

بازتاب هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی

مهدی روحانی*
علی جعفری**
اکبر حیدری***

چکیده

امروزه امنیت ملی به عنوان یکی از عمده‌ترین اولویت‌های فراروی دولت‌ها مطرح می‌باشد. عوامل تهدیدزا علیه امنیت ملی کشورها را می‌توان در طیف وسیعی از عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری دسته‌بندی کرد. در میان عواملی که به روش نرم‌افزارانه بر امنیت ملی تأثیر می‌گذارد عملکرد رسانه‌ها به طور اعم و مطبوعات به طور اخص از برجستگی خاصی برخوردار است. تحقیق حاضر بازتاب هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی استان‌های ایلام، کردستان و کرمانشاه و تأثیر آن بر امنیت ملی را مورد پژوهش قرار می‌دهد. سؤال اساسی تحقیق حاضر این است که: «آیا مطبوعات محلی به واسطه کارکرد هویت‌ساز می‌توانند بر امنیت ملی تأثیر بگذارند؟» روش به کار رفته در این پژوهش روش تحلیلی محتوایی است. چارچوب نظری تحقیق با استفاده از تلفیق نظریات گیدنز و کاستلز در حوزه تأثیرات رسانه‌های جمعی بر هویت صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مطبوعات محلی استان‌های مورد بررسی می‌توانند بر هویت ملی و هویت قومی تأثیرگذار باشند و بنابراین می‌توانند در جهت تقویت امنیت ملی گام بردارند. یعنی اخبار و گزارشات نشریات محلی متناظر با امنیت و هویت ملی بوده است.

کلید واژگان: امنیت ملی، هویت ملی، هویت قومی، مطبوعات محلی، تحلیل محتوا

*دکتری و عضو هیات علمی گروه ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز jafariayvan@gmail.com

**دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

***کارشناس ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

جست و جوی امنیت یکی از مهمترین کنش‌ها و انگیزه‌های انسانی است. این کنش با جوهر هستی انسان، پیوندی ناگسستنی دارد. چرا که حفظ ذات و صیانت نفس همواره از اساسی‌ترین میل‌های انسان بوده و هست. مهمترین نیاز هر جامعه، خواه یک طایفه یا قبیله و چه یک قوم یا کشور باشد؛ تأمین امنیت جامعه و افراد آن است. بحث از امنیت اگر چه دارای تاریخچه دیرینه‌ای است، اما با تکوین دولت‌های ملی است که ذهن انسان متوجه مقوله تازه‌ای به نام «امنیت ملی» می‌شود.

علی‌رغم پویایی و تحول در زمینه امنیت ملی، بدون تردید در جوامع کنونی، رابطه‌ای مستقیم و قابل توجه میان رسانه‌ها و امنیت ملی وجود دارد؛ یکی از دلایل این امر تأثیر رسانه‌ها بر عامل مهم «افکار عمومی» می‌باشد که امروزه بدون جلب رضایت آن امکان تأمین امنیت ملی برای دولت‌ها، کاری بسیار دشوار و یا ناممکن است.

امنیت ملی عبارت است از توانایی یکی کشور در حفظ منافع حیاتی و ارزش‌های اساسی خود در برابر تهدیدهای داخلی و خارجی. در باره مزایای امنیت ملی باید گفت: «بدون امنیت، هیچ برنامه‌ای در داخل کشورها قابل اجرا نیست، پیشرفت اقتصادی از نظر سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای توسعه و فعالیت‌های مشابه، در گرو تأمین امنیت ملی است. با این تعابیر امنیت ملی مفهومی فراتر از بقا و صیانت ذات کشور است، به عبارت دیگر، ممکن است در یک زمان، تمامیت ارضی، استقلال و حاکمیت یک کشور محفوظ باشد، لیکن وجود تهدیدات جدی زندگی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن کشور را دستخوش آشوب و هراس و سردرگمی سازد.» (جمراسی فراهانی، 1374: 3).

در خصوص نسبت امنیت ملی و هویت نیز باید گفت اساس امنیت، هویت است. بهره‌مند بودن از هویت ملی مشترک برای تداوم بقا و حیات هر ملتی ضروری است؛ هر چه پیوندهای قومی و ملی یک ملت بیشتر باشد به همان میزان زمینه‌های برقراری امنیت بیشتر فراهم می‌شود و نیز یکی از مهمترین کارکردهای رسانه‌ها که تأثیر مستقیمی بر امنیت یک کشور دارد، بحث هویت‌سازی رسانه‌هاست.

هویت ملی و هویت قومی از انواع هویت جمعی و به معنای احساس همبستگی عاطفی با اجتماع بزرگ ملی، قومی و احساس وفاداری به آن است. هویت ملی در کشاکش تصویر «ما» از دیگران شکل می‌گیرد. با آن که هویت قومی سابقه تاریخی طولانی دارد اما هویت ملی، زاده عصر جدید است. در واژگان علوم اجتماعی هویت ملی از بر ساخته‌های نیمه دوم قرن کنونی است که به جای «خلق و خوی ملی» و «کاراکتر ملی»، که از مفاهیم عصر تفکر رمانتیک بود، رواج گرفت (اشرف، 1383: 133).

امروزه مطبوعات در بین سایر رسانه‌ها، از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و عدم انجام رسالت و کارکرد واقعی از سوی آنان، ممکن است تأثیرات قابل توجهی بر امنیت ملی کشورها بگذارد. برای بررسی تأثیر مطبوعات بر امنیت ملی باید این نکته را در نظر داشت، که اصولاً تأثیر مطبوعات بر امنیت ملی را می‌توان در دو بُعد سلبی و ایجابی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد؛ منظور از تأثیرات سلبی مطبوعات بر امنیت ملی آن است که عملکرد مطبوعات شاخصه‌های امنیت ملی را به خطر اندازد و نیز تأثیرات مثبت و ایجابی آن می‌تواند افزایش ضریب امنیت ملی در اثر عملکرد مطبوعات باشد. میزان رعایت حدود و مرزهای آزادی، تقویت یا تضعیف وحدت ملی، توجه به انتقاد سازنده یا تخریب، جلب مشارکت سیاسی یا گسترش بی‌حسی سیاسی، میزان تقید مطبوعات به حفظ ارزش‌های دینی و ملی، توجه یا عدم توجه به

رسالت واقعی مطبوعات و رویکرد مطبوعات به مقوله ی قانون گرایی از جمله مقولاتی است که نحوه ی مواجهه و تعامل مطبوعات با آنها می‌تواند بر امنیت ملی کشورها تأثیر ایجابی و یا سلبی داشته باشد.

