوند طی دوره تحصیل خود در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌جویند و در تعامل با سایر دانشجویان به تعاریفی از هویت خویش و دیگران دست یافته و به بازتولید این هویت‌ها می‌پردازند. بخش قابل توجهی از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دانشجویان حول کانون‌ها و تشکل‌های دانشجویی و فعالیت در نشریات دانشجویی است. بنا به گفته مدیرکل امور فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، بالغ بر سه هزار نشریه دانشجویی در دانشگاه‌های دولتی منتشر می‌شوند (دارا، ۱۳۸۹). بنابراین، مطالعه محتوای آن، موضوعی مهم برای مطالعه است. اهمیت موضوع از دو بُعد نظری و عملی است. اهمیت نظری آن، به سبب نقشی است که مطالب و مضامین نشریات دانشجویی در شکل‌دهی به دیدگاه‌ها و نگرش‌های دانشجویان نسبت به اُبژه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و محیط هنجاری جامعه خود ایفا کرده و امکان واکاوی و بازخوانی تعلقات هویتی را به دست می‌دهد. اهمیت عملی آن بدین جهت است که برنامه‌ریزی، سامان‌بخشی و

1. Horboken

2. Delanty

مدیریت منطقی فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه‌ها و نشریات دانشجویی هم‌گام با سیر تحولات اجتماعی و فرهنگی و مقتضیات آن، از اهداف و نیازهای مبرم در آموزش عالی است. به بیان دیگر، انعکاس مسائل و موضوعات محلی و ملی در نشریات دانشجویی، مجال برای آشنایی با مسائل و مشکلات و کمک به افزایش قدرت تشخیصی نخبگان سیاسی برای مدیریت تغییرات اجتماعی در فضای دانشگاه و مواجهه عالمانه با آسیب‌های نظام اجتماعی در ابعاد چهارگانه آن است. بنابراین، آگاهی از گرایش‌ها و مرزبندی‌های هویتی دانشجویان و تغییرات آن در طول زمان به فهم تحلیل جریان‌ها و فرایندهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی موجود در دانشگاه‌ها و در سطح جامعه کمک شایانی کرده و پیش‌بینی روند تحولات آینده جامعه را تا حدودی ممکن می‌سازد. به همین جهت، اجرای پژوهش‌هایی از این دست، برای مدیران و برنامه‌ریزان جامعه، به‌خصوص در بخش آموزش عالی راه‌گشا و بلکه ضروری است. این مقاله در پی آن است تا با لحاظ کردن نقش و جایگاه نشریات دانشجویی در مهیا ساختن فرصت‌های فراگیری مهارت‌های اجتماعی و بازاریابی در افق ذهنی، بینشی و مرزبندی‌های هویتی دانشجویان، تصویری روشن از شیوه انعکاس مفاهیم و مضامین مرتبط با همگرایی و واگرایی از هویت ملی به‌عنوان مهم‌ترین هویت جمعی را در محتوای نشریات دانشجویی دانشگاه گُردستان بررسی کند. بنابراین سؤال‌های اصلی مطرح شده در مقاله حاضر این است که نشریات دانشجویی گُردزبان تا چه اندازه با نشانگان هویت ملی همگرایی و واگرایی داشته‌اند؟ از میان ابعاد و مؤلفه‌های همگرایی و واگرایی از هویت ملی، کدام یک از ابعاد و مؤلفه‌ها بیش از همه در کانون توجه نشریات دانشجویی قرار گرفته است؟

۲. تمهیدات نظری و مفهومی پژوهش

۲-۱. نشریات دانشجویی

مطابق بند ۱ ماده ۱ ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاه، کلیه نشریاتی که به صورت ادواری، گاهنامه، یا تک شماره، و نیز نشریات الکترونیکی که با نام ثابت و تاریخ نشر در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، علمی، اقتصادی، هنری، ادبی و ورزشی توسط هر یک از دانشجویان، تشکل‌ها و نهادهای دانشگاهی، استادان و اعضای هیئت علمی یا گروهی از ایشان در دانشگاه‌ها منتشر و در محدوده دانشگاه‌ها توزیع می‌شوند، نشریه دانشگاهی محسوب می‌شوند.

در دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاه، بر نهادینه ساختن فضای آزاداندیشی، نقد و گفت‌وگوی سازنده و تأکید بر حق آزادی بیان، هم‌چنین ایجاد فرصت‌های فراگیری مهارت‌های روزنامه‌نگاری و ارتقای سطح دانش عمومی و تخصصی دانشگاهیان تأکید شده است. نشریات دانشجویی، به مراتب نقشی بیش از انعکاس و بازنمایی مطالبات و خواسته‌های صنفی دانشجویان را عهده‌دار هستند. دانشجویانی که در این نشریات به بیان مطالب و جهت‌گیری‌های هویتی خود می‌پردازند، از لحاظ مادی به این نشریه‌ها وابستگی نداشته و هر کدام در شرایط زمانی و مکانی متفاوت و در گروه سنی خاصی قرار دارند. به دلیل محدود و مشخص بودن دوره تحصیلی و فعالیت هیئت تحریریه نشریات، نشریات دانشجویی صعود و افولی قابل توجه دارند.

۲-۲. هویت جمعی

دومین مفهوم کلیدی مقاله حاضر، مفهوم هویت جمعی است. هویت جمعی، تعریف مشخص از خود براساس عضویت‌های گروهی است که با ملاحظات ارزشی و احساسی مقارن است (تاجفل^۱ و ترنر^۲، ۱۹۸۶: ۴۲؛ ترنر، ۱۹۹۹: ۸). به عبارت دیگر، هویت جمعی، به‌طور عمده به انتساب یا عضویت فرد به یک جمع یا گروه و در نتیجه شباهت او با سایر اعضای جمع مربوط می‌شود. هویت جمعی را می‌توان روح و اساس جامعه تلقی کرد. زیرا بدون هویت جمعی، نه اجتماعی وجود خواهد داشت و نه زمینه‌ای برای تعاملات اجتماعی فراهم می‌شود. هنگامی که عنوان می‌شود انسان موجودی اجتماعی است، این بدان معناست که بدون هویت‌های جمعی، انسان موجودیت خود را از دست خواهد داد. هرچند برخی از جامعه‌شناسان معاصر نظیر آنتونی گیدنز بر اهمیت هویت شخصی در دوران مدرنیته تأکید کرده‌اند، اما برجسته شدن بحث هویت در دهه‌های اخیر، به‌طور عمده ناشی از اهمیت روزافزون هویت‌های جمعی بوده است. به همین جهت، بخش عمده‌ای از ادبیات دانشگاهی در حوزه علوم اجتماعی به جنبه‌های مختلف هویت‌های جمعی اختصاص یافته و هویت‌هایی نظیر هویت ملی، هویت مذهبی، هویت قومی و در چارچوب مطالعات بین رشته‌ای مورد بررسی قرار گرفته‌اند (آبدلال^۳ و دیگران، ۲۰۰۵: ۱).

1. Tajfel

2. Turner

3. Abdelal

موضوع هویت جمعی و تغییر و تحول آن در آثار اغلب صاحب نظران و جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر، به‌طور مستقیم و صریح یا غیر مستقیم و ضمنی و از زوایای گوناگون مورد توجه قرار گرفته است. ریشه عمده مباحث مربوط به «هویت» در جامعه‌شناسی را می‌توان به نظریاتی نسبت داد که در دانشگاه شیکاگو و به‌ویژه در چارچوب دیدگاه تعامل‌گرایی نمادین در مورد مفهوم «خود» و ابعاد آن مطرح شده است. به همین جهت در گفتمان جامعه‌شناسی، هویت با آثار «هربرت مید» و «کولی» مفهوم‌سازی شده است (سرولو^۱، ۱۹۹۷: ۳۸۴). در نظریه اجتماعی هربرت مید، «خود» یک امر تکوینی است، در جریان تعاملات و مناسبات اجتماعی با دیگران شکل می‌گیرد و زمینه و موقعیت اجتماعی جایگاه درخور توجهی در تکوین و تطور آن دارد (مید، ۱۹۳۴: ۷۶). در دیدگاه نظری تعامل‌گرایی نمادین، عمدتاً بر چگونگی شکل‌گیری «من مفعولی» تمرکز شده و به کندوکاو در شیوه‌هایی پرداخته می‌شود که به واسطه آن تعاملات بین شخصی، درک افراد از خود و به تعبیری هویت‌شان را شکل می‌بخشد.

