

هویت جمعی غالب در نشریات دانشجویی کرد زبان^۱

دکتر امید قادرزاده*

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۰/۴/۲۵

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی رویکرد نشریات دانشجویی به هویت‌های قومی و ملی، به تحلیل محتوای تصاویر و مطالب نشریات کرد زبان دانشگاه کردستان می‌پردازد. نمونه آماری این پژوهش، شامل ۱۴۵ نشریه می‌باشد که در فواصل زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۹ انتشار یافته‌اند. روش بکار رفته در این پژوهش «تحلیل محتوا» است. برای بررسی نحوه بازنمایی مقوله‌های هویت ملی و قومی در محتوای نشریات از نرم افزار SPSS استفاده شد. در این پژوهش، به بررسی ۱۰ مقوله سبک، هدف و لحن مطلب، محل رویداد مطلب، هویت بارز در متن،

۱- این پژوهش با حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه کردستان انجام شده است. بدین وسیله از مساعدت‌های

این معاونت تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

ogh1355@gmail.com

* استادیار جامعه شناسی دانشگاه کردستان

نوع جهت‌گیری نسبت به هویت‌های قومی و ملی، ابعاد، مؤلفه‌ها و نشانگان هویت‌های ملی و قومی، و اقدام به تحریکات قومی پرداخته شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که در نشریات مورد بررسی در سه دوره زمانی، تمام مقوله‌ها جز مقوله اقدام به تحریکات قومی از تفاوت معناداری برخوردار بودند. یافته‌های برخی مقوله‌ها عبارتند از: بیش‌ترین سبک مطلب مورد استفاده با ۴۳/۴ درصد مربوط به سبک مقاله، لحن مسلط بر نشریات دانشجویی با ۳۹/۹ درصد انتقادی و بیش‌ترین هدف مطلب با ۴۵/۵ درصد مربوط به اطلاع‌رسانی بوده است. از مجموع ۲۵۰۷ مطلب مورد بررسی فقط در ۱۰۴۶ مطلب، هویت جمعی در ابعاد ملی و قومی بازنمایی شده است که از این تعداد، نشانگان هویت قومی دو برابر و نیم نشانگان هویت ملی بازنمایی شده است. یافته‌ها نشان از آن دارد که نشریات دانشجویی گردزبان در ایفای نقش اصلی خود در تقویت مشارکت اجتماعی عام، تلطیف محلی‌گرایی و محلی‌نگری و بسط و تعمیم دلبستگی‌های جمعی به ماورای مرزهای قومی ضعیف هستند.

واژه‌های کلیدی: هویت ملی، هویت قومی، تحلیل محتوا، نشریات

دانشجویی.

بیان مسئله

هویت جمعی، شناسه آن گروه یا رده اجتماعی است که شخص بدان تعلق داشته و با آن خود را معرفی می‌کند و در زندگی اجتماعی نسبت به آن خود را ملتزم و متعهد می‌داند (Sarup, 1996: 5; Woodward, 2000: 9). هویت جمعی، جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی افراد و مرز بین خودی و غیرخودی را در جامعه معین می‌سازد و از طریق جامعه‌پذیری نسلی‌های بعدی این تمایزها و مرزبندی‌ها بازتولید می‌شوند. هویت جمعی در زمره موضوعاتی است که در نظریه‌ها و دیدگاه‌های گوناگون جامعه‌شناسی به دلیل پیوند با پدیده‌های فراگیری مانند، بازنمایی، آگاهی، عضویت و تعلق جمعی، انسجام اجتماعی، نمادگرایی و معنا مورد توجه ویژه‌ای قرار

گرفته و به شیوه‌های متفاوتی مفهوم سازی شده است. به همین جهت، اشتغال نظری و عملی به هویت، به مشخصه اصلی آثار نظری و تجربی جامعه‌شناسی در دوران معاصر مبدل شده است (Taylor and Spencer, 2004: 109).

در این پژوهش هویت‌های جمعی در دو سطح قومی (محلی) و ملی مورد بررسی قرار می‌گیرد. سطح قومی که جزئی‌ترین و خاص‌ترین نوع هویت می‌باشد به احساس تعلق و وفاداری فرد نسبت به آداب و رسوم، تاریخ، سرزمین و زبان محلی اشاره دارد و به قول فکوهی این سطح از هویت، احساس تعلقی قدیمی به محیط بلافصل را منعکس می‌کند که گویای کهن‌ترین و رایج‌ترین تعلق‌ها در گذشته بوده است (فکوهی، ۱۳۸۱: ۱۴۱-۱۴۳). دومین سطح تعلق، سطح جامعه یا کشوری است که شکل غالب در دولت ملی به حساب می‌آید که البته عمدتاً سیاسی است و به علت سیاسی بودن، خود نیاز به ایجاد الگوهای ذهنی و رفتاری مشخص در قالب ایدیولوژی حاکم دارد. این هویت عمدتاً دربرگیرنده ملتی است که در درون سرزمین جغرافیایی مشخص بوده و دارای زبان و یک ساختار حاکمیت سیاسی واحد می‌باشد. این گروه دارای سرنوشتی مشترک بوده و در جنبه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دارای مشترکات زیادی می‌باشد. این نوع هویت، عام‌ترین هویت در سطح ملی است و بیانگر «ما»ی جمعی عام یا اجتماع جامعه‌ای در سطح جامعه یا کشوری است که در برگیرنده هویت‌ها و اجتماعات محلی است. بنابراین هویت ملی زمانی شکل می‌گیرد که ملت به معنای امروزی آن شکل گرفته باشد (اشرف، ۱۳۷۳: ۸).

در دهه‌های اخیر، مطالعات متعددی به اهمیت اساسی فرایندهای جامعه‌پذیری و نقش و جایگاه کارگزاران جامعه‌پذیری در تکوین هویت‌های جمعی توجه نشان داده‌اند (Tajfel and Turner, 1986; Jenekins, 2000; Sanders, 2002; Shaner, 2006). از جمله سوال‌های مهم پژوهشی که در کانون توجه این مطالعات قرار داشته‌اند این است که: مرزبندی‌های هویتی چگونه شکل می‌گیرد؟ در چه جاهایی حمایت و تقویت می‌-

شود؟ چگونه در جامعه شکلی تثبیت شده و پابرجا به خود می‌گیرد؟ و سرانجام با چه مکانیسم‌هایی بازتولید می‌شود و در طول زمان استمرار می‌یابد؟

با وجود مشکلات موجود در مشخص ساختن اهمیت نسبی سهم هر یک از عوامل درگیر در این رابطه، اغلب صاحب‌نظران بر این باورند که آموزش عالی و دانشگاه یکی از کارگزاران اصلی جامعه‌پذیری جدید است که در رقابت با کارگزاران جامعه‌پذیری اولیه می‌تواند نگرش، اعتقاد و رفتار مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار دهد (Jenkins, 1996; Delanty, 2002; Thelin, 1992؛ عبداللهی، ۱۳۸۱؛ عبداللهی و مروت، ۱۳۸۴؛ قانع‌ی راد و ابراهیم آبادی، ۱۳۸۹).

با ورود افراد به گروه‌ها و اجتماعات بزرگ‌تر مانند دانشگاه، انتظار می‌رود که نوعی جهش در وابستگی عاطفی افراد ایجاد شود و در این نهادها و اجتماعات وابستگی عاطفی افراد تعمیم یابد و افراد ضمن پرورش توانایی‌های شناختی و عاطفی، به تدریج گرایش‌های عاطفی مثبت نسبت به دیگرانی غیر از اجتماع محلی و قومی خود پیدا کنند و خود را جزئی از "مای" کلی‌تر تعریف نمایند (عبداللهی و مروت، ۱۳۸۴: ۲۱). بنابراین، در فضای دانشگاه به عنوان نماد اجتماع رسمی (Formal community)، با بافت چند فرهنگ‌گرای آن، دانشجویان نوعی جامعه‌پذیری مضاعف و ثانویه‌ای را در قالب عضویت و فعالیت در انجمن‌ها و تشکل‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تجربه می‌کنند که موجب بسط میدان تعاملاتی و تلطیف افق ذهنی و بینشی دانشجویان نسبت به اُبژه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌شود و در قالب آن دایره تعلقات و مرزبندی‌های هویتی دانشجویان بسط می‌یابد و به زعم کویستو (Kivisto)، همبستگی اجتماعی با خودی‌ها به غریبه‌ها هم بسط می‌یابد و برادری قومی جا را برای برادری با همه باز می‌کند و هویت‌های جمعی عام تکوین و بسط می‌یابند (۲۰۰۲: ۲۰).

نگاهی به تاریخچه فعالیت نشریات دانشجویی، حاکی از آن است که از اوایل دهه ۱۳۷۰ نشریات دانشجویی قومی در دانشگاه‌های مختلف ایران آغاز به فعالیت نمودند و

مسائل و موضوعات گوناگون فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، علمی و صنفی در این نشریات تجلی ویژه‌ای یافتند. در دو دهه اخیر، متأثر از فضای سیاسی و گشایش‌های سیاسی و فرهنگی در دانشگاه‌ها، موضوعات حساس و مهم در سطوح محلی، قومی و ملی در نشریات دانشجویی بازتاب پیدا نمود؛ به گونه‌ای که حتی در این دوره در اغلب مراکز دانشگاهی نشریات قومی در کنار سایر نشریات رشد قابل توجهی به خود گرفت و شمارگان آن‌ها به گونه‌ای افزایش یافت که برخی از آن نشریات در بیرون از دانشگاه‌ها - در باجه‌های روزنامه فروشی - توزیع و در دسترس عموم قرار گرفت و دریچه جدیدی را برای بازخوانی و واکاوی مسائل محلی و قومی و ملی در عرصه عمومی مهیا نمود. این مقاله در پی آن است تا با لحاظ نمودن نقش و جایگاه با اهمیت نشریات دانشجویی در مهیا ساختن فرصت‌های فراگیری مهارت‌های اجتماعی و بازاندیشی در افق ذهنی و بینشی دانشجویان، تصویری روشن از شیوه انعکاس مفاهیم و مضامین مرتبط با هویت‌های ملی و قومی را در محتوای نشریات دانشجویی گردزبان دانشگاه گردستان در فواصل زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ مطالعه نماید.

اهمیت و ضرورت موضوع

به باور بسیاری از صاحب‌نظران، امروزه نظم و مدیریت مسالمت آمیز تغییرات اجتماعی از مسائل اساسی و پر اهمیت جامعه ایران محسوب می‌گردد (چلبی، ۱۳۷۵؛ عبداللهی، ۱۳۸۰؛ یوسفی، ۱۳۸۰). ناگفته پیداست، مواجهه عالمانه با مسائل یاد شده در گرو تکوین و تحکیم همبستگی اجتماعی عام در ایران است که آن هم به نوبه خود، منوط به ارتقای مرزبندی‌های هویتی افراد و تقویت هویت جمعی عام در سطح اجتماع جامعه‌ای (هویت ملی) است.