یکی از جنبه های تأثیرگذاری مطبوعات بر امنیت ملی، تأثیر آن از طریق تحکیم یا تضعیف وفاق و وحدت ملی است. اگر نظام سیاسی یک سیستم در نظر گرفته شود، این سیستم تا زمانی می‌تواند به عمر مؤثر خود ادامه دهد که تمام عناصر و اجزای آن در نوعی تعامل مثبت و وفاق آمیز با یکدیگر به سربرند و هر نوع برهم خوردن این هماهنگی به منزله نوعی ناکارکردی در آن سیستم تلقی شده و باعث به خطر افتادن تداوم و بقای آن می‌شود. با این نگرش می‌توان به سادگی به اهمیت و ضرورت وجود وحدت و همگرایی در درون یک نظام سیاسی پی برد. البته نظام های سیاسی را نمی‌توان به این صورت به عنوان یک سیستم مکانیکی در نظر گرفت؛ چرا که این گونه نظام ها معمولاً قادر هستند، تا حدودی ناکارآمدی های درونی را تحمل کنند. اما موضوع، ضرورت وجود میزان وحدت و همگرایی در درون جامعه است. به این لحاظ که اصولاً در یک جامعه رقابت آمیز، معمولاً نیروهای موجود، به جای صرف توان خود برای سازندگی و توسعه و مواجهه با مشکلات عمومی، نیروی خود را برای خنثی کردن یکدیگر به کار می‌برند و بدین ترتیب، میزان زیادی از توان خود را از این طریق به هدر می‌دهند. علاوه بر این، امروزه وحدت ملی یکی از عوامل قدرت ملی کشورها در سطح بین‌المللی محسوب می‌گردد و رابطه مستقیمی میان وحدت ملی و قدرت ملی و نیز میان این دو، با مفهوم امنیت ملی وجود دارد؛ به این معنا که با بالا رفتن ضریب وحدت ملی، قدرت ملی افزایش می‌یابد و با افزایش قدرت ملی، ضریب امنیت ملی افزایش می‌یابد؛ حال اگر مطبوعات زمینه وحدت و همگرایی جامعه را ایجاد کنند، دارای کارکردهای مثبت و ایجابی و باعث تداوم امنیت ملی هستند. اما اگر اصل را بر تنازع و مجادله و برهم زدن انسجام ملی بگذارند، یکی از اساسی ترین شروط تحکیم امنیت ملی؛ یعنی وحدت ملی را به خطر انداخته‌اند.

در شکل‌دهی هویت قومی، منابع، عناصر و نیروهای سیاسی - اجتماعی مختلفی نقش آفرینی نموده‌اند که از میان آنها می‌توان به نخبگان سیاسی، ادبا و روشنفکران احزاب و جریانات سیاسی، قدرت های رفیق منطقه‌ای، قدرت‌های بزرگ استعماری و رسانه‌های جمعی اشاره نمود.

عوامل اخیر، رسانه‌های جمعی در شرایط فعلی مهمترین منبع بسط و تقویت هویت قومی به شمار می‌آید. با تقویت نفوذ و گستردگی واژه تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی، کارکرد هویت‌سازی رسانه‌ها تا حد زیادی تثبیت و تقویت شد. رسانه‌های جمعی از طریق درج پیام‌ها و معانی مختلف توانسته‌اند هویت های جدید را ترویج و تثبیت نمایند. رسانه‌های دیداری و شنیداری از ابزار های مختلف برای هویت بخشی به شهروندان بهره می‌برند. رسانه‌های محلی و از جمله مطبوعات محلی دارای نقش اساسی در پیشبرد هویت ملی یا هویت قومی می‌باشند که از طریق تماس مستقیم با اقوام و اقلیت‌های قومی، هویت قومی آنها را برجسته و متمایز می‌نمایند.

رسانه‌های محلی که گسترده و مخاطبان خاصی را در یک منطقه جغرافیایی تحت پوشش خود قرار می‌دهند از طریق ترویج فرهنگ، آداب و رسوم، زبان و تاریخ مشترک قومیت‌ها به آنها هویت قومی اعطا می‌کنند. اما در واقع تأثیر و کارکرد مطبوعات محلی در هویت سازی نقشی متناقض است؛ زیرا در عین تقویت و تحکیم هویت قومی، می‌توانند خالق و مقوم هویت ملی و به این ترتیب متولی یکسان سازی و یکپارچه سازی بین احاد شهروندان در قالب یک ملت نیز باشند. بنابراین رسانه‌ها می‌توانند مقوم هویت ملی نیز باشند.

نکته قابل توجه این‌که هرگاه شکاف بین هویت قومی و ملی به سرعت

ترمیم نشود می‌تواند پیامدها و ناهنجاری‌های سیاسی و اجتماعی چندگانه- ای را به همراه داشته باشد. و در واقع بین کلیدی ترین مفاهیم وفاق و همبستگی ملی شکاف ایجاد می‌شود و این همان تهدید «امنیت ملی» است. بر این اساس سؤال و مسئله اصلی تحقیق این است که آیا ممکن است مطبوعات محلی مناطق کُردنشین نیز مرتکب چنین اعمالی شوند؟ یعنی با برجسته کردن هویت و ارزش‌های قومی سبب تضعیف هویت ملی و در پی آن امنیت ملی شوند و یا بالعکس؟

موضوع تحقیق با توجه به تحرکات جهانی نیز اهمیت خاصی دارد، زیرا عوامل بین‌المللی بر تحولات درونی کشورها و فرایندهای ملی تأثیرگذار هستند. ارتباطات از مهمترین عواملی است که چنین تأثیراتی را تسهیل می‌کند. جهانی شدن به دو صورت هویت ملی را که متناظر با دولت - ملت می‌باشد در مخاطره قرار داده است: یکی احیای هویت‌های فروملی همانند هویت‌های محلی و قومی و دیگری، شکل‌گیری هویت‌های فراملی همانند هویت شهروند جهان وطنی. این چالش‌ها، بویژه در جوامع چند قومی اهمیت زیادی دارد. در واقع به موازات جهانی شدن، روند محلی شدن هویت‌های فرهنگی نیز دنبال می‌شود؛ زیرا جهانی شدن ضمن تقویت روابط فرهنگی و اجتماعی در وراي مرزها، تقویت درون مرزی را نیز به دنبال دارد. تحقیق حاضر در صد است که نحوه انعکاس هویت ملی و هویت قومی را در مطبوعات محلی بررسی کند. نتایج حاصل از این تحقیق می‌تواند در مورد تأثیر یا عدم تأثیر تکثیر قومی روی امنیت ملی قضاوت کرده و در کل می‌تواند در برنامه‌های سیاسی و قومی ونحوه بر خورد با قومیت‌ها، از ابهامات موجود در مورد نگرش خود افراد نسبت به هویت ملی و هویت قومی خویش و رابطه ای که افراد بین و این دو قائل هستند پرده بردارد.