مسئله بنیادین جامعه‌شناسی دورکیم، نحوه مناسبات افراد با اجتماع است که در قالب همبستگی اجتماعی به آن پرداخته است. همبستگی اجتماعی به عنوان نماد حس دلبستگی و تعلق افراد به اجتماع، عامل نیرومندی در نزدیک کردن افراد به همدیگر و تشدید تماس‌های آنان است. بنیان همبستگی و عامل نزدیکی آدمیان در جوامع ماقبل مدرن، علل مکانیکی و نیروهای غریزی نظیر هم‌خونی، دلبستگی به سرزمین واحد، پرستش نیاکان، اشتراک و تشابه در خوی و عادات بود. جوامع مبتنی بر همبستگی مکانیکی بیشتر دارای هویت خاصی بوده و هر یک از افراد یک قطاع چون کاملاً در آن تحلیل رفته است، هویتی مشابه با هویت دیگر اعضای قطاع پیدا می‌کند. در جوامع مدرن، در جریان افزایش تراکم جمعیت، گسترش تقسیم کار، تشدید ارتباطات و مناسبات اجتماعی، ماهیت وجدان جمعی فراتر رفته و ماورای گوناگونی‌های محلی و منطقه‌ای قرار می‌گیرد و بنابراین نوعی همبستگی ارگانیک یا بین گروهی به وجود می‌آید که بر تفاوت‌پذیری و وحدت و همگرایی، تسامح، تساهل، انعطاف‌پذیری و رشد اخلاق حرفه‌ای - به‌عنوان خمیرمایه نظم اجتماعی جدید - مبتنی بود و این همبستگی ارگانیک خود پایه یگانگی اجتماعی و اعتلای سطح هویت جمعی را فراهم می‌سازد (دورکیم، ۱۳۶۹: ۷۸). بنابراین، به بیانی می‌توان ادعا کرد که برای اولین بار در

1. Cerulo

علوم اجتماعی، این دورکیم بود که نه تنها تفاوت‌ها را مانع انسجام و نظم اجتماعی ندانست که حتی تفاوت‌ها را عاملی بالقوه در جهت تثبیت نظم و انسجام تلقی می‌کرد. پارسونز نیز به تاسی از دورکیم معتقد است هویت انسان از همان آغاز زندگی و در تمامی طول هستی‌اش به‌طور مداوم در مناسباتی با ارگانیزم، فرهنگ و اجتماع ساخته شده و تغییر می‌کند. البته این نظام‌ها با توجه به ماهیت‌شان هویت‌های مختلفی را به فرد القاء می‌کنند، مثلاً در نظام خانواده بر اساس تعلق و وابستگی نقش‌ها به یکدیگر نوعی هویت خاص‌گرا در فرد درونی می‌شود اما با ورود به دوران جوانی و تحصیل در مراکز آموزش عالی و به تبع آن گسترش شبکه روابط اجتماعی نوعی جهش در وابستگی عاطفی شخص صورت می‌گیرد و احساسات و عواطف تعمیم‌یافته به صورت نوعی عام‌گرایی در فرد تقویت می‌شود (روشه، ۱۳۷۶: ۱۰۴-۱۰۶). پارسونز، در سطح خرد، ارضای نیازهای افراد و فرایند اجتماعی شدن و هنجارپذیری افراد را از شرایط لازم، و پذیرش عقاید و ارزش‌های عامی چون خردگرایی، فعال‌گرایی، آزادگی و... را عامل تعیین‌کننده ایجاد همبستگی و رشد تعهد متقابل بین افراد می‌داند. هم‌چنین در سطح کلان، هم‌سویی عوامل ساختاری (اقتصاد، سیاست یا سازماندهی این امکانات در راه تحقق آرمان‌های جامعه) را از شرایط لازم، و نهادهای فرهنگی مولد و مروج دانش‌ها و ارزش‌ها را در تحقق اجتماع عام مؤثر می‌داند (پارسونز، ۱۹۶۶ به نقل از عبداللهی، ۱۳۷۵: ۶۹).

در نزد جامعه‌شناسان معاصر، ضمن قبول وجود هویت‌های جمعی گوناگون، هویت‌های محلی و خرد با هویت‌های عام و کلان در وابستگی متقابل و پیوند دیالکتیکی به سر می‌برند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. گسترش مناسبات میان این هویت‌های جمعی می‌تواند زمینه‌ساز دستیابی به یک توافق جمعی عام، ارتقاء سطوح هویتی و شکل‌گیری ساختارها و ارزش‌های عام و تحقق توسعه و تکامل اجتماعی شود (تیلور و اسپنسر، ۲۰۰۴: ۲). در واقع در نزد جامعه‌شناسان معاصر، انواع و سطوح متفاوت هویت‌ها اعم از محلی، ملی و جهانی به موازات هم مطرح می‌شوند؛ به طوری که می‌توان تحقق هویت جمعی عام را قرین حفظ تفاوت‌ها و هویت‌های جمعی خاص دانست (عبداللهی و حسین‌بر، ۱۳۸۱: ۱۱۱). به نظر گیدنز، در جامعه مدرن با تعدد گروه‌بندی‌ها، اجتماعات و «ما»های مختلف و متکثر شدن زمینه‌های عمل و تنوع مراجع، منابع هویت‌ساز، ماهیتی چندگانه و متنوع به خود گرفته و افراد به طور فزاینده‌ای در پذیرش مجموعه متنوع و متفاوتی از گروه‌بندی‌ها و وفاداری‌ها از حق

انتخاب برخوردار شده‌اند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۸۰). به قول یان کرایب^۱، در دوران معاصر، هویت‌ها در تقابل با هم تعریف نمی‌شوند و برای ما هم‌زمان امکان برخورداری از یک خود یکپارچه و خودهای متکثر وجود دارد؛ از این رو، موضوع هویت، صرفاً موضوع برخورداری از این یا آن هویت نیست (کرایب، ۱۹۹۸: ۵).

از نظر پیتر کویستو^۲ نیز، در جوامع معاصر وفاداری و هویت‌یابی‌های دوره پیشامدرن که گستره آن به افراد هم‌قبیله، هم‌طایفه، هم‌روستا و هم‌زبان محدود می‌شد به تدریج به فرهنگ ملی انتقال و ارتقاء پیدا می‌یابد و تمایزات و تفاوت‌های قبیله‌ای، محلی و منطقه‌ای به تدریج در ذیل آن چیزی قرار می‌گیرد که ارنست گلنر^۳ آن را «بام سیاسی» دولت – ملت می‌نامد؛ چیزی که به یکی از منابع قدرتمند معنا برای هویت‌های اجتماعی و فرهنگی مدرن تبدیل شده است. به‌زعم کویستو، گذار از جوامع سنتی به جوامع مدرن الزاماً به معنی زوال و طرد هویت‌های جمعی محلی نیست، بلکه در سایه مشارکت و حضور فعالانه اجتماعات مختلف در جامعه مدنی، تکوین اصول و قواعد غیر شخصی مبتنی بر شهروندی فراگیر و تساهل فرهنگی، احساسات مشترک و آگاهی مدنی و «ما»ی گروهی بسط و ارتقاء می‌یابد و برادری قبیله‌ای جای خود را به برادری با همه می‌سپارد و هویت جمعی عام وجه غالب هویت‌های جمعی را تشکیل می‌دهد (کویستو، ۲۰۰۲: ۲۰).

هابرماس، در نظریه کنش ارتباطی، بهره‌گیری از حوزه عمومی یا گستره همگانی برای تعاملات فرهنگی و اجتماعی، به‌ویژه گفت‌وگوی آزاد و خردمندانه را در شکل‌گیری ساختارها و ارزش‌های عام و تحقق عقلانیت ارتباطی و توسعه و تکامل اجتماعی ضروری می‌داند (هابرماس، ۱۹۷۹: ۸۳). هابرماس از منظر آرمان‌های مدرنیته و از جوانب فلسفی – اجتماعی جایگاه قابل توجهی برای دانشگاه در تقویت حوزه عمومی و به تبع آن کنش‌های ارتباطی عام قائل است. وی، در کنار ابعاد تخصصی آموزش دانشگاهی، بر انتقال، تبیین و اشاعه سنت فرهنگی جامعه و شکل دادن به خودآگاهی سیاسی دانشجویان تأکید می‌کند (فاضلی، ۱۳۸۶: ۱۷۹).