با توجه به نقش و جایگاه محیط دانشگاهی به عنوان یکی از کارگزارهای اصلی و تعیین کننده جامعه‌پذیری ثانویه در ارتقای سطح دانش تخصصی و عمومی، مدارای اجتماعی و نوع دوستی، بررسی و ارزیابی نقش محیط دانشگاه در تقویت همبستگی و

هویت جمعی عام بسیار اثرگذار است. نشریات دانشجویی، از جمله حوزه‌های فعال در دانشگاه‌ها است که بر مبنای آن تا اندازه زیادی می‌توان به ارزیابی میزان نیل به اهداف یاد شده پرداخت.

بخش قابل توجهی از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دانشجویان حول کانون‌ها و تشکل‌های دانشجویی و فعالیت در نشریات دانشجویی تمرکز یافته 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)^۱. 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. بنابراین، نشریات دانشجویی، به مراتب نقشی بیش از انعکاس و بازنمایی مطالبات و خواسته‌های صنفی دانشجویان را عهده‌دار هستند. به صورت بسیار ظریف، آهنگ، محتوا و مضامین نشریات دانشجویی در لایه‌های آشکار و پنهان خود می‌تواند جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و کنشی و سطوح تعلقات جمعی دانشجویان را تحت الشعاع قرار دهد و آن را بازنمایی کند. بنابر آن چه گفته شد، نشریات دانشجویی به عنوان یکی از ارکان جامعه‌پذیری ثانویه در محیط دانشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. 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 می‌کند و امکان واکاوی و بازخوانی تعلقات هویتی را بدست می‌دهد. اما اهمیت عملی آن بدین جهت است که برنامه‌ریزی، سامان بخشی و مدیریت مسالمت آمیز و منطقی فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه‌ها و نشریات دانشجویی هم‌گام با سیر

^۱. www.edunews.ir

تحولات اجتماعی و فرهنگی و مقتضیات آن، از اهداف و نیازهای مبرم در آموزش عالی است. بنابراین، آگاهی از گرایش‌ها و مرزبندی‌های هویتی دانشجویان و تغییرات آن‌ها در طول زمان به فهم تحلیل جریان‌ها و فرایندهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی موجود در دانشگاه‌ها و در سطح جامعه کمک شایانی می‌کند و پیش‌بینی روند تحولات آینده جامعه را تا حدودی ممکن می‌سازد. به همین جهت، اجرای پژوهش‌هایی از این دست برای مدیران و برنامه‌ریزان جامعه، به خصوص در بخش آموزش عالی راه‌گشا و بلکه ضروری است.

مبانی نظری و ادبیات تحقیق

ریشه عمده بحث‌های مربوط به «هویت» در جامعه‌شناسی را می‌توان به نظریاتی نسبت داد که در دانشگاه شیکاگو و به ویژه در چارچوب دیدگاه تعامل‌گرایی نمادین در مورد مفهوم «خود»^۱ و ابعاد آن مطرح شده است (Cerulo, 1997: 384). در دیدگاه تعامل‌گرایی نمادین، مفهوم هویت با مفاهیم «خود» و «دیگری» ارتباط پیدا می‌کند. هربرت مید، در چارچوب مفهوم «خود»، یک نظریه عمومی از هویت اجتماعی عرضه نموده است که از طریق آن امکان فهم فرایندهای عمیق «ذهن» و «خود» را در چارچوب مدل دیالکتیک درونی-برونی مهیا نموده است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷۴). بر این مبنا، هویت جمعی در صورت برقراری تمایز بین «خود» و «دیگری» معنی و مفهوم پیدا می‌کند و شکل‌گیری «خود در ارتباط با دیگران» مبنای شکل‌گیری هویت جمعی افراد بوده و میزان و دایره تعلقات اجتماعی را مشخص می‌نماید. بنابراین، «خود» اغلب یک «خود اجتماعی» است و در جریان تعاملات و مناسبات اجتماعی با دیگران شکل می‌گیرد و زمینه اجتماعی، جایگاه درخور توجهی در تکوین آن دارد (Mead, 1934: 76).

^۱ . Self

بنابراین، در چارچوب دیدگاه تعامل‌گرایی نمادین، هویت اجتماعی یا جمعی، شامل ابعادی از خودپنداره شخص است که از عضویت و تعلق به یک رده یا گروه اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. به بیانی دیگر، هویت اجتماعی تعریف شخص از خود است بر اساس عضویت‌های گروهی که با ملاحظات ارزشی و احساسی مقارن است (Tajferand Turner, 1986: 42; Turner, 1999: 8). در ادبیات مربوط به هویت جمعی، دیدگاه‌های نظری یاد شده، با عنوان سازه‌گرایی اجتماعی^۱ تعریف و طبقه‌بندی می‌شوند (Cerulo, 1997: 384-386). رویکرد «سازه‌گرایی اجتماعی» در تقابل با رویکرد «ذات باورانه»^۲ تکوین یافته است. در رویکرد ذات باورانه، مفهوم هویت بر مبنای ویژگی‌ها و مخرج مشترک‌های طبیعی و ذاتی تعریف می‌شود در حالی که در رویکرد سازه‌گرایی اجتماعی، هویت به عنوان یک برساخته اجتماعی^۳ مفهوم سازی می‌شود (Burkitt, 1991: 190).

بر مبنای رویکرد سازه‌گرایی اجتماعی، هویت‌های جمعی یک دستاورد تعاملی قلمداد می‌شوند که به طور پیوسته از طریق تبادل زبانی و عمل اجتماعی مورد مذاکره قرار می‌گیرند. سازه‌گرایان اغلب عوامل جامعه‌پذیری مانند، خانواده، مدرسه، دانشگاه، فرهنگ عامه، رسانه و... را مورد کندوکاو قرار می‌دهند و نقش آن‌ها را در تکوین و تطور هویت جمعی توصیف و تحلیل می‌نمایند. در چارچوب این رویکرد، شیوه‌هایی مورد توجه قرار می‌گیرد که بر اساس آن عاملان و حاملان جامعه‌پذیری، داده‌ها و دانسته‌های شناختی، عاطفی و رفتاری افراد را ترسیم و سازمان می‌بخشند؛ دانسته‌ها و داده‌هایی که افراد برای شکل دهی به «خود اجتماعی» به کار می‌گیرند (Calhoun, 1996: 3-6; Burkitt, 1991: 190).

از نظر جنکینز، هویت حاصل دیالکتیک درونی- بیرونی یا فرد و جامعه است. هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از

^۱ . Social costructivism

^۲ . essentialism

^۳ . social construct

آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست؟ از این رو، هویت نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت. جنکینز به نقد آن دسته از رویکردهای نظری می‌پردازد که هویت را به سان مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادی قلمداد می‌نمایند که صرفاً «وجود دارد»، پس به این‌که هویت چگونه «عمل می‌کند» یا «به کار گرفته می‌شود» و به فرایند و بازتابی بودن آن و به ساختار اجتماعی هویت در تعامل و به عنوان یک نهاد توجه کامل نمی‌شود (Jenkins, 1996: 6-8).

جنکینز، در این چارچوب، هویت‌های اولیه را از ثانویه متمایز می‌نماید. هویت‌های اولیه (مانند خود بودن، انسان بودن، جنسیت، قومیت و خویشاوندی) در اوایل زندگی ساخته می‌شوند و گروه‌های نخستین نقش اساسی در شکل‌گیری آن دارند. در حالی‌که هویت‌های ثانویه، مانند هویت‌های عام (شهروندی و هویت ملی)، بیشتر متأثر از تعاملات اجتماعی و در قالب گروه‌های ثانویه شکل می‌گیرند. هویت‌های اولیه نسبت به هویت‌های ثانویه در مقابل تغییر، مقاوم‌ترند و افراد به آسانی حاضر به تغییر آن نیستند (Ibid, 21-24).

از نظر پیتر کویستو، در جوامع معاصر، در سایه تشدید و تعمیق تمایز پذیری و پیچیدگی اجتماعی و تعدد گروه‌ها و رده‌های اجتماعی منبعث از آن، تشدید ارتباطات و مناسبات اجتماعی، بنیان‌های سخت افزاری و نرم افزاری لازم در جهت تحکیم مدرنیته و به تبع آن بسط تعلقات جمعی مهیا گردیده است. بر این اساس، وفاداری‌ها و هویت‌یابی‌های پیشامدرن که گستره آن به افراد هم‌قبیله، هم‌طایفه، هم‌روستا، هم‌قوم و هم‌زبان و هم‌مذهب محدود می‌شد، به تدریج در جوامع مدرن به فرهنگ ملی انتقال و ارتقا پیدا نمود، و تمایزات و تفاوت‌های قبیله‌ای، قومی و منطقه‌ای به تدریج در ذیل آن چیزی قرار گرفت که گلنر^۱ آن را «بام سیاسی» دولت-ملت نامید؛ چیزی که به یکی از منابع قدرتمند معنا برای هویت‌های اجتماعی و فرهنگی مدرن تبدیل شده است. به زعم

^۱ . Gellner

کویستو، گذار از جوامع سنتی به جوامع مدرن الزاماً به معنی زوال و طرد هویت‌های جمعی محلی و قومی نیست بلکه در سایه مشارکت و حضور فعالانه اجتماعات گوناگون در جامعه مدنی، تکوین اصول و قواعد غیرشخصی مبتنی بر شهروندی فراگیر و تساهل فرهنگی، احساسات مشترک و آگاهی مدنی و «ما» گروهی بسط و ارتقا می‌یابد و برادری قبیله‌ای جای خود را به برادری با همه می‌سپارد و هویت جمعی عام به وجه غالب هویت‌های جمعی تبدیل می‌گردد (Kivisto, 2002: 20).

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 آموزش‌های دانشگاهی، بر انتقال و تبیین و اشاعه سنت فرهنگی جامعه و شکل دادن به خودآگاهی سیاسی دانشجویان تأکید می‌نماید (فاضلی، ۱۷۹: ۱۳۸۶). از نظر هابرماس، در دوران جدید که با فرایندهای جهانی شدن و جوامعی متکثر مواجه هستیم، شهروندی و هویت ملی می‌باید بر میهن پرستی قانونی^۱ استوار باشد. میهن پرستی قانونی، به پرورش احساس تعهد در میان اعضای یک جامعه سیاسی اشاره دارد که یک موجودیت شدیداً سیاسی است و نه فرهنگی. امتیاز میهن پرستی قانونی این است که میان شهروندان تعهدی به نهادهای حکومتی ایجاد می‌کند بدون اینکه شهروندان ملزم شوند به یک وحدت فرهنگی جعلی و نادرست تکیه کنند و بر یک جامعه سیاسی دلالت دارد که مرزهایش نه ثابت، بلکه سیال هستند. در چنین وضعیتی، جامعه آینده خودش را نه از طریق رجوع به گذشته و احساس افسانه‌ای مشترک به عنوان یک ملت، بلکه از طریق مشورت می‌سازد. علاوه بر این، میهن پرستی قانونی مستلزم جامعه‌ای است که درصدد یکپارچه کردن هویتش از طریق انکار هویت‌های اقلیت‌ها یا خارجی‌ها نیست (فالكس، ۱۳۸۱: ۷۲-۷۳). به زعم هابرماس، بهترین شکل جامعه سیاسی برای یک شهروندی پسامدرن، جامعه‌ای است که در آن

^۱ . constitutional patriotism

میهن پرستی قانونی به جای پیوندهای فرهنگی، عامل ایجاد حس وفاداری و تعهد باشد (Habermas, 1994) به نقل از فالکس، ۱۳۸۱: ۲۱۲).