سؤال های تحقیق:

آیا بین جهت‌گیری نسبت به هویت ملی به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد؟
آیا بین جهت‌گیری نسبت به امنیت ملی به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد؟
آیا بین جهت‌گیری نسبت به هویت قومی و جهت‌گیری نسبت به هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد؟

فرضیات تحقیق:

- بین جهت‌گیری نسبت به هویت ملی و برجسته شدن مطالبات قومی رابطه وجود دارد.
- بین جهت‌گیری نسبت به امنیت ملی و برجسته شدن مطالبات قومی رابطه وجود دارد.

تئوری‌های تبیین‌کننده موضوع:

- نظریه برجسته سازی

برجسته‌سازی به معنی اولویت‌گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود. این نظریه می‌گوید رسانه‌ها در انتقال پیام‌ها نوعی اولویت یا برجسته سازی به وجود می‌آورند. رسانه‌ها گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مخاطبان چطور بیندیشند اما می‌توانند تعیین کنند که در باره چه بیندیشند (دهقان، 1384: 327). بعدها، مک کامبز و شاو با هدف اینکه آیا برجسته سازی صرفاً تأثیر یک طرفه رسانه‌هاست یا مخاطبان نیز می‌تواند ایده‌ها و نظرات خود را به رسانه‌ها تحمیل کنند دست به پژوهش زدند. نتیجه پژوهش اثبات کرد که رسانه‌ها می‌توانند با برجسته کردن رویدادهای خاص در ذهن مخاطبان تأثیرگذار باشند (ماتیوز، 2000؛ نیزن، 1997، سورین، 1384).

- نظریه وابستگی مخاطب

لوین دیفلور نیز نظریه وابستگی مخاطب - رسانه - جامعه را مطرح نموده و بر این نکته تاکید دارد که می‌توان از روابط سه‌گانه بین رسانه‌ها - مخاطبان - جامعه و پیام‌دهای شناختی، عاطفی و رفتاری رسانه بر مخاطبان سخن گفت. وی معتقد است که اولین پیام‌مد تأثیر رسانه‌ها ایجاد ابهام در مخاطبان و سپس رفع آن ابهام است. ابهام ناشی از برخورد اطلاعات متناقض با یکدیگر است. هنگام رخ دادن وقایع غیرمنتظره و یا وضعیت‌های خاص، مردم پیام‌های متناقضی از رسانه‌ها دریافت می‌کنند اما نمی‌دانند چگونه آنها را تفسیر نمایند. بر اثر این فشار، رسانه‌ها در مرحله بعد با اطلاعات کامل‌تر این ابهام را رفع نموده و به این ترتیب تفسیرها را محدود ساخته و با ابهام زدایی سبب تحدید ساختار اجتماعی می‌شوند. این ابهام در جوامعی که در حال گذر از رسوم سنتی به جامعه مدرن هستند، بسیار شدیدتر است (ریچاردز، 1998؛ مورلی، 2000؛ راس، 2003).

- کنش متقابل نمادین

کنش متقابل نمادین ریشه در افکار متفکران گذشته و کسانی همچون جان دیوی، ویلیام جیمز، ویلیام توماس، چارلز پارس، چارلز کری، جورج زیمل و ماکس وبر دارد پس از آن مید، هربرت بلومر، گارفینگل، استرایکر، فاین و دیگران نیز تأثیرات عمده‌ای در شکل‌دهی به نظریه کنش متقابل نمادین معاصر داشته‌اند.

طرفداران نظریه کنش متقابل نمادین استدلال می‌کنند که عملاً همه کنش‌های متقابل میان افراد انسانی متضمن تبادل نمادهاست. هنگامی که مادر کنش متقابل با دیگران قرار می‌گیریم دائماً در جستجوی سرخ‌هایی هستیم برای این که چه نوع رفتاری در آن زمینه مناسب است و این که چگونه آن را که منظور دیگران است تعبیر کنیم. کنش متقابل نمادین توجه ما را به جزئیات کنش متقابل بین افراد جلب می‌کند و این که چگونه از آن جزئیات برای فهمیدن آن چه دیگران می‌گویند و انجام می‌دهند استفاده می‌شود. برای مثال زن و مردی که برای نخستین بار یکدیگر را ملاقات می‌کنند هر یک ممکن است وقت قابل ملاحظه‌ای را صرف برانداز کردن یکدیگر کنند و ارزیابی این که اگر رابطه متقابل برقرار شود احتمالاً چگونه خواهد بود. هیچ یک نمی‌خواهد دیده شود که این ارزیابی را خیلی آشکار انجام دهد اگرچه هر دو می‌دانند که این کار صورت می‌گیرد. بنابراین برای درک کنش متقابل نمادین، پژوهشگران هم فعالیت‌های قابل مشاهده و هم فعالیت‌های غیرقابل مشاهده (مثل افکار) مردم را مطالعه می‌کنند (ریتزر، 1379: 319). برخی از اصول و مبانی نظریه کنش متقابل نمادین عبارتند از:

- این نظریه به جای متمرکز شدن بر موقعیت اجتماعی علل رفتار افراد بر طبیعت کنش متقابل اجتماعی که بین افراد اتفاق می‌افتد، متمرکز است.

- کنش متقابل نمادین یعنی این که افراد در ارتباط با یکدیگر عمل می‌کنند و موجب ساختن عمل یکدیگر می‌گردند. کنش متقابل صرفاً به منزله تأثیرپذیری از دیگران نیست، بلکه تأثیر و تأثر متقابل در جریان زمان و موقعیت‌های گوناگون است. در این صورت یک عمل متحول در حال تغییر، مطرح است نه عمل ساده‌ای که در شرایط محیطی خاصی تحقق پذیرد.

- عمل انسان صرفاً به واسطه کنش متقابل ایجاد نمی‌شود، بلکه از بین افراد نتیجه می‌شود کنش افراد ناشی از تفکر فرد و تعریف او از موقعیت است.

- نظریه کنش متقابل بر کنش متقابل به جای شخصیت یا ساخت اجتماعی تاکید می‌کند.

- این نظریه بر انسان فعال به جای انسان منفعل در ساخت اجتماعی

تاکید می‌کند.

- انسان بخشی از طبیعت است و تغییرات موجود در طبیعت درباره انسان نیز صدق می‌کند این دیدگاه ناشی از تاثیر کارهای داروین بر اندیشه کنش متقابل نمادین است.