دلانتی نیز، با تأکید بر رسالت و نقش دانشگاه بر این باور است که دانشجویان در محیط دانشگاه، نقش‌ها و ارزش‌هایی را فرا می‌گیرند که نوع‌دوستی و عام‌گرایی یکی از مؤلفه‌های آن است (دلانتی، ۲۰۰۲: ۸).

با لحاظ کردن نقش و جایگاه آموزش عالی و دانشگاه به مثابه یکی از اصلی‌ترین کارگزاران جامعه‌پذیری جدید می‌توان انتظار داشت که با ورود افراد به محیط دانشگاه

1. Ian Craib

2. Kivisto

3. Gellne

و تجربه جامعه‌پذیری ثانویه (در قالب مشارکت و حضور فعال در شکل‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نشریات دانشجویی) مرزهای هویت‌های اولیه بسط و تعمیم یافته و نوعی همگرایی با هویت‌های ثانویه نظیر هویت ملی افزایش یابد. بر این اساس، فرضیه اصلی پژوهش این‌گونه سازماندهی شده است که «تعداد و درصد مطالب همگرایی با هویت ملی در نشریات دانشجویی گُردزبان بیش‌تر از تعداد و درصد مطالب واگرایی با هویت ملی در این نشریات است».

۳. ایضاح مدل مفهومی (شاخص‌های تحلیل محتوا)

هویت‌های جمعی را می‌توان از جنبه‌ها و منظرهای گوناگون دسته‌بندی کرد. یکی از رایج‌ترین آن‌ها، دسته‌بندی بر مبنای چگونگی کسب هویت توسط فرد است که بر این اساس می‌توان هویت‌ها را به دو دسته تقسیم کرد: هویت‌های اولیه و هویت‌های ثانویه. هویت‌های اولیه، هویت‌هایی هستند که از همان ابتدای زندگی و حتی قبل از تولد، در چارچوب جامعه‌پذیری اولیه به فرد محول می‌شوند و گروه‌های نخستین نقش اساسی در شکل‌گیری آن دارند. این هویت‌ها معمولاً به صورت زیست‌شناختی یا اجتماعی به فرد محول می‌شوند و فرد توانایی چندانی برای تغییر آن‌ها ندارد. هویت‌های خانوادگی، جنسی، نژادی و قومی از این دسته هستند. هویت‌های ثانویه، هویت‌هایی هستند که معمولاً با دخالت به نسبت آگاهانه افراد کسب می‌شوند، امکان تغییر آن‌ها برای فرد وجود دارد و بیش‌تر متأثر از تعاملات اجتماعی و در قالب گروه‌های ثانویه شکل می‌گیرد. هویت‌های ملی و شغلی از این دسته هستند (جنکینز، ۱۹۹۶: ۲۱-۲۴).

هویت ملی را می‌توان نوعی احساس تعلق به ملتی خاص دانست؛ ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان، تاریخ، فرهنگ و سرزمین معینی دارد (گیبرنو، ۲۰۰۱: ۲۴۳). آنتونی اسمیت، هویت ملی را بازتولید و باز تفسیر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌داند که عناصر تمایزبخش هر ملتی هستند. احساس تعلق به یک ملت از طریق همین مجموعه صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، افراد به واسطه اشتراک داشتن در این‌گونه نمادها و نشانه‌ها، با گروهی از انسان‌ها که ملت نام دارد پیوند می‌یابند و برچسب هویتی می‌خورند (اسمیت، ۲۰۰۱: ۱۸). بر مبنای چارچوب مفهومی اسمیت، هویت ملی به معنای احساس تعلق و تعهد به اجتماع

ملی، از دو بُعد محولی و مدنی تشکیل یافته است. بُعد محولی هویت ملی، بر تولد یا اقامت در یک سرزمین، مذهب، فرهنگ و تبار مشترک دلالت دارد. بُعد اراده‌گرایانه هویت ملی که ناظر بر بُعد مدنی هویت ملی است، بر احترام به قوانین و نهادهای ملی، شهروندی، احساسات و تعلقات ملی استوار است (جونز و اسمیت، ۲۰۰۱: ۲۸).

با اذعان به مفهوم‌سازی هویت ملی در نزد جامعه‌شناسان معاصر که در بالا به اختصار بدان اشاره شد، در مقاله حاضر، مُراد از همگرایی با هویت ملی، احساس همدلی و همراهی با نشانگان هویت ملی و داشتن جهت‌گیری مثبت و مساعد نسبت به آن در متن نشریات دانشجویی است. با توجه به ماهیت پیچیده، چند بعدی و کیفی هویت ملی و با تأسی از مطالعات تجربی جونز و اسمیت (۲۰۰۱)، گبیرنو (۲۰۰۱)، عبداللهی و مروت (۱۳۸۴)، چلبی (۱۳۷۸)، فکوهی (۱۳۸۱)، ابوالحسنی (۱۳۸۷)، قادرزاده (۱۳۸۹)، همگرایی با نشانگان هویت ملی در جدول شماره ۱، مفهوم‌سازی شده است.

جدول شماره ۱: مفهوم‌سازی ابعاد و مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی

تعریف نظری	تعریف عملیاتی (مؤلفه‌ها)	ابعاد
تقویت روابط اجتماعی و تعاملات بین گروهی و بین فرهنگی و شکل‌گیری «مای ملی»	پذیرش دیگران به‌عنوان هموطن، افتخار به عضویت در اجتماع ملی، دفاع از همستگی ملی، تعلق نسبت به جامعه ملی - ایرانی، تعهد به حفظ اجتماع ملی، تقدم منافع ملی	اجتماعی
همنوایی با نظام قانونی و حقوقی و احساس تعلق و افتخار به عضویت و مشارکت در نظام یا ساختار سیاسی ملی	پذیرش قانون اساسی، ضرورت استقرار نظام سیاسی واحد بر جامعه، مشارکت سیاسی، تمجید از نخبگان سیاسی و مبارز ملی، علاقه به ملت، افتخار به سرود و پرچم ملی	سیاسی
احساس همدلی و همنوایی با نشانگان فرهنگی و میراث فرهنگی یک ملت	تأکید بر نمادها و نشانگان ملی مشترک نظیر اعیاد ملی و اسلامی، گرامی‌داشت مشاهیر و مفاخر فرهنگی - تأکید بر پیشینه مشترک کردها با جامعه ملی ایران در دین و زبان، معرفی اسطوره‌های ملی	فرهنگی
آگاهی از گذشته تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن	افتخار نسبت به سابقه تاریخی، تعلق خاطر تاریخی	تاریخی
احساس تعلق و تعهد نسبت به سرزمین ایران	آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان بروز خطر، احساس تعلق به سرزمین ایران	سرزمینی

ناگفته پیداست که هویت قومی زمانی ابعاد آسیب‌زا به خود می‌گیرد که بر مبنای آن تحرکات قومی شکل بگیرد و در نتیجه آن مرزهای تفاوت به مرزهای خصومت دگردیسی پیدا کند. بر این اساس، در این مقاله، واگرایی از هویت ملی معادل قوم‌گرایی و هویت‌خواهی قومی در ابعاد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی - اجتماعی تلقی شده است (فتنون^۱، ۲۰۰۳: ۱۷۵؛ کلاس^۲، ۲۰۰۴: ۳؛ محمدزاده، ۱۳۹۰: ۲۵۵). واگرایی از هویت ملی، بر برجسته‌سازی تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، تبدیل مرزهای تفاوت قومی به تعارض و خصومت و عمل بر مبنای وفاداری‌های قومی دلالت دارد (فتنون، ۲۰۰۳: ۱۷۵). تمایز گروه‌های قومی از اجتماعات دیگر هم به واسطه نشانه‌های نمادین فرهنگی زیستی یا سرزمین و هم به واسطه (تصور) وجود گذشته مشترک و منافع مشترک صورت می‌پذیرد (برگس^۳، ۱۹۷۸: ۲۷۰). به نظر جیمز کلاس، قوم‌گرایی عبارت است از احساس تعلق به یک قوم و برتر دیدن آن قوم و احساس تضییق حقوق که منجر به تلاش برای کسب از دست رفته‌ها می‌شود (کلاس، ۲۰۰۴: ۳).