اما در واقعیت آیا چنین است؟ آیا دانشگاه و نشریات دانشجویی فعال در آن، مروج عام‌گرایی هویتی و تعهد اجتماعی عام هستند؟ با وجود ضعف مطالعات تجربی در این حوزه^۱، پژوهش‌های گنج‌خانلو (۱۳۸۶) و قادرزاده (۱۳۸۹) در مورد وضعیت نشریات دانشجویی قومی و نوع نگاه آنان به قومیت و هویت ملی بیانگر این است که نشریات دانشجویی در ایفای نقش اصلی خود در ایجاد هم‌گرایی و تقویت مشارکت اجتماعی عام، تلطیف محلی‌گرایی و محلی‌نگری، بسط و تعمیم دلبستگی‌های جمعی به ماورای مرزهای قومی ضعیف هستند. نتایج این پژوهش‌ها حاوی این است که نشریات دانشجویی قومی عمدتاً نسبت به مسائل و موضوعات ملی بی‌تفاوت و دارای جهت‌گیری واگرایانه نسبت به هویت ملی هستند.

جمع‌بندی

مروری بر دیدگاه‌های نظری مرتبط با هویت جمعی در سطوح و ابعاد آن حاکی از آن است که «هویت جمعی»، امری مفروض و از پیش ساخته نیست، بلکه یک برساخته اجتماعی است، روایتی است که مدام در حال تکوین است. هویت جمعی در دنیای معاصر ماهیتی متکثر، چند بُعدی، تلفیقی و پیوندی دارد؛ فرد هم‌زمان می‌تواند هویت‌های عدیده‌ای داشته باشد، زیرا وجود آن‌ها در کنار یکدیگر به منزله نفی و نقض دیگری نیست (Taylor and Spencer, 2004: 4). علاوه بر این، عام‌تر شدن هویت‌های جمعی به معنی زوال و از بین رفتن هویت‌های سطح خرد نیست، بلکه هویت‌های سطح خرد همچنان به هستی خود ادامه می‌دهند؛ منتها غلظت، اهمیت و برجستگی

۱- با وجود نقش و جایگاه حساس و تعیین‌کننده نشریات دانشجویی در دانشگاه‌ها، مطالعات تجربی صورت گرفته در خصوص این نشریات به شمار انگشتان یک دست نیز نمی‌رسد.

خود را به نفع هویت‌های جمعی عام مبتنی بر تفاوت‌پذیری توأم با وابستگی متقابل از دست خواهند داد. بنابراین، مرزبندی‌های هویتی ماهیتی ایستا ندارند بلکه انعطاف‌پذیر و سیال بوده و متأثر از عوامل و کارگزاران جامعه‌پذیری اولیه و ثانویه، قبض و بسط می‌یابند. با لحاظ نمودن 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 و تجربه جامعه‌پذیری ثانویه، مرزهای هویت‌های اولیه مانند هویت قومی بسط و تعمیم یافته و گرایش به هویت‌های ثانویه مانند هویت ملی تقویت گردد.

سؤال‌های تحقیق

سؤال‌های تحقیق در دو بخش سؤال‌های توصیفی جهت توصیف وضع هر مقوله و سؤال‌های تحلیلی برای تحلیل وضع رابطه دو مقوله مطرح می‌شود.

- سؤال‌های توصیفی:

- ساختار مطالب نشریات دانشجویی از نظر سبک، هدف و لحن مطلب چگونه است؟
- محتوای نشریات دانشجویی تا چه اندازه به مقوله‌های هویتی پرداخته‌اند؟
- آیا محتوای نشریات دانشجویی، هویت‌خواهی قومی را تداوم بخشیده‌اند؟ یا جهت‌گیری عام‌گرایانه‌ای را دنبال کرده و در جهت تقویت هویت ملی پیش رفته‌اند؟
- از میان ابعاد و مؤلفه‌های هویت قومی و ملی، کدام یک از ابعاد و مؤلفه‌ها بیش از همه در نشریات دانشجویی انعکاس یافته است؟
- جهت‌گیری نشریات دانشجویی در طرح مطالب مرتبط با هویت‌های ملی و قومی چگونه است؟
- اقدام به تحریکات قومی در محتوای نشریات دانشجویی چگونه انعکاس یافته است؟

- سؤال‌های تحلیلی:

- آیا تفاوت معناداری بین سبک، لحن و هدف مطلب نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین انعکاس مقوله‌های هویتی در نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین جهت‌گیری نشریات به هویت‌های ملی و قومی از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین ابعاد هویت ملی و قومی در نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین نشانگان هویت ملی و قومی در نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین محل رویداد مطالب نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟
- آیا تفاوت معناداری بین اقدام به تحریکات قومی در نشریات از نظر سال انتشار وجود دارد؟

روش شناسی

- تعاریف متغیرها

اندازه‌گیری یکی از مراحل اساسی در پژوهش، به خصوص در تحلیل محتوا است و باید از پیام‌های تولید شده رسانه‌ای که کیفی است به وضعیتی دست یافت که بتوان این کیفیت را اندازه‌گیری نمود. ارائه تعاریف نظری و عملیاتی (شاخص‌ها و معرف‌ها) متغیرها گامی اساسی برای اندازه‌گیری مفاهیم پیچیده، ترکیبی و چند بُعدی است. لازم به یادآوری است که این تعریف (تعریف عملیاتی) همان چیزی است که در

دستورالعمل کدگذاری آورده شده است. در این بخش به تعاریف نظری و عملیاتی اصلی‌ترین مقوله‌های مورد بحث بسنده می‌شود.

- هدف مطلب

هدف مطلب، بر این دلالت دارد که مطالب و موضوعات مندرج در نشریات دانشجویی بدنبال چه هستند. مهم‌ترین اهداف مورد توجه در تحلیل نشریات دانشجویی عبارتند از: اعتماد به نظرات و رهبران سیاسی، مشارکت سیاسی و حضور در صحنه، یکپارچگی و همگنی قومی، بی‌اعتمادی نسبت به نظام یا رهبران نظام و زیر سؤال بردن ارزش‌های سیاسی نظام (قادرزاده، ۱۳۸۸).

- سبک مطلب

به شیوه ارائه مطالب در یکی از فرم‌های رایج روزنامه‌نگاری سبک مطلب اطلاق می‌شود. این متغیر به اشکال زیر عملیاتی شده است: خبر، تفسیر و تحلیل خبری، گزارش، مصاحبه، مقاله، سرمقاله و سایر (قادرزاده، ۱۳۸۹).

- لحن مطلب

منظور از لحن مطلب، نوع بیان رویدادها و مطالب مربوط به موضوعات و مسائل ملی و قومی ایران است. این متغیر در ابعاد زیر عملیاتی و سنجیده شده است: انتقادی، افشاگرانه، اعتراض آمیز، توجیه گرایانه، تقدیر و تشکر، و نامشخص.

ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی

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 (Guibreau, 2001: 243). به بیان دیگر، هویت ملی بازتولید و باز تفسیر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌باشد که عناصر تمایز بخش هر ملتی هستند. احساس تعلق به یک ملت از طریق همین مجموعه صورت می‌گیرد. افراد به واسطه اشتراک داشتن در این گونه نمادها و نشانه‌ها، با گروهی از انسان‌ها که ملت نام دارند پیوند می‌یابند و برچسب هویتی می‌خورند (Smith, 2000: 18). در این

پژوهش با اذعان به ماهیت پیچیده، چندبعدی و کیفی هویت ملی و با تأسی از مطالعات تجربی (چلبی، ۱۳۷۸؛ فکوهی، ۱۳۸۱؛ ابوالحسنی، ۱۳۸۷؛ قادرزاده، ۱۳۸۹؛ Guibreau, 2001; Jones and Smith, 2001)، ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی در جدول ۱، تعریف نظری و عملیاتی شده است.

جدول ۱- مفهوم سازی ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی

ابعاد	تعریف نظری	تعریف عملیاتی
اجتماعی	بُعد اجتماعی ناظر بر کیفیت روابط اجتماعی فرد با اجتماع جامعه‌ای است.	افتخار به عضویت در اجتماع ملی، تعلق نسبت به جامعه ملی-ایرانی، تقدم منافع جمعی عام، پذیرش دیگران به عنوان هموطن، دفاع از یکپارچگی و همبستگی اجتماعی، تعهد به حفظ اجتماع ملی
سیاسی	بُعد سیاسی، ناظر بر احساس تعلق و عضویت قانونی و حقوقی به نظام و ساختار سیاسی و تلقی خود به عنوان شهروند است.	ضرورت دادرسی یکسان در برابر قانون، اعتماد و اطمینان به نظام سیاسی، تمجید از نخبگان سیاسی و مبارز ملی، علاقه به ملت، افتخار به سرود و پرچم ملی، آشنایی و پذیرش قانون اساسی و قوانین حقوقی، ضرورت استقرار یک نظام سیاسی واحد بر جامعه
فرهنگی	بُعد فرهنگی، ناظر بر احساس تعلق و تعهد نسبت به نشانگان فرهنگی و میراث فرهنگ ملی است.	تعریف و تمجید از مشاهیر فرهنگی، تأکید بر جشن‌ها، آیین‌ها، سنن و اسطوره‌های ملی، موسیقی ملی، اعیاد و مناسک مذهبی، افتخار به زبان ملی، تأکید بر استفاده از اسامی ایرانی، تأکید بر هنر و ادبیات ملی
تاریخی	آگاهی افراد جامعه از گذشته تاریخی و احساس	شناخت اماکن تاریخی، افتخار نسبت به سابقه تاریخی، تعریف و تعیین دوره‌های تاریخی، تعلق

دل‌بستگی به آن.	خاطر تاریخی، وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث و رویدادها تاریخی، دانش تاریخی
سرزمینی	نگرش مثبت به آب و خاک، به این جهت که ساکن یک منطقه معین هستیم
	آشنایی با محدوده جغرافیایی ایران و ویژگی‌های طبیعی و جغرافیایی آن، آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان خطر، مرجح دانستن زندگی در ایران

- ابعاد و مؤلفه‌های هویت قومی

دو مفهوم هویت قومی و قومیت پیوند تنگاتنگی با هم دارند، حتی در دایره المعارف معتبر علوم انسانی - اجتماعی، با عنوان قومیت از هویت قومی سخن به میان آمده است (Keyes, 1998: 237). قومیت، فرایندی اجتماعی و روان شناختی است که به واسطه آن افراد با یک گروه و برخی از جنبه‌های فرهنگ آن گروه هویت و پیوند می‌یابند. به عبارت دیگر، قومیت نوعی ویژگی و شرایط عضویت گروهی به شمار می‌آید؛ این عضویت گروهی بر آگاهی از تعلق گروهی استوار است. تمایز گروه از گروه‌های دیگر هم به واسطه نشانگرهای نمادین فرهنگی زیستی یا سرزمین و هم به واسطه (تصور) وجود گذشته مشترک و منافع مشترک صورت می‌پذیرد (Burgess, 1978: 270). با توجه به ماهیت سیال و چندبُعدی هویت قومی و با تأسی از مطالعات تجربی (چلبی، ۱۳۷۸؛ فکوهی، ۱۳۸۱؛ قادرزاده، ۱۳۸۸؛ برتون، ۱۳۸۰؛ Smith, 2001; Chattaraman and lennon, 2008; Vida, 2001) ابعاد و مؤلفه‌های هویت قومی در جدول ۲، عملیاتی شده است.