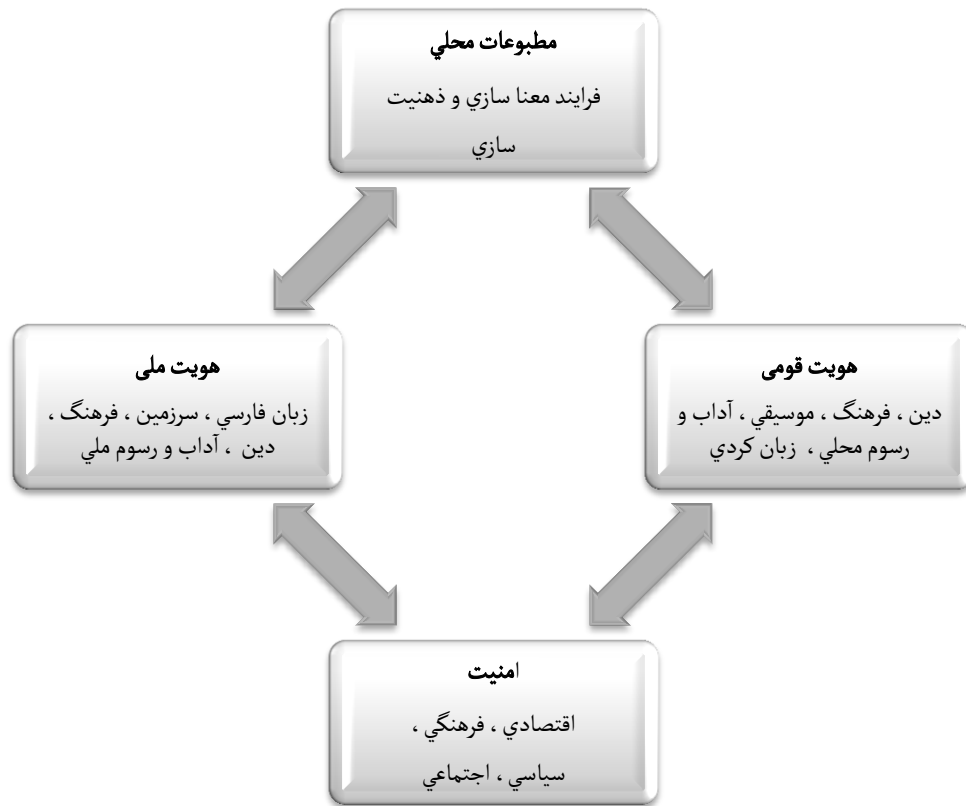
- انسان پاسخ دهنده و یا سهخته شده بر اثر پاسخ‌های جاری و دنیا نیست، بلکه انسان در این دیدگاه، درک و انتخاب و سپس تفسیر می‌کند و در نهایت، در این مسیر ساخته می‌شود.

چارچوب نظری تحقیق:

از جمله مهمترین نظریاتی که به تاثیرات رسانه‌های جمعی بر هویت جمعی پرداخته‌اند می‌توان به دو دیدگاه متفاوت اما مکملی کاستلز و گیدنز اشاره کرد (گای، 1998؛ کینگ، 1997؛ کندي، 2001). رویکرد تناقض آمیز و همراه با ستیز هویت‌های خرد و کلان کاستلز بیان می‌دارد که هویت بر ساخته می‌شود و سازمان‌دهنده معناست با این تفاوت که در این بحث کانون توجه او به هویت جمعی است تا هویت فردی. فرضیه اساسی او این است که به طور کلی، اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را بر می‌سازد، تا حد زیادی تعیین کننده محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا خود را بیرون از آن تصور می‌کنند. به عبارت دیگر یا فرد هویت محلی یا سنتی را انتخاب کرده یا به هویت جهانی روی آورده است (سیلورستون، 2006؛ کولین، 2007). بنابراین کاستلز بین آنچه جهانی شدن نامیده می‌شود و آنچه شکل‌گیری هویت‌های جمعی است، نه برابری می‌بیند و نه به تکرر مسالمت آمیز هویت‌های جمعی خرد و کلان اعتقاد دارد. بلکه به عبارتی او بین هویت‌های جمعی خرد یا محلی و روند جهانی شدن به نوعی تناقض و ستیز باور دارد. علاوه بر اینها کاستلز الگویی از جامعه اطلاعی ارائه می‌دهد که در آن نقش رسانه‌ها، نقشی بسیار کلیدی است و در واقع رسانه‌ها هستند که این نوع جدید از جامعه را باز تولید کرده و نقش اساسی را در این نظام اجتماعی، تکنولوژی‌های ارتباط جمعی بازی می‌کنند و لحن گفتمان در این نظام، سبک زندگی و همه ارزش‌های اجتماعی توسط رسانه‌ها و صاحبان آنها تعریف می‌شود (ویدون، 2004؛ مورلی، 1995؛ کرین، 2002). در مقابل این دیدگاه، آنتونی گیدنز به همزیستی هویت‌های خرد (در سطح محلی) و کلان (در سطح جهانی) اعتقاد دارد. این رویکرد نسبت به رویکرد کاستلز جامعیت بیشتری دارد. گیدنز معتقد است که تحولات جهانی از دهه 1980 به بعد شاهد همنشینی هویت‌های جمعی است. فرایند جهانی شدن و درکنار آن محلی‌گرایی و خاص‌گرایی، صحنه همزیستی این دو گفتمان در جهان امروز است. از این رو ملت‌ها درحالی که در شکل دادن به یک هویت کلان و جهانی سهیم‌اند، به طور همزمان، خواهان حفظ استقلال و تحدید و تدقیق مرزهای هویتی‌اند. گسترش جهانی تجدد را باید برحسب ارتباط فرایند بین اوضاع و احوال دوردست و تغییر پذیر مزمن شرایط و تعهدات محلی مورد توجه قرار دهیم. تقابل عوامل محلی و جهانی پایه‌های اساسی استدلال بحث ما هستند" (لیبس، 1998؛ تامپسون، 1997؛ ماتیوز، 2000). حتی در بخش‌های پیشرفته جهان نیز ماهیت زندگی روزمره به طور مستمر تحت تاثیر وصلت بین عناصر محلی و جهانی تحول می‌یابد. در واقع جهانی شدن هویت از یک سو وابسته به گسترش رسانه‌های جمعی و ارتباطات عمومی است و از سوی دیگر ارتباطات عمومی منوط به شکل‌گیری هویت عام است. بنابراین چارچوب نظری تحقیق با استفاده از ترکیب نظریات کاستلز و گیدنز صورت گرفته است. دلیل ترکیب آراء کاستلز و گیدنز به این خاطر است که در پس اختلاف و گوناگونی تعابیر آنها، خبر از نزدیکی و همگرایی می‌دهد. اگر در

رویکرد گیدنز به جریان مسالمت آمیز هویت‌های جمعی خرد و کلان پرداخته شده است، تناقض هویت‌های جمعی با هم کاملاً انکار نشده بلکه حتی مفروض نیز گرفته شده، همچنین آرای کاستلز نیز چنین است.