همان‌گونه که در جدول شماره ۲ آمده است، با تأسی از مطالعات نظری و تجربی فتنون (۲۰۰۳)، حشمت‌زاده و گنج‌خانلو (۱۳۸۷) و محمدزاده (۱۳۹۰)، مراد از واگرایی از هویت ملی، گرایش به قوم‌گرایی و تأکید و پافشاری بر درخواست‌های قومی در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی - اجتماعی، اقدام به تحرکات قومی، جدایی‌خواهی قومی و مرکز‌گریزی در مطالب انتشار یافته نشریات دانشجویی است که در مجموع خوانندگان را به جدایی از جامعه ملی و حاکمیت سیاسی به صورت آشکار و پنهان ترغیب می‌کند.

جدول شماره ۲: مفهوم‌سازی ابعاد و مؤلفه‌های واگرایی از هویت ملی

تعریف نظری	تعریف عملیاتی (مؤلفه‌ها)	ابعاد
محدود و محصور شدن روابط و مناسبات اجتماعی در شبکه‌های قومی و عمل بر مبنای وفاداری قومی	تلقین سرنوشت واحد قومی برای تمام گردها، تعهد نسبت به حفظ اجتماع قومی، دفاع از همبستگی قومی	اجتماعی
برجسته شدن مطالبات قومی در ارتباط با ساختار سیاسی حاکم و تقویت گرایش‌های جدایی‌طلبانه	تجلیل از نخبگان پان‌کردی، ضرورت استقرار فدرالیسم، برجسته‌سازی مطالبات قومی، اقدام به تحریکات قومی، اطلاق عنوان ملت به گروه‌های قومی در راستای جداسازی قومی، احساس داشتن یک میهن	سیاسی

1. Fenton

2. Kellas

3. Burgess

اسطوره‌سازی و اسطوره‌پردازی قومی، تأکید بر پیشینه مستقل در زبان	تأکید و برجسته‌سازی نشانگان فرهنگ قومی و متمایز و برتر شمردن آن نسبت به نشانگان فرهنگ ملی	فرهنگی
وقایع‌نگاری جنبش‌ها و خیزش‌های قومی، تأکید بر تاریخ مستقل از جامعه ملی کشور	آگاهی و دلبستگی به گذشته تاریخی و جدایی آن از تاریخ ملی	تاریخی
دفاع از خاک سرزمین مادری، مرجع دانستن زندگی در زادگاه	احساس تعلق و تعهد در برابر سرزمین قومی	سرزمینی

۴. روش پژوهش و شیوه جمع‌آوری اطلاعات

۴-۱. روش پژوهش

در این مقاله از روش «تحلیل محتوا» استفاده شده است. تحلیل محتوا یکی از روش‌های مهم مطالعه اجتماعی است که با استفاده از آن می‌توان پیام‌های مطرح شده در رسانه‌ها را از نظر کمیت (فراوانی و تکرار) و کیفیت (اهمیت و ارزش) بررسی کرد (معتدنازاد، ۱۳۵۶: ۲۰).

۴-۲. واحد تحلیل پژوهش

واحد تحلیل پژوهش شامل تمامی مطالب مندرج در نشریات دانشجویی است. بنابراین، در این پژوهش، واحد متن؛ هریک از مطالب و موضوعات مطرح شده در نشریات دانشجویی (سرمقاله، مقاله، گزارش خبری، کاریکاتور، مصاحبه، اشعار و...) واحد ثبت؛ عناصر درون متن (کلمه‌ها و تصاویر)؛ واحد شمارش؛ تعداد اسامی، تصاویر و نشانگان مرتبط با نشانگان هویت ملی و همگرایی و واگرایی با آن می‌باشد. در این پژوهش، محتوای نشریات یاد شده از جنبه‌های سبک مطلب، همگرایی و واگرایی از هویت ملی در متن و ابعاد و مؤلفه‌های آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴-۳. جامعه آماری و نمونه‌گیری

در این مقاله، آن دسته از نشریات دانشجویی مورد مطالعه قرار می‌گیرد که توسط دانشجویان گُردزبان در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ در دانشگاه گُردستان منتشر شده است.

نشریات دانشجویی قریب به پانزده سال است که در دانشگاه گُردستان منتشر می‌شوند. پرسش آغازین این پژوهش مبنی بر این‌که «همگرایی و واگرایی از هویت

ملی در نشریات دانشجویی چگونه است؟» ایجاب می‌کرد کلیه نشریات دانشجویی منتشر شده در فاصله زمانی مذکور، به‌عنوان جامعه آماری مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به محدودیت‌های دسترسی به نشریات دانشجویی در فاصله زمانی مذکور به دلیل فقدان آرشیو کاملی از نشریات، پس از تلاش‌های به عمل آمده تنها ۱۴۵ نشریه در این دوره زمانی در دسترس قرار گرفت (۱). با توجه به این‌که، کلیه مطالب و تصاویر نشریات دانشجویی در دوره زمانی مذکور مورد مطالعه قرار گرفته است، جامعه آماری و حجم نمونه پژوهش یکسان است و به دلیل پوشش کامل مطالب و تصاویر نشریات نیازی به روش‌های نمونه‌گیری نمی‌باشد. بنابراین، جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه مطالب و تصاویر ارائه شده در ۱۴۵ شماره از نشریات دانشجویی دانشگاه گردستان است که در فاصله زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ انتشار یافته و در مجموع ۳۶۲۱ صفحه می‌باشد.

۴-۴. شیوه جمع‌آوری اطلاعات

در مطالعه حاضر، تمامی موضوعات و صفحات مندرج در نشریات مورد بررسی، اعم از فارسی و گُردی، از طرح روی جلد گرفته تا پشت جلد، سرمقاله، مقاله، گزارش خبری، کاریکاتور، مصاحبه، میزگرد، اشعار، تصاویر و...، به صورت استقرایی و جزء به جزء مورد بررسی و شمارش قرار گرفته است.

۴-۵. فن گردآوری و تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، بر اساس یک مطالعه مقدماتی، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با همگرایی و واگرایی از هویت ملی مشخص و سپس براساس پرسش‌نامه معکوس کُدگذاری و استخراج شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss تحلیل شده است.

۴-۶. روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

برای بالا بردن اعتبار پرسش‌نامه معکوس، مفاهیم و مقوله‌های پژوهش، ابتدا اعتبار صوری سؤال‌ها با بهره گرفتن از نقطه نظرات و مشاورت تعدادی از متخصصان مرتبط با موضوع و با روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفت. در همین راستا، از نقطه نظرات افراد متخصص در تنظیم تقدم و تأخر مفاهیم یا متغیرها و گزینه‌های آن، حذف یا اضافه برخی مقولات یا گزینه‌ها، شیوه اندازه‌گیری و نظایر آن بهره گرفته شده و در

تنظیم نهایی ابزار اعمال شد. برای بالا بردن میزان پایایی و حصول عینیت در پژوهش حاضر و به دست دادن اطلاعاتی معتبر درخصوص نشریات مورد بررسی، بر مهارت، بصیرت و تجربه کُندگان و صراحت مقوله‌ها و شیوه کُگذاری تأکید ویژه‌ای به عمل آمد. برای محاسبه ضریب پایایی ابزار اندازه‌گیری، از فرمول «اسکات» بهره گرفته شد. روش ویلیام اسکات^۱، به دلیل لحاظ کردن زیرمقوله‌ها در محاسبه ضریب پایایی از روش‌های دیگر قابل اعتمادتر است (بدیعی، ۱۳۸۰: ۷). در این روش پس از کُگذاری، حدود ۲۰ درصد از مطالب مربوط به همگرایی و واگرایی از هویت ملی، که قابل قضاوت ارزشی هستند با فاصله زمانی یک ماه مجدداً کُگذاری شد و سپس درصد توافق بین دو مرحله کُگذاری (درصد توافق مشاهده شده) محاسبه شد. درصد توافق مورد انتظار نیز از مجموع مجذورات درصدهای زیرمقوله‌ها به دست آمد. با قراردادن درصد توافق مشاهده شده و مورد انتظار در فرمول «اسکات»، ضریب پایایی برای همگرایی و واگرایی از هویت ملی به ترتیب ۸۶ و ۷۹ درصد به دست آمد. با توجه به این که میزان ضریب پایایی برای متغیرهای مذکور بیش از ۷۰ درصد می‌باشد بنابراین می‌توان به طور نسبی به عینیت پژوهش اطمینان داشت.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. توزیع فراوانی نشریه‌های مورد بررسی بر حسب مطلب

جدول شماره ۳، نام نشریات دانشجویی و مطالب تحلیل محتوا شده را نشان داده است. بر مبنای اطلاعات مندرج در جدول مذکور، از مجموع ۲۵۰۷ مطلب بررسی شده در ۱۴۵ نشریه، بیشترین مطلب مربوط به نشریه ه‌ژان با (۱۷/۷ درصد) و کمترین مطلب مربوط به نشریه آوا با (۰/۴ درصد) بوده است.