جدول ۲- مفهوم سازی ابعاد و مؤلفه‌های هویت قومی

تعریف نظری	تعریف عملیاتی
------------	---------------

اجتماعی	احساس تعلق خاطر مشترک و وفاداری افراد به اجتماع قومی	افتخار به عضویت در اجتماع قومی، تعلق به اجتماع قومی، تقدم منافع قومی، دفاع از همبستگی قومی
سیاسی	سهیم ساختن اعضای اجتماع قومی در ساختار قدرت و جذب مناطق قومی در تقسیم کار اقتصادی و اجتماعی	تأکید بر مشارکت و سهیم شدن در ساختار قدرت، حق برخورداری از مزایای بهداشتی و درمانی، تأمین اجتماعی، حق شرکت در انتخابات و انتخاب شدن
فرهنگی	بر احساس تعلق و تعهد نسبت به نشانگان فرهنگ قومی	تأکید بر جشن‌ها، آیین‌ها، سنن و اسطوره‌های قومی، موسیقی قومی، تعریف و تمجید از مشاهیر فرهنگی، اعیاد و مناسک مذهبی، افتخار به زبان قومی، تأکید بر هنر و ادبیات قومی، شخصیت‌های مذهبی، لباس قومی
تاریخی	آگاهی مشترک افراد یک قوم از گذشته تاریخی و دلبستگی به آن	شناخت اماکن تاریخی، پرداختن به پیشینه‌ی تاریخی قوم خود، افتخار به سابقه تاریخی، معماری، بناها و اماکن تاریخی
سرزمینی	احساس تعلق و تعهد در برابر سرزمین مادری	نگرش مثبت و آشنایی با جغرافیای قومی، آمادگی برای دفاع از میهن، مرجع دانستن زندگی در زادگاه

- جهت‌گیری نسبت به هویت‌های ملی و قومی

جهت‌گیری بدین معناست که در مطالب مندرج در نشریات چه نگاهی نسبت به هویت‌های ملی و قومی مسلط است. در این تحقیق، سه نوع جهت‌گیری مثبت (نگاه خوش بینانه و امید بخش)، منفی (نگاه بدبینانه)، و خنثی (فقدان جهت‌گیری‌های مثبت یا منفی) نسبت به موضوعات و مؤلفه‌های مرتبط با هویت‌های ملی و قومی مورد توجه قرار گرفته است.

- اقدام به تحریکات قومی

اقدام به تحریکات قومی بر برجسته سازی تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، تبدیل مرزهای تفاوت قومی به تعارض و خصومت و عمل بر مبنای وفاداری‌های قومی دلالت دارد (3: Kellas, 2004; 175: Fenton, 2003). در این پژوهش با اذعان به ماهیت پیچیده و حساس تحریکات قومی، با تأسی از مطالعات تجربی (قادرزاده، ۱۳۸۸؛ محمدزاده، ۱۳۹۰)، متغیر یاد شده در ابعاد چهارگانه زیر عملیاتی شده است: تحریک به تحصن و نافرمانی مدنی، عمده ساختن تفاوت‌های قومی، مذهبی و زبانی، بزرگ‌نمایی کمبودهای موجود در مناطق قومی، سیاسی نمودن مسائل و موضوعات فرهنگی، زبانی و قومی.

- محل رویداد

مُراد از محل رویداد این است که مطالب و موضوعات مندرج در نشریات دانشجویی با مسائل و رویدادهای کدام منطقه از مناطق کُردنشین مرتبط می‌باشد. این متغیر در ابعاد زیر عملیاتی شده است: کُردنشین‌های غرب کشور، مناطق کُردنشین آذربایجان غربی، استان ایلام، مناطق کُردنشین آذربایجان شرقی، استان کُردستان، استان کرمانشاه، مناطق کُردنشین عراق، مناطق کُردنشین ترکیه، کُردستان سوریه، و بدون محل.

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش، روش «تحلیل محتوا»^۱ 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 (معمد نژاد، ۱۳۵۶ : ۲۰). با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا در این تحقیق، محتوای مطالب و تصاویر مندرج در نشریات دانشجویی به صورت کمی مطالعه شده است. در این جا، محتوای نشریات یاد شده از نظر شیوه ارایه مقوله‌های هویت ملی و قومی، هویت بارز در متن، نوع جهت‌گیری نسبت به مقوله‌های هویتی، اقدام به تحریکات قومی در متن، محل رویداد، سبک، هدف و لحن مطلب بررسی شده است.

واحد تحلیل تحقیق

در این بررسی، واحد تحلیل تحقیق شامل تمامی مطالب مندرج در نشریات دانشجویی است. بنابراین، در این تحقیق، واحد متن؛ هر یک 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 هویت ملی و قومی می باشد.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

در این مطالعه، آن دسته از نشریات دانشجویی مورد مطالعه قرار می‌گیرد که توسط دانشجویان گُرد زبان در فواصل زمانی سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ در دانشگاه گُردستان انتشار یافته‌اند. دلیل انتخاب نشریات یادشده، ماهیت و بافت مسلط قومی آن بوده است؛ به عبارت دیگر، این نشریات توسط دانشجویانی به رشته تحریر در آمده‌اند که در وهله اول، در درون یک فرهنگ و اجتماع قومی جامعه‌پذیر و فرهنگ‌پذیر

^۱ . Content Analysis

گشته‌اند و با ورود به فضای دانشگاه امکان جامعه‌پذیری مضاعف، بازاندیشی در هویت‌های اولیه و تکوین و تقویت هویت‌های ثانویه را پیدا نموده‌اند.

نشریات دانشجویی قریب به پانزده سال است که در دانشگاه گُردستان فعال و منتشر می‌شوند. پرسش آغازین این پژوهش مبنی بر این که «رویکرد نشریات دانشجویی نسبت به هویت‌های ملی و قومی چگونه است؟» ایجاب می‌نماید که تمام نشریات دانشجویی منتشر شده در فاصله زمانی یاد شده، به عنوان جامعه آماری مورد بررسی قرار گیرند. با توجه به محدودیت‌های دسترسی به نشریات دانشجویی در فاصله زمانی یاد شده به دلیل فقدان آرشیو کاملی از نشریات، پس از تلاش‌های به عمل آمده تنها ۱۴۵ نشریه در این دوره زمانی در دسترس قرار گرفت. با توجه به این‌که، تمام مطالب و تصاویر نشریات دانشجویی در فاصله زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ مورد مطالعه قرار گرفته است، جامعه آماری و حجم نمونه پژوهش یکسان است و به دلیل پوشش کامل مطالب و تصاویر این نشریات، نیازی به روش‌های نمونه‌گیری نمی‌باشد. بنابراین، جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام مطالب و تصاویر ارایه شده در ۱۴۵ شماره از نشریات دانشجویی دانشگاه گُردستان است که در فواصل زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹ منتشر شده‌اند که در مجموع ۳۶۲۱ صفحه می‌باشد و تمام مطالب و صفحات فارسی و کُردی را شامل می‌شوند.^۱

تکنیک گردآوری و تحلیل داده‌ها

۱. لازم به ذکر است که ۱۴۵ نشریه یادشده مربوط به ۲۷ عنوان نشریه دانشجویی است که در سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۹ در دانشگاه گُردستان منتشر شده‌اند. عناوین این نشریات عبارتند از: «ده نگ، آوا، خویندکارانی کورد، ده نگاو، اهورا، دادبگ، خور هه لات، شورا، سامال، روناھی، هه ژان، رونان، ژیوار، ژوان، ژیار، کوردستان، ندای دانشجو، سی ماسین، هاواری زانکو، ئه وین، سلام، بی ده نگ، هوزان، نیشتمان، شه پول، سوما، بزار، نامانج».

داده‌های این تحقیق با استفاده از پرسش نامه معکوس که بر اساس مقوله‌بندی تهیه شده بود. گردآوری شد به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، بر اساس یک مطالعه مقدماتی، مفاهیم و مقوله‌های هویتی مشخص و سپس بر اساس دستورالعملی که تعیین شده بود، کُدگذاری گردیده و داده‌ها در برگه‌های مخصوص ثبت و سپس اطلاعات ثبت شده در برگه‌ها، به رایانه داده شد و با استفاده از نرم افزار SPSS جداول توزیع فراوانی و آزمون‌های آماری انجام گردید. از آزمون خی دو (X^2) برای مقایسه استفاده شد. با این آزمون مشخص می‌شود که آیا بین نشریات مورد بررسی، تفاوت معناداری از حیث ساختار و محتوای مطالب مرتبط با هویت‌های ملی و قومی وجود دارد یا نه؟ برای این منظور از مقوله‌های اسمی و ناپیوسته در دستورالعمل کُدگذاری استفاده گردیده است.

روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

برای بالا بردن روایی پرسشنامه معکوس یا دستورالعمل کُدگذاری مفاهیم و مقوله‌های پژوهش، ابتدا روایی صوری مقوله‌های هویت قومی و ملی و اقدام به تحریکات قومی با بهره گرفتن از نقطه نظرات و مشاورت تعدادی از متخصصان و پژوهشگران مرتبط با مسأله تحقیق^۱ با روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفت. در همین راستا، از نقطه نظرات اصحاب تخصص در تنظیم تقدم و تأخر مفاهیم یا متغیرها و گزینه‌های آن، حذف یا اضافه برخی مقولات یا گزینه‌ها، شیوه اندازه گیری و نظایر

۱- جهت سنجش اعتبار صوری پرسشنامه‌ی معکوس از نقطه نظرات اساتید زیر بهره گرفته شد: دکتر محمد عبداللهی (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)، دکتر احمد گل محمدی (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)، دکتر جلیل کریمی (عضو هیئت علمی دانشگاه رازی)، دکتر حسین محمدزاده (عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور) و دکتر مهدی رضایی.

آن بهره گرفته شد و در تنظیم نهایی ابزار اعمال گردید. علاوه بر این، حتی الامکان سعی گردید تا در تدوین مفاهیم و مقوله‌های پژوهش از سؤالات مشابهی که در پرسشنامه‌های فراگیر ملی مورد استفاده قرار گرفته بود، استفاده شود.