مدل نظری تحقیق:



روش تحقیق:

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، روش تحلیل محتواست. تحلیل محتوا یکی از روش‌های مهم تحقیق 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.

برنارد برلسون که یکی از نخستین تعریف‌های تحلیل محتوا را ارائه کرده در کتاب «تحلیل محتوا در تحقیقات ارتباطات» آورده است «تجزیه و تحلیل محتوا تکنیکی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار ارتباطات به کار می‌رود» (معمد نژاد، 1356: 25). در این روش پژوهشگر بر خلاف تحقیق پیمایشی و روش‌های دیگر، افراد را به صورت مستقیم مورد بررسی و تحلیل قرار نمی‌دهد بلکه پیام‌های تولید شده از سوی آنان را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد به همین دلیل است که هارولد لاسول معتقد است: «تحلیل محتوا، کمی‌سازی محتوای مورد انتقال پیام‌هاست.» (معمد نژاد، 1356: 20). با بررسی اکثر تعریف‌های ارائه شده درباره تحلیل محتوا می‌توان نتیجه گرفت که در تحلیل محتوا باید چهار ویژگی «عینی بودن»، «منظم بودن»، «آشکار شدن» و «کمی بودن» وجود داشته باشد. در مجموع می‌توان تحلیل محتوا را تکنیک بررسی و تجزیه و تحلیل هر نوع پیام‌های نوشتاری، گفتاری و تصویری در جهت کشف و تفسیر پیام‌های نهفته شده در منبع دانست.

جامعه آماری تحقیق:

جامعه آماری تحقیق حاضر مطبوعات محلی استان‌های کردستان (ایلام،

کرمانشاه، کردستان) هستند، که از این بین به بررسی هفته‌نامه های پیک ایلام، شکوه آزادی (هفته نامه‌های استان ایلام)، آوای کرمانشاه، بیستون (هفته‌نامه های استان کرمانشاه) و کرفتو، سیروان (هفته‌نامه های استان کردستان) پرداخته ایم.

روش نمونه گیری و حجم نمونه:

برای بررسی تحقیق مطبوعات محلی و امنیت ملی: بازتاب هویت قومی و ملی در مطبوعات محلی استان‌های ایلام، کردستان و کرمانشاه، از روش نمونه گیری احتمالی با تکنیک سیستماتیک استفاده نموده ایم و حجم نمونه را برابر با یک ماه آماری انتخاب کرده ایم. بدین صورت که از هر ماه یک شماره از هر نشریه را به صورت تصادفی انتخاب نموده و در پایان برای هر نشریه از هر سال 12 شماره انتخاب کرده ایم که در مجموع 144 شماره می‌شود.

یافته های تحقیق:

جداول توصیفی و تحلیلی:

1. توزیع فراوانی مطالب هفته نامه‌های مورد بررسی چگونه است؟

جدول شماره 1 توزیع مطالب هفته نامه ها

درصد	تعداد	نامه نشریه
9/1	708	پیک ایلام
10/7	838	شکوه آزادی
15/7	1228	کرفتو
34/3	2683	سیروان
14/9	1164	بیستون
15/3	1200	آوای کرمانشاه
100	7821	جمع

با توجه به جدول شماره 1 از مجموع 7821 مطلب بررسی شده، هفته نامه سیروان با 2683 مطلب (34/3 درصد) بیشترین مطلب و هفته نامه پیک ایلام با 708 مطلب (9/1 درصد) کمترین تعداد مطلب را منتشر کرده اند. ضمناً کرفتو با 1228 مطلب (15/7 درصد)، آوای کرمانشاه با 1200 مطلب (15/3 درصد)، بیستون با 1164 مطلب (14/9 درصد) و شکوه آزادی با 828 مطلب (10/7 درصد) به ترتیب رتبه های بعدی را به خود اختصاص داده اند.

2. توزیع فراوانی مطالب هفته نامه های مورد بررسی از نظر استان محل انتشار چگونه است؟

جدول شماره 2 توزیع مطالب براساس استان محل انتشار

درصد	تعداد	استان
30/2	2364	کرمانشاه
50	3911	کردستان
19/8	1546	ایلام
100	7821	جمع

با توجه به جدول شماره 2 از مجموع 7821 مطلب بررسی شده، سهم هفته نامه های استان ها مورد بررسی چنین است: استان کردستان 3911 مطلب (50 درصد)، استان کرمانشاه، 2364 مطلب (30/2 درصد)، استان ایلام 1546 مطلب (19/8 درصد).

3. آیا بین جهت گیری نسبت به هویت ملی به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 3 جهت گیری نسبت به هویت ملی و برجسته شدن مطالبات قومی

جمع	خنثی	منفی	مثبت	جهت گیری به هویت ملی	
				برجسته شدن مطالبات قومی	بله
28	207	10	64	تعداد	بله
100	73/7	3/6	22/8	درصد سطری	
3/6	3	27/8	6/9	درصد ستونی	
7540	6656	26	858	تعداد	

100	88/3	0/3	11/4	درصد سطري	جمع
96/4	97	72/2	93/1	درصد ستوني	
7821	6863	36	922	تعداد	
100	78/8	0/5	11/8	درصد سطري	
100	100	100	100	درصد ستوني	

$$x^2 = 97/227 \quad df = 2 \quad Sig = 0/000$$

تفسیر: کای اسکوتر بدست آمده جدول شماره 3 به میزان (97/227) و درجه آزادی 2 نشان می دهد که بین جهت گیری نسبت به هویت ملی به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معنا وجود دارد.

توصیف: از مجموع 281 مطلب (3/6 درصد) که مطالبات قومی را برجسته نموده اند، 207 مطلب (37/7 درصد) دارای گرایش خنثی نسبت به هویت ملی، 64 مورد (22/8 درصد) دارای جهت گیری مثبت نسبت به هویت ملی بوده است و تنها در 10 مورد (3/6 درصد) گرایش منفی داشته اند. به نظر می رسد در مواردی که مطالبات قومی برجسته شده تضادی با هویت ملی نداشته است و برجسته شدن مطالبات قومی نمی تواند به معنای رویاوری با هویت ملی باشد.

4. آیا بین جهت گیری نسبت به امنیت ملی به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 4 جهت گیری نسبت به امنیت ملی و برجسته شدن مطالبات قومی

جمع	خنثی	منفی	مثبت	جهت گیری به امنیت ملی	
				برجسته شدن مطالبات قومی	بله
281	222	14	45	تعداد	بله
100	79	0/5	16	درصد سطري	
3/6	3/2	26/9	5/5	درصد ستوني	
7540	6725	38	777	تعداد	خیر
100	89/2	0/5	10/3	درصد سطري	
96/4	96/8	73/1	94/5	درصد ستوني	
7821	6947	52	822	تعداد	جمع
100	88/8	0/7	10/5	درصد سطري	
100	100	100	100	درصد ستوني	

$$x^2 = 279/93 \quad df = 2 \quad Sig = 0/000$$

تفسیر: کای اسکوتر محاسبه شده جدول شماره 4 به میزان (93/279) و درجه آزادی 2 نشان می دهد که بین جهت گیری نسبت به امنیت ملی به لحاظ برجسته شده مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد.