جدول شماره ۳: توزیع مطالب به تفکیک نشریات

نام نشریه	مطالب مورد بررسی		نام نشریه	مطالب مورد بررسی	
	فراوانی	درصد		فراوانی	درصد
ندای دانشجوی	۳۰	۱/۲	هوزان	۶۷	۲/۷
ده نگ	۱۳۰	۵/۲	اهورا	۶۷	۲/۷
روناهی	۱۹۹	۷/۹	سامال	۴۴	۱/۸

1. Scott



۵/۵	۱۳۹	خویندکارانی کورد	۱۷/۷	۴۴۴	هه ژان
۱/۷	۴۲	سوما	۰/۵	۱۳	رونان
۱/۴	۳۴	هه نگاو	۰/۵	۱۳	ژوان
۱/۶	۴۱	ژیوار	۲/۷	۶۷	شورا
۰/۶	۱۴	ئامانچ	۲/۲	۵۵	هاواری زانکو
۳/۵	۸۸	سی ماسین	۰/۴	۱۰	آوا
۳/۶	۸۹	خور هه لات	۰/۹	۲۳	ئه وین
۱۳/۳	۳۳۴	نیشتمان	۲/۲	۵۶	سلام
۸/۱	۲۰۳	بژار	۱/۳	۳۲	شه پول
۹/۳	۲۳۴	کوردستان	۴/۲	۱۰۵	ژیوار
			۱۰۰	۲۵۰۷	جمع

۲-۵. سبک مطلب

جدول شماره ۴، نحوه توزیع سبک مطلب را در مطالب نشریات نشان می‌دهد. در نشریات مورد بررسی بیشترین سبک مطلب مورد استفاده با ۴۳/۴ درصد (۱۰۸۷ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) مربوط سبک مقاله و کمترین سبک مورد استفاده با ۲/۶ درصد (۶۴ مطلب) مربوط به سبک مصاحبه بوده است. هم‌چنین مطالب با سبک خبر، گزارش، تفسیر - تحلیل خبری در مراتب بعدی جای دارند.

جدول شماره ۴: سبک مطلب نشریات دانشجویی

درصد	تعداد	سبک مطلب
۲۴/۸	۶۲۱	خبر
۳	۷۴	تفسیر - تحلیل خبری
۴/۶	۱۱۵	گزارش
۴۳/۴	۱۰۸۷	مقاله
۲/۶	۶۴	مصاحبه
۲۱/۸	۵۴۶	سایر
۱۰۰	۲۵۰۷	جمع

۳-۵. انعکاس همگرایی و واگرایی از هویت ملی در متن

جدول شماره ۵، نحوه توزیع انعکاس همگرایی و واگرایی از هویت ملی در متن را در مطالب نشریات دانشجویی نشان می‌دهد. اولین نکته‌ای که از خلال داده‌های جدول به نظر می‌رسد این است که از مجموع ۲۵۰۷ مطلب مورد بررسی در فاصله زمانی (۱۳۷۷-۱۳۸۹)، ۶۱/۶ درصد مطالب نشریات دانشجویی دارای جهت‌گیری خنثی بودند؛ به این معنی که جهت‌گیری مشخصی در راستای واگرایی و یا همگرایی با هویت ملی نداشته‌اند. نکته دوم این‌که، تنها در ۳۸/۴ درصد (معادل ۹۶۳ مطلب)، همگرایی و واگرایی از هویت ملی انعکاس یافته است. نسبت انعکاس همگرایی و واگرایی از هویت ملی به ترتیب ۲۰/۴ درصد (معادل ۵۱۲ مطلب) و ۱۸ درصد (معادل ۴۵۱ مطلب) است.

جدول شماره ۵: نسبت تأکید بر همگرایی و واگرایی از هویت ملی

درصد	تعداد	نسبت تأکید بر همگرایی و واگرایی ملی
۲۰/۴	۵۱۲	همگرایی با هویت ملی
۱۸	۴۵۱	واگرایی از هویت ملی
۶۱/۶	۱۵۴۴	خنثی
۱۰۰	۲۵۰۷	جمع

تحلیل محتوای نشریات دانشجویی نشان‌دهنده آن است که از مجموع ۹۶۳ مطلبی که در آن به هویت ملی پرداخته شده است، در نشریه «نیشتمان» (با ۹۶ مطلب)، بیش از سایر نشریات واگرایی از هویت ملی بازنمایی شده است. پس از آن نشریه‌های «ژیوار» (با ۷۲ مطلب)، «کوردستان» (با ۵۸ مطلب) و «ژیوار» (با ۴۹ مطلب) جای دارند. در خصوص بازنمایی همگرایی با هویت ملی باید گفت در نشریه «هه‌ژان» (با ۱۰۹ مطلب)، بیش از سایر نشریات همگرایی از هویت ملی بازنمایی شده است. پس از آن به ترتیب نشریه‌های «شورا» (با ۶۷ مطلب)، «ئه‌وین» (با ۴۷ مطلب)، «دادبگ» (با ۳۹ مطلب)، «بی‌ده‌نگی» (با ۳۱ مطلب)، و «هوزان» (با ۲۸ مطلب) قرار می‌گیرند.

۴-۵. انعکاس نشانگان و مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی در متون

در جدول شماره ۶، به مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی در متون مورد بررسی توجه شده است. اطلاعات جدول نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی،

مؤلفه‌های «مشارکت سیاسی» با ۹/۶ درصد (۴۹ مطلب)، «پذیرش قانون اساسی» با ۷/۰۵ درصد (۳۶ مطلب)، «تعلق خاطر تاریخی» با ۶/۶ درصد (۳۴ مطلب)، «تعلق سرزمینی» با ۶/۵ درصد (۳۳ مطلب)، «علاقه به ملت» با ۶/۳ درصد (۳۲ مطلب)، بیش از سایر مؤلفه‌ها در نشریات دانشجویی بازنمایی شده است. کمترین مطلب مربوط به «معرفی اسطوره‌های ملی» با ۲/۴ درصد (۱۲ مطلب) بوده است.

جدول شماره ۶: نسبت تأکید بر مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی

مؤلفه‌ها	تعداد	درصد	مؤلفه‌ها	تعداد	درصد
تقدم منافع ملی	۲۱	۴/۱	تأکید بر نمادها و نشانگان ملی مشترک نظیر اعیاد ملی و اسلامی	۲۹	۵/۷
دفاع از همبستگی ملی	۱۸	۳/۵	گرامی داشت مفاخر فرهنگی	۲۵	۴/۹
تعلق نسبت به جامعه ملی - ایرانی	۲۳	۴/۵	تأکید بر پیشینه مشترک کردها با جامعه ملی ایران در زبان و دین	۲۰	۳/۹
افتخار به عضویت در اجتماع ملی	۲۲	۴/۳	معرفی اسطوره‌های ملی	۱۲	۲/۳
تعهد به حفظ اجتماع ملی	۲۴	۴/۷	تعلق خاطر تاریخی	۳۴	۶/۷
تمجید از نخبگان سیاسی و مبارز ملی	۳۱	۶/۱	افتخار نسبت به سابقه تاریخی	۲۸	۵/۵
افتخار به سرود و پرچم ملی	۲۴	۴/۷	تعلق سرزمینی	۳۳	۶/۵
پذیرش قانون اساسی	۳۶	۷/۱	آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان بروز خطر	۱۹	۳/۷
مشارکت سیاسی	۴۹	۹/۶	علاقه به ملت	۳۲	۶/۳
ضرورت استقرار نظام سیاسی واحد بر جامعه	۳۰	۵/۹			
جمع					
	۵۱۰			۱۰۰	

۵-۵. انعکاس نشانگان و مؤلفه‌های واگرایی از هویت ملی در متون

در جدول شماره ۷ به مؤلفه‌های واگرایی از هویت ملی در متون مورد بررسی توجه شده است. اطلاعات جدول نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های واگرایی از هویت ملی، مؤلفه‌های «تلقین سرنوشت واحد قومی برای تمام کردها» با ۱۲/۶ درصد (۵۷ مطلب) و «تعهد نسبت به حفظ اجتماع قومی» با ۱۲/۴ درصد (۵۶ مطلب) و «برجسته‌سازی مطالبات قومی» با ۱۰/۶ درصد (۴۸ مطلب) بیش از سایر مؤلفه‌ها انعکاس یافته است. کمترین مطلب مربوط به «اقدام به تحرکات قومی» با ۱/۶ درصد (۷ مطلب) بوده است.