برای بالا بردن میزان پایایی و دست یافتن به عینیت در این پژوهش و به دست دادن اطلاعاتی معتبر در خصوص نشریات مورد بررسی، بر مهارت، بصیرت و تجربه کدگذاران و صراحت مقوله‌ها و شیوه کدگذاری تأکید ویژه‌ای به عمل آمد. برای محاسبه ضریب پایایی ابزار اندازه‌گیری، از فرمول «اسکات» بهره‌گرفته شد. روش ویلیام اسکات، بدلیل لحاظ نمودن زیر مقوله‌ها در محاسبه ضریب پایایی از روش‌های دیگر قابل اعتمادتر است (بدیعی، ۱۳۸۰: ۷). در این روش پس از کدگذاری، حدود ۲۰ درصد از مطالب مربوط به هویت بارز در متن، نوع جهت‌گیری نسبت به هویت‌های قومی و ملی، ابعاد هویت‌های ملی و قومی در متن، و اقدام به تحریکات قومی که قابل قضاوت ارزشی هستند با فاصله زمانی یک ماه مجدداً کدگذاری گردید و سپس درصد توافق بین دو مرحله کدگذاری (درصد توافق مشاهده شده) هم محاسبه گردید. درصد توافق مورد انتظار نیز از مجموع مجزورات درصدهای زیر مقوله‌ها به دست آمد. با قراردادن درصد توافق مشاهده شده و مورد انتظار در فرمول «اسکات»، ضریب پایایی برای مقوله هویت بارز در متن ۸۱ درصد، نوع جهت‌گیری نسبت به هویت‌های قومی و ملی به ترتیب ۷۶ و ۷۹ درصد، ابعاد هویت‌های ملی و قومی در متن به ترتیب ۸۰ و ۷۲ درصد و اقدام به تحریکات قومی ۸۵ درصد به دست آمد. با توجه به این‌که میزان ضریب پایایی برای متغیرهای یادشده بیش از ۷۰ درصد می‌باشد، بنابراین می‌توان به طور نسبی به عینیت تحقیق اطمینان نمود.

یافته‌ها

- خلاصه یافته‌ها

در این بخش یافته‌های پژوهش مربوط به هر یک از مقوله‌ها به صورت تفکیک شده در کل مطالب و در سه دوره زمانی ارائه و در باب معناداری تفاوت نشریات دانشجویی در دوره زمانی (۱۳۷۷-۱۳۸۹) از نظر مقوله‌های مورد بررسی، قضاوت می‌شود.

سبک مطلب: در نشریات مورد بررسی بیشترین سبک مطلب مورد استفاده با ۴۳/۴ درصد (۱۰۸۷ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) مربوط به 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. سهم زیاد مطالب مقاله و خبر در نشریات مورد بررسی نشان از این دارد که نشریات دانشجویی عمدتاً فرایند مدار و رویداد مدار هستند.

لحن مطلب: لحن مسلط بر نشریات دانشجویی، انتقادی می‌باشد که با ۳۹/۹ درصد (۱۰۰۱ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) بیش‌ترین سهم را بخود اختصاص داده است و لحن توجیه‌گرایانه با ۰/۷ درصد کمترین جایگاه را داشته است. هم‌چنین، بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر لحن مطلب تفاوت معناداری وجود دارد. با وجود برجستگی لحن انتقادی در هر سه دوره زمانی مورد بررسی، بر تعداد و درصد مطالب با لحن تقدیر و تشکر و اعتراض آمیز در دوره‌ی زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹) افزوده شده است.

جدول ۳- نسبت تأکید بر لحن مطلب در متن نشریات

لحن مطلب	۱۳۷۷-۱۳۸۰	۱۳۸۱-۱۳۸۴	۱۳۸۵-۱۳۸۹	جمع
----------	-----------	-----------	-----------	-----

درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳۹/۹	۱۰۰۱	۳۷/۳	۶۹۴	۴۳/۹	۲۳۸	۶۷	۶۹	انتقادی
۴/۰۲	۱۰۱	۴/۶	۸۶	۲/۶	۱۴	۱	۱	افشاگرانه
۶/۹	۱۷۲	۸/۱	۱۵۰	۴/۱	۲۲	۰	۰	اعتراض آمیز
۰/۷	۱۷	۰/۹	۱۷	۰	۰	۰	۰	توجیه‌گرایانه
۷	۱۷۵	۸/۲	۱۵۳	۳/۱	۱۷	۴/۹	۵	تشکر و تقدیر
۹/۱	۲۲۹	۹	۱۶۷	۱۰/۱	۵۵	۶/۸	۷	نا مشخص
۳۲/۴	۸۱۲	۳۲	۵۹۵	۳۶/۲	۱۹۶	۲۰/۴	۲۱	سایر
۱۰۰	۲۵۰۷	۱۰۰	۱۸۶۲	۱۰۰	۵۴۲	۱۰۰	۱۰۳	جمع
$X^2 = ۷۸/۷۵۱$ $sig = ۰/۰۰۰$								

هدف مطلب: در نشریات مورد بررسی در سه دوره زمانی، بیشترین هدف مطلب با ۴۵/۵ درصد (۱۳۶۷ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) مربوط به اطلاع‌رسانی و کمترین هدف مطلب با ۰/۳ درصد (۸ مطلب از ۲۵۰۷ مطلب) مربوط به ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به نظام یا رهبران نظام است. نکته قابل توجه آن است که فقط در ۱۸ درصد از مطالب نشریات، به افزایش یکپارچگی و همگنی قومی پرداخته شده است. با توجه به ضریب خی‌دو محاسبه شده در جدول ۴ می‌توان گفت که در بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی (۱۳۷۷-۱۳۸۹) از نظر هدف مطلب تفاوت معناداری وجود دارد. در هر سه دوره زمانی، بیشترین هدف مطلب اطلاع‌رسانی و کمترین هدف مطلب ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به نظام یا رهبران نظام است. هم‌چنین، در دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹) بر تعداد و درصد مطالب با هدف «کمک به افزایش یکپارچگی و همگنی قومی» و «زیر سؤال بردن ارزش‌های سیاسی نظام» افزوده شده است.

جدول ۴- نسبت تأکید بر هدف مطلب در متن نشریات

جمع		۱۳۸۵-۱۳۸۹		۱۳۸۱-۱۳۸۴		۱۳۷۷-۱۳۸۰		هدف مطلب
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۰/۴	۱۰	۰/۵	۹	۰/۲	۱	۰	۰	اعتماد به نظرات و رهبران سیاسی
۱/۶	۳۹	۱/۲	۲۳	۱/۸	۱۰	۵/۸	۶	مشارکت سیاسی و حضور در صحنه
۱۷/۹	۴۴۹	۲۰/۵	۳۸۲	۹	۴۹	۱۷/۵	۱۸	یکپارچگی و همگنی قومی
۰/۳	۸	۰/۶	۶	۰/۴	۲	۰	۰	بی‌اعتمادی به نظام یا رهبران نظام
۵/۵	۱۳۷	۶/۴	۱۱۹	۳/۳	۱۸	۰	۰	زیر سؤال بردن ارزش‌های سیاسی نظام
۸/۳	۲۰۷	۱۰/۷	۱۷۱	۶/۴	۳۱	۴/۹	۵	خستگی
۵۴/۵	۱۳۶۷	۵۱/۲	۹۵۳	۶۳/۱	۳۴۲	۶۹/۹	۷۲	اطلاع‌رسانی
۱۱/۶	۲۹۰	۱۰/۷	۱۹۹	۱۶/۴	۸۹	۱/۹	۲	سایر
۱۰۰	۲۵۰۷	۱۰۰	۱۸۶۲	۱۰۰	۵۴۲	۱۰۰	۱۰۳	جمع
$X^2 = ۱۰۳/۰۴۸$ $sig = ۰/۰۰۰$								

انعکاس مقوله‌های هویتی در متن: از مجموع ۲۵۰۷ مطلب مورد بررسی، تنها در ۴۱/۷ درصد (معادل ۱۰۴۶ مطلب)، مقوله هویت‌های جمعی در سطوح ملی و قومی انعکاس یافته است. دوم این‌که، نسبت انعکاس نشانگان هویت قومی ۲۶/۴ درصد (معادل ۶۶۱ مطلب) و نسبت انعکاس نشانگان هویت ملی ۱۱/۸

درصد (معادل ۲۹۶مطلب) است. سوم این که، مقایسه نسبت انعکاس هم زمان هویت- های ملی و قومی در متن نشان می دهد که تنها در ۳/۶ درصد (معادل ۸۹ مطلب) از مطالب به هویت های قومی و ملی به طور هم زمان پرداخته شده است. بنابراین، هویت بارز در متن نشریات دانشجویی در فواصل سال های ۱۳۷۷-۱۳۸۹، هویت قومی بوده است. به گونه این که از مجموع ۱۰۴۶ مطلبی که در آن مقوله های هویتی بازنمایی شده است، ۶۳درصد (معادل ۶۶۱ مطلب) به هویت قومی و ۲۸درصد (معادل ۲۹۶ مطلب) به هویت ملی اختصاص داده شده است. با توجه به ضریب خی دو محاسبه شده در جدول ۵ می توان گفت که در بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی (۱۳۷۷-۱۳۸۹) از نظر انعکاس مقوله های هویتی تفاوت معناداری وجود دارد. اولین نکته ای که از خلال داده های جدول ۵ به نظر می رسد این است که میزان انعکاس مقوله های هویتی در نشریات دانشجویی در دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹) رشد قابل توجهی داشته است و حدوداً ۵ برابر دوره های زمانی قبل است. دومین نکته این که، مضامین مرتبط با هویت قومی در سال های اخیر انعکاس بیشتری از مضامین مرتبط با هویت ملی در نشریات دارد. با وجود پیشی گرفتن انعکاس مضامین قومی بر مضامین هویت ملی در متن نشریات، در سال های اخیر بر میزان بازنمایی مطالب و مضامین مرتبط با هویت ملی در نشریات دانشجویی قومی افزوده شده است.

جدول ۵- نسبت تأکید بر مقوله های هویتی در متن نشریات

جمع	دوره زمانی			مقوله های هویتی
	۱۳۸۵-۱۳۸۹	۱۳۸۱-۱۳۸۴	۱۳۷۷-۱۳۸۰	

درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۲۶/۴	۶۶۱	۲۹/۴	۵۴۸	۱۴/۹	۸۱	۳۱/۱	۳۲	هویت قومی
۱۱/۸	۲۹۶	۱۲/۱	۲۲۶	۱۲/۲	۶۶	۳/۹	۴	هویت ملی
۳/۶	۸۹	۳/۸	۷۱	۳/۳	۱۸	۰	۰	هر دو
۵۸/۳	۱۴۶۱	۵۴/۶	۱۰۱۷	۶۹/۶	۳۷۷	۶۵	۶۷	هیچ کدام
۱۰۰	۲۵۰۷	۱۰۰	۱۸۶۲	۱۰۰	۵۴۲	۱۰۰	۱۰۳	جمع
$X^2 = ۶۱/۰۴۵$				$sig = ۰/۰۰۰$				

جهت‌گیری نسبت به هویت ملی: بر مبنای اطلاعات مندرج در جدول ۶ در نشریات مورد بررسی، ۲۹۶ مطلب به نشانگان هویت ملی اختصاص داده شده است که از این تعداد بیشترین مطلب با ۴۵/۳ درصد (۱۳۴ مورد از ۲۹۶ مورد) دارای جهت‌گیری منفی و بدبینانه و کمترین مطلب با ۱۹/۳ درصد (۵۷ مورد از ۲۹۶ مورد) دارای جهت‌گیری خنثی بوده است. بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر نوع جهت‌گیری نسبت به هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد. در بین سه دوره زمانی، جهت‌گیری غالب نشریات دانشجویی در طرح هویت ملی، منفی می‌باشد. با وجود این‌که، جهت‌گیرهای مثبت و خنثی نسبت به هویت ملی به ترتیب در رده‌های دوم و سوم جای دارد؛ با این وصف، در سال‌های اخیر بر تعداد جهت‌گیری مثبت و خنثی افزوده شده است.