توصیف: از مجموع 271 مطلب (3/6 درصد) که مطالبات قومی را برجسته

کرده 222 مطلب (79 درصد) به امنیت ملی جهت گیری خنثی داشته، 45 مطلب (16 درصد) جهت گیری مثبت و 14 مطلب (0/05 درصد) جهت گیری منفی داشته است.

با توجه به داده های جدول می توان بیان داشت که برجسته شدن مطالبات قومی لزوماً امنیت ملی را تضعیف نخواهد کرد این برجسته شدن مطالبات قومی می تواند در راستای تقویت امنیت ملی باشد. چرا که اگر مطالبات و خواسته های بحق قومی مطرح نشود بعداً به شکل حادثه خود را در جایی دیگر نشان می دهد.

5. آیا بین جهت گیری نسبت به هویت قومی و جهت گیری نسبت به هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 5 جهت گیری به هویت ملی و رابطه بین جهت گیری نسبت به هویت قومی

جمع	خنثی	منفی	مثبت	جهت گیری به هویت ملی / جهت گیری به هویت قومی	
				تعداد	مثبت
1416	1134	14	268	تعداد	مثبت
100	80/1	1	18/9	درصد سطری	
18/1	16/5	38/9	29/1	درصد ستونی	
37	25	8	4	تعداد	منفی
100	67/6	21/6	10/8	درصد سطری	
0/5	0/4	22/2	0/4	درصد ستونی	
6368	5704	14	650	تعداد	خنثی
100	89/6	0/2	10/2	درصد سطری	
81/4	83/1	38/9	70/5	درصد ستونی	
7821	6863	36	922	تعداد	جمع
100	87/8	0/5	11/8	درصد سطری	
100	100	100	100	درصد ستونی	

$$x^2 = 464/888 \quad df = 4 \quad Sig = 0/000$$

تفسیر: کای اسکور محاسبه شده جدول شماره 5 به میزان (464/888) و در آزادی 4، بیان می دارد که بین جهت گیری نسبت به هویت قومی و جهت گیری نسبت به هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد.

توصیف: از مجموع 1416 مورد که نسبت به هویت قومی جهت گیری داشته است، 18/9 درصد نسبت به هویت ملی دارای جهت گیری مثبت است، 0/1 درصد دارای گرایش منفی، 80/1 درصد دارای گرایش خنثی است. از 37 مطلبی که نسبت به هویت قومی جهت گیری منفی داشته است 10/8 درصد نسبت به هویت ملی جهت گیری مثبت 21/6 درصد دارای گرایش منفی و 67/6 درصد دارای گرایش خنثی است. از 6368 مطلبی که به هویت قومی، جهت گیری خنثی داشته اند، از این مقدار 10/2 درصد دارای گرایش مثبت به هویت ملی 0/2 درصد دارای گرایش منفی؛ 89/6 درصد گرایش خنثی بوده اند.

6. آیا بین جهت گیری نسبت به امنیت ملی به لحاظ جهت گیری نسبت به هویت قومی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 6 جهت گیری به امنیت ملی و جهت گیری به هویت قومی

جمع	خنثی	منفی	مثبت	جهت گیری به امنیت ملی / جهت گیری به هویت قومی	
				تعداد	درصد
1416	1232	20	164	تعداد	منفی
100	87	1/4	11/6	درصد سطری	
18/1	17/7	38/5	20	درصد ستونی	
37	25	8	/4	تعداد	مثبت
100	67/6	21/6	10/8	درصد سطری	
0/5	0/4	15/4	0/5	درصد ستونی	
6368	5690	24	654	تعداد	خنثی
100	89/4	0/4	10/3	درصد سطری	
81/4	81/9	46/2	79/6	درصد ستونی	
7821	6947	52	822	تعداد	جمع
100	88/8	0/7	10/5	درصد سطری	
100	100	100	100	درصد ستونی	

$$x^2 = 464/888$$

$$df = 4$$

$$Sig = 0/000$$

تفسیر: با توجه به کای اسکوئر محاسبه شده جدول شماره 6 نتیجه می‌گیریم که بین جهت‌گیری نسبت به امنیت ملی و جهت‌گیری نسبت به هویت قومی تفاوت معناداری وجود دارد.

توصیف: از مجموع 1416 (18/1 درصد) که نسبت به هویت قومی دارای جهت-گیری مثبت بوده است، میزان جهت‌گیری شان نسبت به امنیت ملی چنین است: 11/6 درصد دارای گرایش مثبت، 1/4 درصد دارای گرایش منفی و 87 درصد دارای گرایش خنثی از 37 مطلبی که به هویت قومی و مسائل و موضوعات مربوط به آن جهت‌گیری منفی داشته اند میزان جهت‌گیری شان نسبت به امنیت ملی چنین است: 10/8 درصد دارای گرایش مثبت، 21/6 درصد دارای گرایش منفی و 67/6 درصد دارای گرایش خنثی.

از مجموع 6368 مطلبی که نسبت به هویت قومی دارای جهت‌گیری خنثی بوده است در 10/3 مورد نسبت به امنیت ملی جهت‌گیری مثبت داشته اند، 0/4 درصد جهت‌گیری منفی و 89/4 درصد دارای جهت‌گیری خنثی بوده است.

7. آیا بین استان محل انتشار به لحاظ برجسته شدن مطالب قومی در متن تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 7 استان و برجسته شدن مطالبات قومی

جمع	ایلام	کردستان	کرمانشاه	استان محل انتشار / برجسته شدن مطالب قومی	
				تعداد	درصد
281	2	281	0	تعداد	بله
100	0	100	0	درصد سطری	
3/6	0	7/2	0	درصد	

				ستونی	
7540	1546	3630	2364	تعداد	خیر
100	20/5	48/1	31/4	درصد سطری	
96/4	100	92/8	100	درصد ستونی	
7821	1546	3911	2364	تعداد	جمع
100	19/8	50	30/2	درصد سطری	
100	100	100	100	درصد ستونی	

$$x^2 = 291/398 \quad df = 2 \quad Sig = 0/000$$

تفسیر: کای اسکوئر محاسبه شده جدول شماره 7 به میزان (291/398) و درجه آزادی 2 نشان می دهد که بین استان محل انتشار به لحاظ برجسته شدن مطالبات قومی تفاوت معناداری وجود دارد.