جدول شماره ۷: نسبت تأکید بر مؤلفه‌های واگرایی از هویت ملی

مؤلفه‌ها	تعداد	درصد	مؤلفه‌ها	تعداد	درصد
دفاع از همبستگی قومی	۳۳	۷/۳	وقایع‌نگاری جنبش‌ها و خیزش‌های قومی	۲۰	۴/۴
تعهد نسبت به حفظ اجتماع قومی	۵۶	۱۲/۴	آمادگی برای دفاع از خاک سرزمین مادری	۲۵	۵/۵
غرور قومی	۱۸	۴	تأکید بر پیشینه مستقل در زبان	۳۰	۶/۷
تلقین سرنوشت واحد برای تمام کردها	۵۷	۱۲/۶	مرجع دانستن زندگی در زادگاه	۱۵	۳/۳
اسطوره‌سازی و اسطوره‌پردازی قومی	۳۴	۷/۵	تجلیل از نخبگان پان‌کردی	۲۰	۴/۴
تأکید بر تاریخ مستقل از جامعه ملی کشور	۱۳	۲/۹	برجسته‌سازی مطالبات قومی	۴۸	۱۰/۶
اطلاق عنوان ملت به گروه‌های قومی در راستای جداسازی قومی و تلقین سرنوشت مستقل	۲۶	۵/۸	ضرورت استقرار فدرالیسم	۲۸	۶/۲
احساس داشتن یک میهن	۲۱	۴/۷	اقدام به تحرکات قومی	۷	۱/۶
جمع	۴۵۱			۱۰۰	

۶-۵. انعکاس ابعاد همگرایی و واگرایی از هویت ملی در متون

در جدول شماره ۸، نسبت تأکید بر ابعاد همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات مورد بررسی نشان داده شده است. همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد از میان ابعاد پنج‌گانه همگرایی با هویت ملی، بُعد سیاسی با ۳۹/۶ درصد (۲۰۲ مطلب) بیش از سایر ابعاد در نشریات دانشجویی بازنمایی شده است و ابعاد اجتماعی با ۲۱/۲ درصد (۱۰۸ مطلب) و فرهنگی با ۱۶/۷ درصد (۸۶ مطلب) به ترتیب در مراتب دوم و سوم قرار گرفته‌اند. بُعد سرزمینی همگرایی با هویت ملی با ۱۰/۲ درصد (۵۲ مطلب) کمتر از سایر ابعاد در نشریات دانشجویی انعکاس یافته است. علاوه بر این جدول مذکور نشان می‌دهد که از میان ابعاد پنج‌گانه واگرایی از هویت ملی، ابعاد اجتماعی و سیاسی به ترتیب با ۳۷/۴ درصد (۱۶۹ مطلب) و ۳۳/۲ درصد (۱۵۰ مطلب) بیش از سایر ابعاد در نشریات انعکاس یافته است. بُعد تاریخی با ۷/۳ درصد (۳۳ مطلب)، کمتر از سایر ابعاد در متون مورد بررسی بازنمایی شده است.

جدول شماره ۸: نسبت تأکید بر ابعاد همگرایی و واگرایی از هویت ملی

ابعاد	همگرایی		واگرایی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
سیاسی	۲۰۲	۳۹/۶	۱۵۰	۳۳/۲
اجتماعی	۱۰۸	۲۱/۲	۱۶۹	۳۷/۴
فرهنگی	۸۶	۱۶/۷	۶۴	۱۴/۲
تاریخی	۶۲	۱۲/۲	۳۳	۷/۳
سرزمینی	۵۲	۱۰/۲	۴۰	۸/۷
جمع	۵۱۰	۱۰۰	۴۵۱	۱۰۰

۷-۵. نوع جهت‌گیری نسبت به هویت ملی در دوره زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹

در جدول شماره ۹، نوع جهت‌گیری نسبت به هویت ملی در دوره زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۹ نشان داده شده است. اولین نکته‌ای که از خلال داده‌های جدول مذکور به نظر می‌رسد این است که مطالب مرتبط با همگرایی با هویت ملی در دوره زمانی ۱۳۸۵-۱۳۸۹ سه برابر دوره زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۴ است؛ به بیان دیگر، از مجموع ۵۱۲ مطلب مرتبط با همگرایی با هویت ملی، حدود ۷۶ درصد (معادل ۳۸۸ مطلب) مربوط به دوره زمانی ۱۳۸۵-۱۳۸۹ می‌باشد. دوم این‌که، درصد مطالب مرتبط با واگرایی از هویت ملی در دوره زمانی ۱۳۸۵-۱۳۸۹ به میزان ۵/۶ درصد کاهش پیدا کرده است.

جدول شماره ۹: نسبت نوع جهت‌گیری به هویت ملی در فاصله زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۹

جمع	دوره زمانی				نوع جهت‌گیری	
	۱۳۸۵-۱۳۸۹		۱۳۷۷-۱۳۸۴			
	درصد	تعداد	درصد	تعداد		
۲۰/۴	۵۱۲	۷۵/۸	۳۸۸	۲۴/۲	۱۲۳	همگرایی با هویت ملی
۱۸	۴۵۱	۴۷/۲	۲۱۳	۵۲/۸	۲۳۸	واگرایی با هویت ملی
۶۱/۶	۱۵۴۴	۵۹/۷	۹۲۱	۴۰/۳	۶۲۳	خنثی
۱۰۰	۲۵۰۷	۶۰/۳	۱۵۲۳	۳۹/۷	۹۸۴	جمع

۶. نتیجه‌گیری

نشریات دانشجویی، یکی از شاخص‌های سنجش علاقه و دغدغه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و معرفتی دانشجویان است و قرابت معناداری با فضای سیاسی و مسائل اجتماعی در سطوح خرد و کلان، اعم از داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی دارد. از این‌رو، عنوان، محتوا و مطالب مندرج در نشریات دانشجویی صرفاً بازتاب تأملات فکری و اندیشه‌ای نبوده، بلکه در تعامل با دنیای واقعی و مسائل موجود اجتماعی موجودیت می‌یابد. با توجه به تأثیرگذاری قابل توجه نشریات دانشجویی بر جهت‌گیری‌های شناختی، باورها و رفتارهای دانشجویان، با استفاده از فن تحلیل محتوا، میزان همگرایی و واگرایی از هویت ملی در مطالب و تصویرهای درج شده در ۱۴۵ نشریه دانشجویی که در فاصله زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۹ منتشر شده‌اند، مطالعه شد. تجزیه و تحلیل مطالب مورد بررسی در نشریات نشان داد که در نشریات مورد بررسی، بیشترین سبک مطلب مورد استفاده به ترتیب مربوط به مقاله و خبر با ۴۳/۴ و ۲۴/۸ درصد و کمترین سبک مورد استفاده مربوط به مصاحبه با ۲/۶ درصد بوده است. سهم زیاد مطالب مقاله و خبر حاکی از آن دارد که نشریات دانشجویی عمدتاً فرایندمدار و رویدادمدار هستند. از مجموع ۲۵۰۷ مطلب مورد بررسی در فواصل زمانی (۱۳۷۷-۱۳۸۹)، ۳۸/۴ درصد مطالب به موضوع همگرایی و واگرایی از هویت ملی پرداخته‌اند که از این تعداد، موضوعات مرتبط با همگرایی و واگرایی به ترتیب ۲۰/۴ و ۱۸ درصد مطالب را به خود اختصاص داده‌اند. هم‌چنین، از مجموع مطالب مورد بررسی، ۶۱/۶ درصد مطالب (۱۵۴۴ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) دارای جهت‌گیری خنثی بودند. پیشی گرفتن تعداد و

درصد جهت‌گیری خنثی بر مطالب واگرایانه از هویت ملی نشان از رشد بازاندیشی و دوری جستن از گرایشات جانبدارانه و یک‌سویه‌نگر در پرداختن به موضوعات مختلف از جمله نشانگان هویت ملی دارد. یافته‌های گنج‌خانلو (۱۳۸۶) نیز مؤید این موضوع است که در صفحات فارسی نشریات دانشجویی کُردزبان ۷۶ درصد مطالب (۴۷۱ مطلب از ۶۹۷ مطلب) دارای سمت‌گیری خنثی بوده‌اند.