جدول ۶- نسبت تأکید بر انواع جهت‌گیری نسبت به هویت ملی در متن نشریات

جهت‌گیری	دوره زمانی	جمع
----------	------------	-----

۲۱/۲	۱۴۰	۲۱/۲	۷۷	۲۵/۸	۴۵	۱۴/۵	۱۸	اجتماعی
۳۹/۳	۲۶۰	۳۹/۹	۱۴۵	۳۸/۵	۶۷	۳۸/۷	۴۸	فرهنگی
۲۴/۵	۱۶۲	۲۶/۱	۹۵	۲۱/۸	۳۸	۲۴/۴	۲۹	سیاسی
۴/۲	۲۸	۳/۸	۱۴	۳/۴	۶	۶/۵	۸	سرزمینی
۱۰/۷	۷۱	۸/۸	۳۲	۱۰/۳	۱۸	۱۶/۹	۲۱	تاریخی
۱۰۰	۶۶۱	۱۰۰	۳۶۳	۱۰۰	۱۷۴	۱۰۰	۱۲۴	جمع
$X^2 = 118/562$ sig = ۰/۰۰۰								

انعکاس نشانگان هویت ملی در متون : در جدول ۱۰ به مؤلفه‌های هویت ملی

در متون مورد بررسی توجه شده است. اطلاعات جدول نشان می‌دهد که از میان نشانگان هویت ملی، مؤلفه‌های «مشارکت سیاسی» با ۱۴/۲ درصد (۴۲ مورد)، «تعلق سرزمینی» با ۱۱/۱ درصد (۳۳ مورد) و «پذیرش قانون اساسی» با ۸/۴ درصد (۲۵ مورد)، و «اعتماد سیاسی» با ۷/۷ درصد (۲۳ مورد) بیش از سایر مؤلفه‌ها در نشریات دانشجویی بازنمایی شده است. بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر مؤلفه‌های هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد. در میان مؤلفه‌های هویت ملی، تعداد و درصد «دانش سیاسی» در سال‌های اخیر (۱۳۸۵-۱۳۸۹) سیر فزاینده‌ای بخود گرفته است ولی از تعداد و درصد مؤلفه «مشارکت سیاسی» در سال‌های اخیر کاسته شده است.

جدول ۱۰- نسبت تأکید بر نشانگان هویت ملی

نشانگان هویت ملی	تعداد	درصد	نشانگان هویت ملی	تعداد	درصد
پذیرش قانون اساسی	۲۵	۸/۴	موسیقی ملی	۴	۱/۴

۰/۳	۱	آثار منظوم و منثور	۵/۷	۱۷	منافع ملی
۱/۴	۴	اماکن مذهبی	۵/۴	۱۶	غرور ملی
۰/۶۷	۲	جشن‌ها و آیین‌ها	۳/۷	۱۱	تعهد ملی
۳	۹	گرامیداشت مفاخر فرهنگی	۶/۱	۱۸	دفاع از همبستگی ملی
۱۱/۱	۳۳	تعلق سرزمینی	۲	۶	تعلق ملی
۵/۴	۱۶	دادرسی یکسان در برابر قانون	۱/۷	۵	آشنایی با اماکن فرهنگی
۲/۷	۸	برخورداری از مزیت‌های رفاهی	۲/۴	۷	دانش تاریخی
۷/۲	۲۱	اقتصاد ملی	۵/۴	۱۶	تعلق به زبان ملی
۱۴/۲	۴۲	مشارکت سیاسی	۱/۷	۵	تعلق خاطر تاریخی
۷/۷	۲۳	اعتماد سیاسی	۲/۴	۷	گرامیداشت مفاخر سیاسی
	۲۹۶				جمع
$X^2 = ۱۷۷/۰۱۴$			$sig = ۰/۰۰۰$		

انعکاس نشانگان هویت قومی در متون: بر اساس داده‌های جدول ۱۱، از میان نشانگان هویت قومی، مؤلفه‌های «گرامی‌داشت مشاهیر فرهنگی» با ۱۵/۷ درصد (۱۰۴ مورد)، «همان پنداری با گردهای خارج از ایران» با ۱۰/۴ درصد (۶۹ مورد) و «تعهد قومی» با ۶/۷ درصد (۴۴ مورد) بیش از سایر مؤلفه‌ها انعکاس یافته است. بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر مؤلفه‌های هویت قومی تفاوت معناداری وجود دارد. در میان مؤلفه‌های هویت قومی، در دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹) بر تعداد و درصد مؤلفه‌های «همان پنداری با گردهای خارج از ایران» و «علاقه به زبان مادری» افزوده شده است.

جدول ۱۱- نسبت تأکید بر نشانگان هویت قومی

درصد	تعداد	نشانگان هویت قومی	درصد	تعداد	نشانگان هویت قومی
۶/۹	۴۶	علاقه به زبان مادری	۶/۷	۴۴	تعلق قومی
۰/۹	۶	شخصیت‌های مذهبی	۱/۲	۸	غرور قومی
۲/۳	۱۵	معماری، بناها و اماکن فرهنگی	۱۰/۴	۶۹	همان پنداری با کردهای خارج از ایران
۵/۴	۳۶	تعلق سرزمینی	۹/۲	۶۱	تعهد قومی
۴/۵	۳۰	آثار منظوم و منثور ادبی قومی	۵	۳۳	دفاع از همبستگی قومی
۳/۶	۲۴	گرامیداشت مفاخر سیاسی قومی	۰/۴۵	۳	اسطوره‌های قومی
۶/۴	۴۲	برخورداری از فرصت‌ها و امکانات	۳/۸	۲۵	رسوم و سنن قومی
۱/۵	۱۰	ضرورت استقرار فدرالیسم	۳/۳	۲۲	آشنایی با اماکن فرهنگی
۵/۴	۳۶	تاکید بر مشارکت و سهیم شدن اقوام در ساختار قدرت	۳/۴	۲۳	موسیقی قومی
۱۵/۷	۱۰۴	گرامی‌داشت مشاهیر فرهنگی	۰/۴۵	۳	لباس محلی
			۳/۲	۲۱	هنرهای قومی و بومی
$X^2 = 255/762$			$sig = 0/000$		

محل رویداد مطلب: یکی از نشانگان بازنمایی محلی‌گرایی و محلی‌نگری

فرهنگی و اجتماعی، دانستن این مطلب است که موضوعات و مطالب مندرج در نشریات دانشجویی از حیث رویداد به کدام منطقه مربوط می‌شود. بر مبنای اطلاعات مندرج در جدول ۱۲، ۵۷/۹ درصد از مطالب نشریات فاقد محل رویداد مطلب است. در نشریات مورد بررسی، بیشترین محل رویداد مطلب با ۳۰/۲ درصد (۷۵۷ مورد) از ۲۵۰۷ مورد، مربوط به مناطق گردنشین است که از این تعداد، بیشترین محل رویداد با ۳۵ درصد (۲۶۵ مورد) از ۷۵۷ مورد مربوط به استان کردستان و کمترین محل رویداد مطلب با ۰/۹ درصد (۷ مورد) مربوط به مناطق گردنشین آذربایجان شرقی می‌باشد.

نکته قابل توجه در این خصوص این است که ۲۱/۵ درصد از مطالب مربوط به مناطق کردنشین عراق است و انعکاس مطالب مربوط به مناطق کردنشین ترکیه، بیش از مناطق کردنشین آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و استان کرمانشاه است. بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر محل رویداد مطلب تفاوت معناداری وجود دارد. تقریباً در هر سه دوره زمانی، محل رویداد حدود یک سوم مطالب مناطق کردنشین است که این بیانگر تمرکز نشریات دانشجویی به انتخاب اخبار، مطالب و رویدادها از طریق ارزش خبری مجاورت جغرافیایی است و به نوعی بیانگر کم توجهی به مسائل و موضوعات عام و ملی است.

جدول ۱۲- توزیع مطالب بر حسب محل رویداد

محل رویداد	تعداد	درصد	محل رویداد	تعداد	درصد
مناطق کردنشین عراق	۱۶۳	۲۱/۵	مناطق کردنشین آذربایجان شرقی	۷	۰/۹
مناطق کردنشین ترکیه	۷۶	۱۰	استان کردستان	۲۶۵	۳۵
مناطق کردنشین سوریه	۱۰	۱/۳	استان کرمانشاه	۱۲	۱/۵
مناطق کردنشین غرب کشور	۱۹۴	۲۵/۶	استان ایلام	۱۲	۱/۵
مناطق کردنشین آذربایجان غربی	۱۸	۲/۳	سایر	۲۹۶	۱۱/۸
بدون رویداد	۱۴۵۴	۵۷/۹			
		$X^2=154/054$			
		sig= ۰/۰۰۰			

اقدام به تحریکات قومی در متن: اقدام به تحریکات قومی در نشریات دانشجویی بسیار اندک و کمتر از یک درصد می‌باشد؛ به گونه‌ای که از مجموع ۲۵۰۷ مطلب مورد بررسی، تنها در ۷ مطلب (۰/۳ درصد) اقداماتی در جهت تحریکات قومی انعکاس یافته است. با این وصف، بین نشریات دانشجویی انتشار یافته در فواصل زمانی مورد بررسی از نظر اقدام به تحریکات قومی تفاوت معناداری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، شیوه انعکاس و بازنمایی هویت‌های ملی و قومی در محتوای نشریات دانشجویی دانشگاه گُردستان مطالعه شده است. با توجه به اهمیت نشریات دانشجویی در تأثیر گذاری بر جهت‌گیری‌های شناختی، باورها و رفتارهای دانشجویان، و قومی بودن محتوای آن‌ها، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، شیوه انعکاس مقوله‌ها و نشانگان هویت ملی و قومی در مطالب و تصویرهای درج شده در ۱۴۵ نشریه دانشجویی، که در فواصل زمانی ۱۳۷۷-۱۳۸۹ انتشار شده‌اند، مطالعه شد. مهم‌ترین نتایج بدست آمده از این پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

▪ انعکاس پایین مقوله‌های هویتی در نشریات دانشجویی

نتایج تحقیق بیانگر این هستند که مقوله‌های هویتی در صدر دغدغه‌ها و اولویت‌های اصلی نشریات دانشجویی جای ندارد و هویت جمعی در سطوح ملی و قومی مسأله محوری نشریات دانشجویی محسوب نمی‌شود. به طوری که تقریباً در ۶۰ درصد (۱۴۶۱ مطلب از ۲۵۰۷) از تصاویر و مضامین نشریات، به نشانگان هویت‌های

قومی و ملی پرداخته نشده است و فقط در ۴۱/۷ درصد مطالب، مقوله هویت‌های ملی و قومی انعکاس و بازنمایی شده است.