توصیف: همانطور که جدول نشان می دهد در بین هفته نامه های استان های مورد بررسی، این هفته نامه های استان کردستان هستند که خواستار مطالبات قومی هستند و هفته نامه های استان کرمانشاه و ایلام فاقد پرداختن به مباحث و رویدادهای هستند که در جهت مطالبات قومی است.

8. آیا بین استان محل انتشار و اقدام به تحریکات قومی در متن تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول شماره 8 استان و اقدام به تحریکات قومی در متن

جمع	ایلام	کردستان	کرمانشاه	استان محل انتشار تحریکات قومی	
				تعداد	درصد سطری
30	2	17	11	تعداد	وجود دارد
100	6/7	56/7	36/7	درصد سطری	
4	1	4	/5	درصد ستونی	
7791	1577	3894	2353	تعداد	وجود ندارد
100	19/8	50	30/2	درصد سطری	
99/6	99/9	99/6	99/5	درصد ستونی	
7821	1546	3911	2364	تعداد	جمع
100	19/8	50	30/2	درصد سطری	
100	100	100	100	درصد ستونی	

$$x^2 = 3/295 \quad df = 2 \quad Sig = 0/000$$

تفسیر: کای اسکوئر محاسبه شده جدول شماره 8 نشان می دهد که بین استان های مورد بررسی به لحاظ تحریکات قومی تفاوت معناداری وجود دارد.

توصیف: سهم موضوعات و مطالبی که می توانسته باعث تحریکات قومی در هر یک استان ها شود، به نسبت کل مطالبشان چنین است: 0/5 درصد مربوط به استان کرمانشاه 0/4 درصد کردستان و 0/1 درصد استان ایلام.

می توان چنین بیان کرد که هفته نامه های استان مورد بررسی، بیشتر متمایل به « همبستگی و وحدت ملی با جامعه ایرانی » هستند و به عبارتی در راستایی تقویت امنیت ملی گام بر می دارند.

نتیجه گیری:

در این مقاله ابتدا به مباحث و رویکردهای نظری مربوط به تاثیرات رسانه‌های ارتباط جمعی بر مقوله هویت پرداخته شد. سپس برخی از نظریات مهم اثرات رسانه‌ای شامل نظریات برجسته سازی و وابستگی مخاطب که به تاثیرات و پیامدهای رسانه‌ها در تغییر نگرش، تصورات، تعاملات و بطور کلی نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه تاکید داشتند اشاره شد. در بخش چارچوب نظری نیز دو دیدگاه کاستلز و گیدنز با یکدیگر تلفیق شده و به عنوان راه‌های نظری بررسی مورد استفاده قرار گرفتند.

نتیجه تحلیل محتوای مطبوعات محلی، نشانگر این نکته است که نمی‌توان همه مطبوعات محلی را به عنوان یک کل واحد در نظر گرفت. در مطبوعات محلی، مطالب دارای جهت‌گیری مثبت نسبت به هویت ملی و امنیت ملی، بسیار بیشتر از مطالب منفی است. اگر بخواهیم راهبردهای اتخاذ شده توسط مطبوعات را بیان کنیم، این مطبوعات هم می‌توانند راهبردهای تقویتی و هم تخریبی داشته باشند. نتایج نشان داد مطبوعات محلی می‌توانند به واسطه پرداختن به هویت ملی و مولفه‌های آن به اتحاد و انسجام ملی کمک کرده و به دنبال آن امنیت ملی را تقویت کنند. در مورد هویت قومی هفته‌نامه‌های مورد بررسی بیشتر جهت‌گیری مثبت داشته و جهت‌گیری منفی آنها بسیار ناچیز می‌باشد. می‌توان گفت که مطبوعات محلی با تهیه و تنظیم خبر و تفسیر درباره وقایع مهم استانی، آموزش و معرفی سنت‌ها، فرهنگ، شخصیت‌های بزرگ قومی و بومی و بازتاب شیوه‌های زندگی مردم در راستای منافع ملی، موجب ایجاد و تقویت هویت ملی و امنیت ملی گشته‌اند. این نشریات چنانچه تحقیق نشان داد توانسته‌اند هویت محلی و امنیت را با هویت و امنیت ملی فراگیرتر و گسترده‌تر پیوند دهند، و به واسطه تولید مفاهیم مشترک، موجبات همبستگی و وفاق را فراهم نمایند. یعنی اخبار و گزارشاتی که در سطح محلی برجسته کرده، متناظر با خط‌مشی‌ها در سطح ملی بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که وقتی هفته‌نامه‌های مورد بررسی مطالبات قومی را خواستار شده‌اند جهت‌گیری مثبت آنها به هویت ملی بیشتر از جهت‌گیری منفی بوده، به عبارتی مطالبات قومی تضادی با هویت ملی ندارد.

برجسته شدن مطالبات قومی لزوماً امنیت ملی را تضعیف نخواهد کرد و مطالبات قومی اگر به طرز منطقی در هفته‌نامه‌های مورد بررسی انعکاس پیدا کنند و به این مطالبات احترام گذاشته شود، این می‌تواند بستری برای تقویت امنیت ملی واقع شود.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که، وقتی جهت‌گیری به هویت قومی مثبت است میزان جهت‌گیری به هویت ملی نیز به همان میزان مثبت است. به عبارتی می‌توان گفت که هویت قوم کرد در تضاد با هویت ملی ایرانی نیست، بلکه این دو می‌توانند تقویت‌کننده هم باشند و از اتحاد و همبستگی بین هویت قومی و هویت ملی است که به وحدت و امنیت در جامعه می‌رسیم. جهت‌گیری هفته‌نامه‌های مورد بررسی به امنیت ملی مثبت بوده است و به عبارتی هفته‌نامه‌های سه استان بیشتر در جهت تقویت امنیت ملی گام نهاده‌اند.

با ارجاع مجدد به نظریه گیدنز بیان شد که گیدنز به همزیستی هویت‌های خرد (در سطح محلی) و کلان (در سطح جهانی) اعتقاد دارد، اگر ما این هویت‌ها را به سطح کوچکتر یعنی هویت خرد (در سطح محلی و قومی) و کلان (در سطح ملی) تقلیل دهیم، با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی مورد بررسی با نظریه گیدنز همخوانی دارد. به عبارت دیگر مطالبات نشریات محلی متناظر با هویت ملی بوده است.

بین هویت قومی و هویت ملی نیز به عنوان بخش‌هایی از هویت کل

تعارضی وجود ندارد. فرد يك استراتژی هویتی دارد به این معنی که فرد از ابعاد گوناگونی از هویت جمعی و فردی که هویت کلی او را می‌سازند برخوردار است. او در هر موقعیت کنشی يك بعد از هویت کلی خویش را برجسته می‌کند مثلاً يك فرد می‌تواند از نظر ملی، ایرانی باشد و از نظر قومی کرد. این فرد که دارای ابعاد هویتی مرکبی است در برخی از مناسبات اجتماعی اش بعد ملی و ایرانی بودن خودش را به عنوان عنصر مرکزی هویت خویش بکار می‌برد و در برخی مناسبات دیگر هویت قومی خویش را به عنوان هویت مرکزی برجسته کند. مطبوعات محلی نیز گاهی یکی از این ابعاد هویتی را برجسته می‌کنند.