از میان مؤلفه‌های همگرایی با هویت ملی، بیشترین تعداد به مؤلفه‌های «مشارکت سیاسی» با ۹/۶ درصد و «پذیرش قانون اساسی» با ۷/۰۵ درصد اختصاص یافته است. «معرفی اسطوره‌های ملی» در کمترین حد خود با ۲/۴ درصد قرار داشته است. توجه بیشتر به مؤلفه‌های «مشارکت سیاسی» و «پذیرش قانون اساسی» در نشریات دانشجویی گویای این واقعیت است که دانشجویان متعلق به اقوام ایرانی دغدغه ملی داشته و خواهان حضور، مشارکت و سهم شدن در سرنوشت مشترک ملی خود هستند. با توجه به روابط مسالمت‌آمیز تاریخی و قرابت فرهنگی اقوام ایرانی با فرهنگ ملی، اتکای هر چه بیشتر بر ظرفیت‌های مندرج در قانون اساسی در جهت تقویت هر چه بیشتر ساخت فرصت‌های سیاسی، گامی مؤثر در بسط همگرایی ملی در میان دانشجویان به‌شمار می‌رود. از میان ابعاد همگرایی با هویت ملی، بیشترین تعداد به بُعد سیاسی اختصاص یافته است؛ تا حدی که ۲۰۲ مطلب یا ۳۹/۶ درصد از ۵۱۰ مطلب را به خود اختصاص داده است. توجه به بُعد سرزمینی در کمترین حد خود با ۵۲ مطلب (۱۰/۲ درصد) قرار داشته است. علاوه بر این، برجسته‌شدن بُعد سیاسی هویت ملی، مؤید دیدگاه هابرماس مبنی بر ابتدای شهروندی و هویت ملی بر میهن‌پرستی قانونی به مثابه عامل ایجاد حس وفاداری و تعهد در جوامع متکثر در عصر جهانی شدن می‌باشد (هابرماس، ۱۹۹۴ به نقل از فالکس، ۱۳۸۱: ۲۱۲).

از میان مؤلفه‌های واگرایی با هویت ملی، بیشترین تعداد به مؤلفه «تلقین سرنوشت واحد برای کُردها» با ۵۷ مطلب (۱۲/۶ درصد) اختصاص یافته است. «اقدام به تحرکات قومی» در کمترین حد خود با ۱/۶ درصد قرار داشته است. انعکاس بسیار پایین مطالب مرتبط با «تحرکات قومی» نشان از عدم دگردیسی مرزهای تفاوت به مرزهای خصومت در نشریات دانشجویی دارد.

از میان ابعاد واگرایی از هویت ملی، بُعد اجتماعی با ۳۷/۴ درصد بیشترین مطلب را به خود اختصاص داده است. بُعد تاریخی با ۷/۳ درصد، کمتر از سایر ابعاد در متون مورد بررسی بازتابی شده است. برجسته‌شدن بُعد اجتماعی واگرایی از هویت ملی

نشان از رشد خاص‌گرایی‌های اجتماعی در اجتماع قومی مورد مطالعه دارد. یافته مذکور، هم‌سو با نتایج مطالعات تجربی موجود در این زمینه است. بر مبنای مطالعات تجربی، توسعه اجتماعی در ایران به دلیل ضعف هویت جمعی عام، شدت روابط درون‌گروهی، ضعف روابط برون‌گروهی و آستانه پایین جذب و آستانه بالای طرد و دگرسازی با آسیب مواجه است (عبداللهی، ۱۳۸۰؛ چلبی، ۱۳۷۸؛ توسلی و قاسمی، ۱۳۸۱؛ قادرزاده، ۱۳۸۸؛ قادرزاده و معیدفر، ۱۳۸۹).

بر مبنای یافته‌های مقاله حاضر، درصد مطالب همگرایانه با هویت ملی، $\frac{2}{4}$ درصد بیشتر از حجم مطالب واگرایانه است. بنابراین، فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر این‌که «تعداد و درصد مطالب مرتبط با همگرایی با هویت ملی در نشریات دانشجویی بیشتر از تعداد و درصد مطالب مرتبط واگرایی با هویت ملی در این نشریات است»، تأیید می‌شود. نکته قابل توجه آن‌که، نشریات مورد بررسی همگی در رابطه با واگرایی و همگرایی از هویت ملی یکسان نیستند. از این‌رو، نمی‌توان نشریات دانشجویی را به مثابه یک کل یکپارچه در نظر گرفت؛ به طوری که در تعداد قابل توجهی از نشریات (نظیر ده‌نگ، هه‌ژان، رونان، روناھی، شورا، سلام، آوا، هه‌نگاو)، جهت‌گیری همگرایانه با هویت ملی نمود قابل توجهی به خود گرفته است. در عین حال در تعدادی دیگر از نشریات (نظیر نیشتمان، ژیوار، کوردستان، زیار) واگرایی از هویت ملی نمود بیشتری دارد. تعدادی دیگر از نشریات نیز (نظیر سوما، سامال، خوره‌لالت، هوزان، ئامانج) در وسط این طیف جای دارند. بر مبنای نتایج حاضر، درصد مطالب همگرایی با هویت ملی $\frac{2}{4}$ درصد بیشتر از مضامین واگرایی ملی در دوره زمانی مورد بررسی در نشریات دانشجویی انعکاس پیدا کرده است. علاوه بر این، در سال‌های اخیر (در دوره زمانی ۱۳۸۵-۱۳۸۹)، واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی کُردزبان کاهش پیدا کرده است.

متأسفانه آرشیو کاملی از نشریات دانشجویی انتشار یافته وجود ندارد، به این ترتیب می‌توان وضعیت نشر نشریات دانشجویی را آشفته و بدون نظارت ارزیابی کرد. زیرا شاخص‌بندی، بررسی، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری در خصوص نشریات دانشجویی در خلأ ناممکن و نیازمند بررسی دانسته‌ها و تجربیات موجود است. فقدان قانون مشخص (با مشخص ساختن چارچوب‌ها و خط قرمزها با نیاز به کمترین تفسیرها) و همچنین فقدان اراده‌ای جزم برای نظارت و اجرای این قانون موجب به‌وجود آمدن فضای پیش‌بینی‌ناپذیر شده و به جهت‌گیری واگرایانه نشریات دانشجویی دامن زده است. بنابراین تدوین منشور فعالیت برای نشریات دانشجویی با هدف تقویت همگرایی ملی با حفظ تفاوت‌ها و تنوعات ضرورتی انکارناپذیر به شمار می‌آید.

یادداشت‌ها

۱- لازم به ذکر است ۱۴۵ نشریه یادشده مربوط به ۲۷ عنوان نشریه دانشجویی است که در سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۹ در دانشگاه کردستان منتشر شده‌اند. عناوین این نشریات (به همراه معادل فارسی) عبارتند از: ده‌نگ (صدا)، آوا، خویندکارانی کورد (دانشجویان کُرد)، هه‌نگاو (گام)، اهورا، دادبگ، خوره‌لات (غروب آفتاب)، شورا، سامال (بی‌غل و غش)، روناھی (روشنایی)، هه‌ژان (تکان دهنده)، رونان (درخواست)، ژبوار (زنده)، ژوان (میعاد گاه)، ژیار (تمدن)، کوردستان (کُردستان)، ندای دانشجوی، سی‌ماسین (عصبانی شدن)، هاواری زانکو (فریاد دانشگاه)، ئەوین (عشق)، سلام، بی‌ده‌نگی (سکوت)، هوزان (نام قبیله‌ای قدیمی کُردها)، نیشتمان (وطن)، شه‌پول (موج)، سوما (نور چشم)، بژار (بررسی کردن)، ئامانج (هدف).