فقدان تعادل در پرداختن به هویت‌های ملی و قومی در نشریات دانشجویی

با وجود این که هویت، دغدغه اصلی نشریات مورد بررسی محسوب نمی‌شود؛ با این وصف از میان مطالبی که به هویت‌های ملی و قومی پرداخته شده است، مضامین و مطالب مرتبط با نشانگان هویت قومی به وضوح بیشتر از نشانگان مربوط به هویت ملی بازنمایی شده است؛ به طوری که نشانگان هویت قومی دو برابر و نیم نشانگان هویت ملی در متن نشریات انعکاس یافته است. علاوه بر این، نسبت بسیار پایین انعکاس هم-زمان هویت‌های ملی و قومی در متون مورد بررسی، مؤید این واقعیت است که در نشریات دانشجویی هویت‌های ملی و قومی به نوعی در تقابل با هم تعریف و هویت قومی در عرض هویت ملی و نه در طول آن تعریف شده است. یافته‌های این تحقیق، هم سو با نتایج مطالعات قبلی انجام شده در این زمینه است (عبداللهی و مروت، ۱۳۸۴؛ قادرزاده، ۱۳۸۹). به عنوان مثال، هم سو با نتایج فوق، یافته‌های مطالعه‌ی قادرزاده (۱۳۸۹). همچنین فقدان تعادل در پرداختن به هویت‌های جمعی ملی و قومی را در محتوای نشریات دانشجویی به نفع هویت قومی گزارش کرده است. به طوری که بر مبنای نتایج مطالعه یاد شده، در نشریات دانشجویی گُرد زبان در دانشگاه‌های تبریز، گُردستان و تهران طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ بیشترین توجه به هویت قومی و کمترین توجه به هویت ملی معطوف گشته است. هم چنین، یافته‌های مطالعه پیمایشی عبداللهی و مروت (۱۳۸۴) بر روی دانشجویان دانشگاه‌های گُردستان، نشان داد که هویت جمعی غالب در نزد دانشجویان هویت قومی بوده و هویت‌های جهان وطنی و ملی به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار داشته‌اند. بنابراین، بررسی این مقوله‌ها نشان می‌دهد که محیط آکادمیک در انجام کارکرد جامعه‌پذیری ثانویه در راستای بسط و تعمیم مرزبندی‌های هویتی چندان موفق نبوده است.

▪ سوگیری منفی به هویت ملی و سوگیری مثبت به هویت قومی

نشریات در گزینش و انتشار مطالب دچار سوگیری می‌شوند. در این تحقیق نیز نشریات مورد بررسی در بیان مطالب دارای جهت‌گیری هستند. در این بررسی، ۴۵/۳ درصد مطالب دارای سوگیری منفی نسبت به هویت ملی و ۸۹/۳ درصد مطالب دارای سوگیری مثبت در طرح مطالب مرتبط با هویت قومی هستند. در مجموع جهت‌گیری غالب نشریات دانشجویی نسبت به هویت‌های ملی و قومی به ترتیب منفی و مثبت می‌باشد و این موضوع بیانگر این واقعیت است که اجتماع قومی در صدر تعلقات و ترجیحات هویتی نشریات دانشجویی قومی جای دارد. با وجود این‌که، جهت‌گیری خنثی نسبت به هویت‌های ملی و قومی به ترتیب در رده‌های سوم و دوم جای دارد؛ با این وصف، در سال‌های اخیر بر تعداد و درصد جهت‌گیری خنثی افزوده شده است. این مسأله، نشان از رشد بازاندیشی و فاصله گرفتن تدریجی از گرایش‌های جانبدارانه و یک‌سویه‌نگر در پرداختن به موضوعات گوناگون از جمله مقوله‌های هویتی دارد.

▪ برجسته شدن بُعد مدنی هویت ملی

نتایج مطالعه نشان می‌دهد که از میان ابعاد شش گانه هویت ملی، بُعد سیاسی هویت ملی بیش از سایر ابعاد و بُعد سرزمینی کمتر از سایر ابعاد در نشریات دانشجویی انعکاس یافته‌اند. بر مبنای چارچوب مفهومی آنتونی اسمیت (۲۰۰۱) هویت 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، اما بُعد اراده‌گرایانه هویت ملی، که ناظر بر مفهوم هویت مدنی است، بر احترام به قوانین و نهادهای ملی، شهروندی، احساسات و تعلقات ملی استوار است. عمده شدن بُعد سیاسی هویت ملی در نشریات دانشجویی نشان از گرایش دانشجویان به بُعد مدنی هویت ملی در مقایسه با بُعد محولی آن است. این نتیجه، هم‌سو با نتایج یک مطالعه پیمایشی قبلی است که نشان می‌دهد، با افزایش سطح تحصیلات، گرایش به شناسه‌های اراده‌گرایانه و مدنی هویت ملی تقویت می‌شود (Jones and Smith, 2001). علاوه بر این، برجسته شدن

بُعد سیاسی هویت ملی، مؤید دیدگاه‌ها بر ماس مبنی بر ابتدای شهروندی و هویت ملی بر مین پرستی قانونی به جای پیوندهای فرهنگی، به مثابه عامل ایجاد حس وفاداری و تعهد در جوامع متکثر در عصر جهانی شدن می‌باشد (هابرماس، ۱۹۹۴ به نقل از فالکس، ۱۳۸۱: ۲۱۲). کلهون^۱ همچنین در بررسی و تحلیل وضعیت هویت ملی در دنیای معاصر بر این باور است که هویت ملی زمانی مورد پذیرش عمومی واقع می‌شود که به جای همگون‌گرایی بر تصدیق تفاوت‌ها و وحدت با حفظ کثرت استوار باشد و ارزش‌های عام، شهروندی، احترام و التزام به قوانین سیاسی بنیان هویت ملی را تشکیل دهد (۱۹۹۳: ۴۰۰-۴۰۳).

▪ برجسته شدن بُعد فرهنگی هویت قومی

بر مبنای نتایج این مطالعه، از میان ابعاد پنج‌گانه هویت قومی، بُعد فرهنگی بیش از سایر ابعاد و بُعد سرزمینی کم‌تر از سایر ابعاد در متون مورد بررسی انعکاس یافته‌اند. این نتیجه، هم‌سو با دیدگاه‌های اسمیت (۲۰۰۱)، چاتارامان (۲۰۰۸)، گیدنز (۱۳۷۶)، برتون (۱۳۸۰)؛ ویدا (۲۰۰۸) و کوزر و روزنبرگ (۱۳۷۸) است. بر مبنای دیدگاه‌های یادشده، مهم‌ترین ممیزه قوم و قومیت در ابعاد فرهنگی آن نهفته است و اجتماعات قومی بر بنیاد موارث و شناسه‌های فرهنگی مانند زبان، مذهب، آداب و رسوم و... تکوین و هویت می‌یابند.

▪ بسط تدریجی عام‌گرایی هویتی

گرچه نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شناسه‌های هویت قومی در نشریات دانشجویی بیش از شناسه‌های هویت ملی بازنمایی شده‌اند، اما در سال‌های اخیر، به تدریج بر میزان بازنمایی هویت ملی در نشریات دانشجویی افزوده شده است. به عبارت دیگر، در دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹)، ابعاد و شناسه‌های هویت ملی چهار برابر

^۱. Calhoun

دوره زمانی (۱۳۷۷-۱۳۸۴) در نشریات دانشجویی انعکاس پیدا کرده است؛ به طوری که، ۷۶ درصد (۲۲۶ مطلب از ۲۹۶ مطلب) نشانگان هویت ملی مربوط به دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۹) بوده و فقط ۲۴ درصد (۷۰ مطلب از ۲۹۶ مطلب) نشانگان هویت ملی در نشریات سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۴ انعکاس یافته‌اند. همین مسأله نشان از تلطیف افق بینشی و نگرشی دانشجویان نسبت به اجتماع ملی و بسط تعلقات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نشریات دانشجویی قومی به ابعاد و مولفه‌های هویت ملی دارد.

پیشنهادها

انعکاس مطالبات قومی و مسائل مبتلابه اقوام و برجسته شدن هویت قومی و ابعاد آن در نشریات دانشجویی قومی نباید به عنوان تهدید قلمداد شود، چرا که طرح این‌گونه مسائل در نشریات مجالی برای آشنایی با مسائل و مشکلات اقوام فراهم نموده و به افزایش قدرت تشخیصی حاکمیت برای مواجهه عالمانه با آسیب‌های نظام اجتماعی در ابعاد چهارگانه آن در جهت مدیریت مسالمت آمیز تغییرات اجتماعی کمک می‌نماید. بنابراین، امکان طرح مطالبات قومی در فضای دانشگاه از زیرزمینی و رادیکالیزه شدن خواسته‌ها جلوگیری نموده و امکان طرح آن را در فضای مسالمت آمیز فراهم می‌نماید و حل و مدیریت منطقی مسائل اقوام به نوبه خود تقویت هویت ملی را در پی خواهد داشت.

نشریات دانشجویی از ابزارهای مهم توسعه فرهنگی در محیط دانشگاه محسوب می‌شوند. بنابراین، بایستی به نشریات دانشجویی به مثابه بستر و فرصتی در جهت جامعه‌پذیری ثانویه دانشجویان متعلق به اقوام گوناگون نگریست که از طریق آن سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی دانشجویان ارتقا یافته و به تبع آن تعلقات جمعی عام در دانشجویان بسط و تعمیم می‌یابد. در بیشتر نظریه‌ها درباره نقش دانشگاه در دنیای جدید چنین استدلال می‌شود که ارتقای فرهنگ و تربیت شهروند مشارکت‌جو در کنار تربیت فرد متخصص از اهم وظایف دانشگاه در دوران جدید است (فاضلی، ۱۳۸۶):

۱۷۵). یافته‌های تحقیق بیانگر این هستند که در نشریات دانشجویی مورد بررسی، مسائل محلی و قومی بیش از موضوعات و مسائل ملی بازنمایی شده‌اند؛ به طوری که بخش قابل توجهی از جغرافیای زیر پوشش مطالب، مربوط به سطح محلی و قومی است. علاوه بر این، پیشی جستن تعداد و درصد بازنمایی نشانگان هویت قومی بر نشانگان هویت ملی در نشریات و وجود نگاه تقابلی در طرح هویت‌های قومی و ملی نشان‌دهنده این واقعیت است که نویسندگان و طراحان نشریات دانشجویی، در تهیه محتوای نشریات آگاهانه اولویت و تقدم خاصی برای هویت قومی قائل شده و در نشریات جهت‌گیری عام‌گرایانه ضعیف می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت، محیط دانشگاه در انجام کارکرد جامعه‌پذیری ثانویه و بسط و تعمیم مرزبندی‌های هویتی دانشجویان ضعیف عمل نموده است. برای احیای رسالت دانشگاه، در بافت چند فرهنگی جامعه ایران، تدوین منشور فعالیت فرهنگی در دانشگاه‌ها با هدف «وحدت در عین کثرت یا تقویت هم‌گرایی و تعهد ملی با حفظ تفاوت‌ها و تنوعات» ضرورتی انکارناپذیر به شمار می‌آید. این نتایج به طور ضمنی بر این واقعیت دلالت دارند که تاکنون تلاشی آگاهانه و هدفمند در پرداختن به چنین منشوری صورت نگرفته است. البته این گفته به معنای انکار اقدامات و برنامه‌های فرهنگی در دانشگاه‌ها نیست بلکه اذعان به این مسأله است که سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی فرهنگی دانشگاه‌ها و نهادها و متولیان فرهنگی در دانشگاه هم‌سو و هم‌جهت و در راستای وحدت در عین کثرت نبوده است. بدلیل فقدان چنین منشور مدونی است که بخش‌ها و نهادهای متولی برنامه‌های فرهنگی و به طور خاص کانون‌ها و نشریات دانشجویی به مثابه جزایر جداگانه در مسیری گام بر می‌دارند که یافتن مخرج مشترک در آن‌ها بسیار دشوار است؛ در این شرایط کانون‌ها و نشریات دانشجویی موجود، دانسته یا نادانسته به‌جای هم‌گرایی، نوعی خاص‌گرایی و قطاعی شدن را در فضای دانشگاه ترویج و فضای مفاهمه بین فرهنگی و تعامل بین فرهنگی را محدود ساخته‌اند.