برجسته کردن يك بعد هویتی خاص در يك موقعیت کنش خاص به معنی بی‌اهمیت بودن ابعاد هویتی دیگر نیست. هویت‌های گوناگون فرد- که هویت قومی و ملی هم ابعادی از آن است - در طول هم‌دیگر قرار دارند و فرد هیچ‌گونه تعارضی بین آنها درک نمی‌کند.

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی مورد بررسی با نظریه کاستلز نیز همخوانی دارد؛ زیرا اگر در رویکرد کاستلز به تناقض هویت‌های جمعی پرداخته شده است، جریان مسالمت‌آمیز هویت‌های جمعی خرد و کلان کاملاً انکار نشده بلکه حتی مفروض نیز گرفته شده است.

پیشنهاده‌ها :

- هویت ملی را به عنوان مهم‌ترین عنصر پیوند دهنده اقوام و امری انسجام‌بخش قلمداد کنیم و بر عناصر متشکله و منسجم‌کننده هویت ملی تأکید بیشتر و موثرتری داشته باشیم.
- تقویت روحیه ملی‌گرایی با استفاده از ابزارهای مختلف در جهت مقابله با تهاجم فرهنگی و بحران هویت ملی
- ارتقاء سطح آگاهی علمی افراد درباره ویژگی‌های هویت ملی در ایران، شاخص‌ها، عوامل و موانع تحقق آن و رابطه اش با سایر انواع و سطوح هویتی در ایران و جهان و ایجاد آگاهی ذهنی لازم برای مشارکت فعال مردم در فرآیند هویت‌سازی‌های نوین مناسب با شرایط امروزی در ایران و جهان، تهیه و اجرای برنامه‌های ایرانگردی برای جوانان متعلق به اقوام ایرانی و ایجاد تمهیدات لازم برای گفت‌وگو و مفاهمه بین قومی و بین فرهنگی در ایران از جمله راهکارهای حفظ هویت ملی در برابر جهانی‌شدن است.
- در عرصه ملی وحدت با حفظ هویت‌های محلی قابل تحقق خواهد بود. این امر مستلزم بازشناسی خود و دیگری و احترام به همه انواع و سطوح هویتی است. با عنایت به جوان بودن بخش عمده جمعیت کشور و رویارویی جوانان با مسائل هویت جمعی در سطوح محلی، ملی و جهانی، شناخت عملی نگرش اقوام به ویژه اقوام مناطق مرزی ایران از ضرورت و اهمیت علمی و اجتماعی خاص برخوردار است.
- اهمیت دادن به زبان فارسی به عنوان نقطه اتکا و مشترک ایرانیان در جهت تقویت روحیه ملی‌گرایی
- ایران کشوری با گروه‌های اجتماعی، فرهنگی و قومی متنوع است که بر طبق قانون اساسی دارای حقوق برابر و انسانی هستند. لذا توجه به تفاوت‌ها و آموزش شهروندی با توجه به سنت‌ها و فرهنگ بومی و ایرانی توسط نظام آموزشی و ارائه الگوی مناسب اجتماعی برای قشر جوان کشور ضروری است.
- به همگرایی دو هویت قومی و هویت ملی پرداخته شود و در توجه به هویت قومی و هویت ملی توازن رعایت گردد.

منابع

- 1- احمدی، حمید. (1378). قومیت و قوم‌گرایی در ایران: از افسانه تا واقعیت. تهران: نشر نی.
- 2- اشرف، احمد. (1383). بحران هویت ملی و قومی در ایران. تهران: موسسه تحقیقات توسعه علوم انسانی.
- 3- اشرف، احمد، (1373). «بحران هویت ملی و قومی در ایران»، مجله ایران نامه، سال 12، شماره 3.
- 4- آشوری، داریوش. (1382). دانشنامه سیاسی، تهران: نشر مروارید.
- 5- آقایی، علی اکبر. (1380). «مطبوعات و امنیت ملی». روزنامه صدای عدالت، شماره 121.
- 6- بدیعی، نعیم (1374). تحلیل محتوای مطبوعات. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- 7- تاجیک، محمد رضا. (1376). «شکل‌گیری گفتمان‌های هویت در ایران». نامه پژوهش، سال دوم، شماره 7.
- 8- تانکارد و ورنر. (1381). نظریه‌های ارتباطات. (ع. دهقان، مترجم). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- 9- جمراسی فراهانی، علی اصغر (1374). بررسی مفاهیم نظری امنیت ملی. تهران: نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- 10- حاجیانی، ابراهیم (1379). «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران». فصلنامه مطالعات ملی، شماره 5، تهران.
- 11- دوران، بهزاد (1381). تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. رساله دکتری رشته علوم اجتماعی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- 12- رایف، دانیل (1381). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای. (م. بروجردی علوی، مترجم). تهران: سروش.
- 13- رزازی فر، افسر (1379). «الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره 5، تهران.
- 14- ریتزر، جورج (1379). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، (م. ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.

- 15- صالحی امیری، سیدرضا (1385). مدیریت منازعات قومی در ایران، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- 16- عیوضی، محمدرحیم (1380). «جهانی شدن و هویت های قومی»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره 10، تهران.
- 17- کاستلز، ایمانوئل (1380). عصر اطلاعات، قدرت، هویت. (چاوشیان و خاکباز، مترجمان). تهران: طرح نو.
- 18- گل محمدی، احمد (1381). جهانی شدن، فرهنگ، هویت. تهران: نشر نی.
- 19- لازار، ژودیت (1385). افکار عمومی. (مرتضی کتبی، مترجم). تهران: نشر نی.
- 20- معتمد نژاد، کاظم (1356). روش تحقیق در محتوای مطبوعات، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- 21- مقصودی، مجتبی (1380). تحولات قومی در ایران، علل و زمینه ها. تهران: موسسه مطالعات ملی.

22- Colin, Sparks (2007). *Globalization, Development and the Mass Media*, London, Sage Publication Ltd.

23- Gay, Paul du. (1998). *Production of Culture/Cultures of Production*, London: Sage Publications Ltd.

24- Liebes, Tamar. (1998). *Media, Ritual and Identity*, London: Routledge Press.

25- Morley, David. (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, London: Routledge Press.

26- Morley, David. (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity*, London: Routledge Press.

27- Richards, Chris. (1998). *Teen Spirits: Music And Identity In Media Education*, UCL *Press*.