منابع

- ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۷): «مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۳۸، ش ۴، صص ۱-۲۲.
- احمدی، حمید (۱۳۷۸): *قومیت و قوم‌گرایی در ایران از افسانه تا واقعیت*، تهران: نشر نی.
- ----- (۱۳۸۱): «جهانی شدن، هویت قومی یا هویت ملی؟»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۳، ش ۱۱، صص ۱۳-۳۶.
- اسمیت، آنتونی (۱۳۷۹): «فرهنگ، اجتماع و سرزمین: سیاست، قومیت و ناسیونالیسم»، ترجمه نورالله قیصری، *فصلنامه مطالعات ملی*، ش ۱۳، صص ۱۷۹-۲۱۲.
- اشرف، احمد (۱۳۷۳): «هویت ایرانی»، *فصلنامه گفتگو*، ش ۳، صص ۶-۴۶.
- ----- (۱۳۸۶): «بحران هویت ملی و قومی در ایران»، در *مجموعه مقالات ایران: هویت، ملیت، قومیت*، تهران: مؤسسه تحقیقات و علوم انسانی.
- افروغ، عماد و حبیب احمدلو (۱۳۸۱): «رابطه هویت ملی و قومی در بین جوانان تبریز»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۴، ش ۱۳، صص ۱۰۹-۱۴۳.
- بدیعی، نعیم (۱۳۸۰): *تحلیل محتوا (مجموعه جزوه‌های آموزشی روابط عمومی)*، تهران: انتشارات اداره کل تبلیغات معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۳): «ایدئولوژی سیاسی و هویت اجتماعی»، در *مجموعه مقالات ایران: هویت، ملیت، قومیت*، تهران: مؤسسه تحقیقات و علوم انسانی.
- توسلی، غلامعباس و یارمحمد قاسمی (۱۳۸۱): «مناسبات قومی و رابطه آن با تحول هویت جمعی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، ش ۴، صص ۳-۲۵.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱): *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۸): *هویت قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران*، تهران: دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.
- روشه، گی (۱۳۷۶): *جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: تیبان.

- عبداللهی، محمد (۱۳۷۵)؛ «جامعه‌شناسی بحران هویت»، *نامه پژوهش*، ش ۲ و ۳، صص ۶۰-۹۰.
- (۱۳۸۰)؛ «توسعه اجتماعی از دیدگاه جامعه‌شناسی امروزی»، در *مجموعه مقالات همایش توسعه اجتماعی*، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- عبداللهی، محمد و برزو مروت (۱۳۸۴)؛ «هویت جمعی غالب در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنندج»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ش ۳۲، صص ۱-۲۸.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۶)؛ «تصویری از سبک زندگی دانشجویی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، س ۱، ش ۱، صص ۹۴-۱۲۳.
- فالکس، کیت (۱۳۸۱)؛ *شهروندی*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱)؛ «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، ش ۴، صص ۱۰۰-۱۲۰.
- قادرزاده، امید (۱۳۸۸)؛ *هویت جمعی غالب کردها در کشورهای ایران و عراق*، رساله دکتری *جامعه‌شناسی سیاسی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- قادرزاده، امید و سعید معیدفر (۱۳۸۹)؛ «گونه‌ها و سطوح سرمایه اجتماعی در اجتماعات قومی (مطالعه موردی مناطق کردنشین)»، *مجله انسان‌شناسی*، س ۸، ش ۱۲، صص ۹۶-۱۲۱.
- قادرزاده، هیرش (۱۳۸۹)؛ *بازنمایی هویت ملی و قومی در نشریات دانشجویی کرد زبان، در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ (مطالعه موردی دانشگاه‌های تهران، تبریز، کردستان)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد *جامعه‌شناسی*، تهران: دانشگاه شاهد.
- کوزر، لوئیس و برنارد روزنبرگ (۱۳۸۷)؛ *نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- گنج‌خانلو، مصدق (۱۳۸۶)؛ *همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۶)؛ *روش تحقیق در محتوای مطبوعات*، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- مقصودی، مجتبی (۱۳۸۶)؛ «جایگاه هویت در پایان‌نامه‌های دانشجویی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۸، ش ۳۱، صص ۸۱-۱۰۰.
- هابرماس، یورگن (۱۳۷۳)؛ «رسالت دانشگاه در جامعه مدرن»، ترجمه حسینعلی نودزی، *نشریه رهیافت*، ش ۶، صص ۴۳-۶۲.
- Abdelal, R; Herrera, Y. M.; Johnston, A. I. & McDermott, R. (2005); "Identity as a Variable", An article presented at *Identity as a Variable conference*, availableat: <http://www.wcfia . Harvard .edu / misc/initiative/identity /publications / ID011605 pdf>.
- Burkitt, Ian. (1991); *Social Selevs: Theories of The Social Formation of Personality*, London: Sage.
- Calhoun ,C. (1993); "Nationalism and Cvil Society: Democracy, Divesity and Self-determination" , *International Sociology*.
- (1996); *Social Identity and The Politics of Identity*, USA: Black Publishers Inc.
- Cerulo, K. A. (1997); "Identity Construction:New Issues, New Directions", *Annual Review of Sociology*.

- Chattaraman, V and Lennon, S. (2008); "Ethnic Identity, Consumption of Cultural Apparel and Self-perceptions of Ethnic Consumers", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol 12. No 4, PP 518-531.
- Delanty, G. (2002); *Challenging Knowledge*, Open University Publications.
- Guibernau, M. (2001); "Globalization and Nation-State", In *Understanding Nationalism*, Guibernau, M & Hutchinson, J (eds) Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1989); *The Structural Transformation of Public Sphere*, Polity Press.
- Horboken, V. (2004); "Ethnic Communication", In *Social Identities*, Taylor, G & Spencer, S. (eds) London: Routledge.
- Jenkins, R. (1996); *Social Identity*, London: Sage Publication.
- Jones, F.L. and Smith, P. (2001); "Individual and Societal Bases of National Identity: A Comparative Multi-Level Analysis", *European Sociological Review*; Jun 01, PP 103-118.
- Kellas, James, G. (2004); *The politics of nationalism and ethnicity*, London: Macmillan.
- Kivisto, P. (2002); *Multiculturalism in A Global Society*, Blackwell Publishers Inc.
- Sanders, J. M. (2002); "Ethnic Boundaries and Identity in Plural Societies", *Annual Review of Sociology*, PP 327-357.
- Sarup, M. (1996); *Identity, Culture and The Post Modern World*, Edinburgh UP.
- Shaner, J. (2006); *Ethnicity and Its Effects on One's View of Transracial Adoption*, California State University Long Beach.
- Smith, A.D. (2001); *Nationalism*, Cambridge: Polity.
- Spohn, W. (2003); "Multiple modernity, Nationalism and Religion: A Global Perspective", *Current Sociology*. PP 265-286.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. (1986); "The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour", In *Psychology of Intergroup Relations*, Worchel, S. and Austin, W. G. (eds) Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Taylor, G. and Spencer, S. (2004); *Social Identities*, London: Routledge.
- Thelin, J.R. (1992); "Student Cultures", In *The Encyclopedia of Higher Education*, Clark, B.R. and Neave, G.R. (eds), Vol.3, Oxford: Pergamon Press.
- Turner, Jonathan H. (2005); "A New Approach for Theoretically Integrating Micro and Macro Analysis", In *The Sage of Handbook Sociology*, Calhoun, C., Rojek, C and Turner, B. (eds) London: Sage.
- Vida, I. and Dmitrovic, T. (2008); "The Role of Ethnic Affiliation in Consumer Ethnocentrism", *European Journal of Marketing*, Vol 42. No 314, PP 327-343.
- Woodward, K. (2000); "Introduction", In *Questioning Identity: Gender, Class, Nation*, Woodward, K. (eds) London: Sage.