ناگفته پیداست در تدوین منشور فعالیت فرهنگی دانشجویی که در آن ناظر بر ارتقای اجماع، همفکری، همدلی و همگامی در راستای رسالت دانشگاه در دنیای معاصر و رسالت دانشگاه ایرانی - اسلامی است، در این شرایط متخصصان و نخبگان علمی در حوزه‌های علوم انسانی، نمایندگان اعضای هیأت علمی و نمایندگان دانشجویان و تشکل‌های دانشجویی متعلق به اجتماعات و گروه‌های قومی، نمایندگان نهادهای مرتبط با مقوله فرهنگ در دانشگاه‌ها، باید با به تصویر کشیدن وضع مطلوب (هدف شناسی) و آسیب شناسی شرایط فعلی (هستی شناسی وضع موجود)، راه برون رفت از وضع موجود و نیل به وضع مطلوب بر مبنای ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود در سطح دانشگاه‌ها (امکان شناسی) را ترسیم نمایند.

علاوه بر موارد یاد شده، وضعیت نشر نشریات دانشجویی را تا حدودی می‌توان آشفته و بدون نظارت ارزیابی کرد. فقدان قانون مشخص (با مشخص ساختن چارچوب‌ها و خطوط قرمز با نیاز به کمترین تفسیر) و همچنین فقدان اراده‌ای جزم برای نظارت و اجرای این قانون موجب بوجود آمدن فضای پیش‌بینی ناپذیر شده و به آسیب‌زا شدن نشریات دانشجویی دامن زده است. ناگفته پیداست که شاخص‌بندی، بررسی، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری نشریات دانشجویی در خلاء ناممکن است و نیازمند به بررسی دانسته‌ها و تجربیات موجود است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود در قالب جشنواره‌های سالیانه، آسیب شناسی نشریات دانشجویی مورد اهتمام جدی قرار بگیرد. نگاهی هر چند گذرا بر ترکیب هیأت تحریریه نشریات دانشجویی در اغلب دانشگاه‌ها و به طور خاص در نشریات دانشجویی مورد بررسی، نشان از آن دارد که بخش قابل توجهی از نشریات دانشجویی با مضامین، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی توسط دانشجویان رشته‌های فنی و مهندسی، علوم پایه و پزشکی به رشته تحریر در آمده است. این دانشجویان جدا از نداشتن دانش تخصصی در زمینه روزنامه‌نگاری و مطبوعات، در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تاریخی نیز از دانش و آگاهی لازم برخوردار نیستند. این مسأله تبعات و پیامدهای آسیب‌زایی بدنبال داشته است:

نخست این که، بخش قابل توجهی از مطالب مندرج در نشریات به جای آن که تولید خود نشریه باشد برگرفته از سایر منابع و مجاری اطلاعاتی و به ویژه منابع اینترنتی می باشد که صحت این مطالب نیز جای بحث و تأمل دارد. دوم این که، به دلیل نگاه اتمیستی و ذره گرایانه این دسته از دانشجویان و ضعف در آشنایی با مسائل و موضوعات ملی در ابعاد گوناگون، اغلب به جای نگاه چندجانبه گرا، تلفیقی، گُل گرا و ادغامی و قرار دادن مسائل و موضوعات محلی در بطن موضوعات ملی، دچار نوعی محلی گرایی و محلی نگری گردیده و دانسته یا ندانسته با برجسته ساختن مسائل محلی نوعی نگاه تقابلی نسبت به موضوعات ملی و عام را ترویج و تقویت نموده اند. بنابراین توصیه می شود که در سطح معاونت فرهنگی دانشگاه ها در حوزه های روزنامه نگاری، تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی گارگاه های تخصصی برای هیأت تحریره نشریات دانشجویی برگزار شود. علاوه بر این، از اساتید علوم انسانی به عنوان مشاور و استاد راهنمای نشریات، با حفظ استقلال در جهت گیری های فکری و عملی نشریات، استفاده شود.

پیشنهاد می شود در سطح معاونت فرهنگی و دانشجویی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تمهیدات ساختاری و قانونی لازم جهت ایجاد انجمن های ایران شناسی در سطح تمام مراکز دانشگاهی کشور مهیا شود. این انجمن های می توانند در تقویت و شناخت بین فرهنگی و بین قومی و بهره مندی از ظرفیت ها و قابلیت های اقوام ایرانی در راستای تقویت و غنای ملی مؤثر واقع گردند.

منابع

- ابوالحسنی، سیدرحیم. (۱۳۸۷)، مولفه های هویت ملی با رویکردی پژوهشی، مجله فصلنامه سیاست، شماره ۴.
- احمدی، حمید. (۱۳۸۷)، قومیت و قوم گرایی در ایران، تهران: نشرنی.

- احمدی، حمید. (۱۳۸۱)، جهانی شدن، هویت قومی یا هویت ملی؟ فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱۱.
- اسمیت، آنتونی. (۱۳۷۹)، فرهنگ، اجتماع و سرزمین: سیاست، قومیت و ناسیونالیسم، مترجم: نور الله قیصری، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱۳.
- اشرف، احمد. (۱۳۷۳)، هویت ایرانی، فصلنامه گفتگو، شماره ۳.
- اشرف، احمد. (۱۳۸۶)، بحران هویت ملی و قومی در ایران. در ایران: هویت، ملیت، قومیت، تهران: موسسه تحقیقات و علوم انسانی، چاپ اول.
- افروغ، عماد؛ احمدلو، حبیب. (۱۳۸۱)، رابطه هویت ملی و قومی در بین جوانان تبریز، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱۳.
- بدیعی، نعیم. (۱۳۸۰)، تحلیل محتوا (مجموعه جزوه‌های آموزشی روابط عمومی)، تهران: انتشارات اداره کل تبلیغات معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ دوم.
- بشیریه، حسین. (۱۳۸۳)، ایدئولوژی سیاسی و هویت اجتماعی، در ایران، هویت، ملیت، قومیت، تهران: نشر موسسه تحقیقات و علوم انسانی، چاپ اول.
- برتون، رولان. (۱۳۸۰)، قوم شناسی سیاسی، مترجم: ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، مترجم: تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۷)، هویت قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران، تهران: دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵)، جامعه شناسی نظم، تهران: نشر نی.
- دانیل رایف و دیگران. (۱۳۸۱)، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق، مترجم: مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.

- راجر دی، ویمبر؛ جوزف آر. دومینیک. (۱۳۸۴)، **تحقیق در رسانه‌های جمعی**، مترجم: کاووس سید امامی، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران.
- عبداللهی، محمد. (۱۳۸۰)، **توسعه اجتماعی از دیدگاه جامعه‌شناسی امروزی**. در **مجموعه مقالات همایش توسعه اجتماعی**، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- عبداللهی، محمد؛ مروت، برزو. (۱۳۸۴)، **هویت جمعی غالب در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنندج، فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۳۲.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۶)، **تصویری از سبک زندگی دانشجویی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۱۳۸۶.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱)، **شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی، مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۴.
- فالکس، کیت. (۱۳۸۱)، **شهروندی**، مترجم: محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر.
- قادرزاده، امید. (۱۳۸۸)، **هویت جمعی غالب کردها در کشورهای ایران و عراق**، رساله دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- قادرزاده، هیرش. (۱۳۸۹)، **بازنمایی هویت ملی و قومی در نشریات دانشجویی گُرد زبان، در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴** (مطالعه موردی دانشگاه‌های تهران، تبریز، کردستان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شاهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- قانع‌راد، محمدامین؛ ابراهیم آبادی، حسین. (۱۳۸۹)، **تأثیر ساختار اجتماعی آموزش بر عملکرد دانشجویان، مجله آموزش عالی**، شماره چهارم.

- کوزر، لوئیس؛ برنارد روزنبرگ. (۱۳۸۷)، **نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی**، مترجم: فرهنگ ارشاد، تهران: نی.
- گنج‌خانلو، مصدق. (۱۳۸۶)، **همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی..
- محمدزاده، حسین. (۱۳۹۰)، **عوامل مرتبط با انواع قوم‌گرایی در میان کردهای ایران**، رساله دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۵۶)، **روش تحقیق در محتوای مطبوعات**، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۷۳)، **رسالت دانشگاه در جامعه مدرن**، مترجم: حسینعلی نودری، **نشریه رهیافت**، شماره ۶.
- یوسفی، علی. (۱۳۸۰)، **روابط بین قومی و تاثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران**، **فصلنامه مطالعات ملی**، سال دوم.

- Burkitt, Ian. (1991). **Social Selevs: Theories of The Social Formation of Personality**.London: Sage.
- Calhoun, C. (1996). **Social Identity and The Politics of Identity**.USA: Black Publishers Inc.
- Calhoun , C. (1993)."**Nationalism and Cvil Society: Democracy, Divesity and Self-determination**".International Sociology.
- 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.
- Delanty, G. (2002). **Challenging Knowledge**. Open University Publications.
- Guibernau, M. (2001). **"Globalization and Nation-State"**. In Guibernau, M & Hutchinson, J (eds) **Understanding Nationalism**, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1989). **The structural Transformation of public sphere**. Polity press.
- Horboken, V (2004). **" Ethnic Communication"**. In Taylor, G & Spencer, S. (eds) **Social Identities**, 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.
- Kellas, James, G. (2004). **The politics of nationalism and ethnicity**.Macmillan, London.
- Kivisto, P. (2002). **Multiculturalism in A Global Society**. Blackwell Publishers Inc.
- Sarup, M. (1996). **Identity, Culture and The Post Modern World**.Edinburg UP.
- Sanders, J. M. (2002). **"Ethnic Boundaries and Identity in Plural Societies"** . Annual Review of Sociology.
- Shaner, J. (2006). **" Ethnicity and Its Effects on One's View of Transracial Adoption"**.California State University Long Beach.
- Smith, A.D.(2001). **Nationalism** .Combridge: Polity.

- Spohn, W. (2003). "**Multiple modernity, Nationalism and Religion: A Global Perspective**". Current Sociology.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. (1986). "**The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour**". Worchel, S. and Austin, W. G. (eds) Psychology of Intergroup Relations, Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Taylor, G and Spencer, S. (2004). **Social Identities**. London : Routledge.
- Thelin, J.R. (1992). **Student Cultures**. In : Clark, B.R. and Neave, G.R. (eds), The Encyclopedia of Higher Education, Vol.3, ppOxfprd: Pergamon Press.
- Turner, Jonathan H. (2005). "**A New Approach for Theoretically Integrating Micro and Macro Analysis**". In, Calhoun, C., Rojek, C and Turner, B. (eds) The Sage of Handbook Sociology, London: Sage.
- Vida, I and Dmitrovic, T (2008). "**The Role of Ethnic Affiliation in Consumer Ethocentrism**". European journal of Marketing. Vol 42. No 314.
- Woodward, K. (2000). "**Introduction**". In Woodward, K, (eds) Questioning Identity: Gender, Class, Nation, London: Sage.