

به نام خدا

## برآمدن هویت خواهی قومی و محلی

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

۱۴۰۱/۸/۱۰



## فهرست مطالب

|    |   |
|----|---|
| ۵  | خلاصه گزارش                               |
| ۱۰ | مقدمه                                     |
| ۱۲ | بخش اول: هویت قومی در پیمایش‌ها           |
| ۱۷ | نتیجه گیری                                |
| ۱۸ | بخش دوم: اعتراضات خرداد ۱۳۸۵              |
| ۲۱ | بخش سوم: هواداری از تراکتورسازی           |
| ۲۲ | سابقه رویکرد سیاسی به فوتبال در ایران     |
| ۲۲ | تبریز و تراکتورسازی پس از انتخابات ۱۳۸۸   |
| ۲۳ | شبکه‌ی رسانه‌ای تراکتورسازی               |
| ۲۷ | تبدیل تراکتورسازی به «تیراكتور»           |
| ۲۷ | شعارهای هواداران تیراكتور                 |
| ۲۹ | نسبت تبریز و اصفهان                       |
| ۳۰ | تراکتورسازی و دریاچه ارومیه               |
| ۳۱ | تراکتورسازی و زلزله آذربایجان             |
| ۳۳ | تیراكتوریسم در خوزستان                    |
| ۳۵ | تیراكتوریسم در والیبال                    |
| ۳۷ | اعتراض به شعار تیم ملی ایران در جام جهانی |
| ۳۸ | تراکتور و بارسلونا                        |
| ۳۹ | تراکتور و ترکیه                           |
| ۴۲ | کمپین کارت قرمز و سفر استانی رئیس‌جمهور   |
| ۴۴ | جمع‌بندی                                  |
| ۴۹ | منابع                                     |

## فهرست جداول

- جدول ۱: میزان غرور ملی ..... ۱۲
- جدول ۲: تمایل به تداوم زبان محلی و قومی و افتخار به فرهنگ محلی و قومی ..... ۱۲
- جدول ۳: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان های ترک زبان ..... ۱۳
- جدول ۴: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان های گُردزبان ..... ۱۴
- جدول ۵: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان های عربزبان ..... ۱۵
- جدول ۶: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در میدان قومی بلوچ ..... ۱۶
- جدول ۷: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در میدان قومی ترکمن ..... ۱۶

## خلاصه گزارش

آیا تعلق و علاقه به زبان قومی - محلی، لباس قومی - محلی، غذاهای محلی، نام‌گذاری فرزندان به اسامی محلی و قومی، هواداری از تیم تراکتورسازی، اعتراضات خیابانی به کاریکاتور روزنامه ایران در خرداد سال ۱۳۸۵ و دیگر نمادهای قومی و محلی و منطقه‌ای، نشانه و مقوم هویت‌گرایی افراطی قومی (پان‌کردیسم، پان‌ترکیسم و ...) است؟ داده‌ها و تحلیل‌های این گزارش بیان می‌کنند که ممکن است در نظر برخی از نخبگان قومی، چنین گرایش‌های هویت‌گرایی فرهنگی - سیاسی وجود داشته باشد اما در جریان عمومی زندگی روزمره در بین شهروندان، زندگی کردن با نمادهای محلی و قومی، نشانگر هویت‌گرایی سیاسی نیست بلکه نوعی سبک زندگی فرهنگی - قومی - محلی است و در تعبیر دیگر، نوعی هویت‌خواهی برای بازشناسی خودبه‌خود و دیگران است. برای احترام به ارزش‌ها و نمادهای فرهنگی محلی و قومی. بنابراین، برآمدن هویت‌خواهی محلی - قومی یا به تعبیر بهتر، میل به «بازشناسی» یا «ارج‌شناسی» قومی و محلی و هویت‌هایی که از جانب استعمار هویت‌های بزرگ‌تر احساس خطر کرده‌اند، مضمون محوری این گزارش است. این برآمدن هویت‌خواهی محلی و قومی، به موضوعی ایده‌آلیستی (و انسانشناختی) راجع است که می‌توان آن را با مفهوم هگلی «مبارزه برای ارج‌شناسی»<sup>۱</sup> یا «مبارزه برای کرامت انسانی» در ارتباط دانست و ضرورت «برابری خواهی» را نشان می‌دهد که به اندیشه هگل یا به‌طور دقیق‌تر به تفسیر خاص و دموکراتیزه‌شده الکساندر کوژو<sup>۲</sup> از افکار هگلی متکی است.<sup>۳</sup> اقوام، استان‌ها و مناطق مختلف جغرافیایی در ایران، هم‌طی فرایند جهانی شدن و مدرنیزاسیون و هم بر اثر سیاست‌های فرهنگی هم‌شکل‌کننده چه پیش از انقلاب (مرکز‌گرایی باستان‌گرا) و پس از انقلاب (مرکز‌گرایی شیعی)، احساس کرده‌اند که روایت فرهنگی و رسانه‌ای جریان اصلی، حرمتی که باید به آن‌ها نمی‌نهد و توسعه‌ای نیز که باید برای آن‌ها رخ نمی‌دهد. هر چه هست، در مرکز و برای مرکز است. تمرکزگرایی و کم‌توجهی به اقوام و مناطق کشور این فرض را تقویت می‌کند که احساس بی‌عدالتی و تبعیض اقتصادی و فرهنگی و کم‌توجهی به اقوام و مردمان مناطق پیرامون کشور تداوم یافته است.

در این گزارش نشان داده می‌شود که در پیمایش‌های ملی، عموماً هویت‌خواهی ملی و قومی و محلی همپای هم هستند و یکی مغل دیگری نیست. البته در مورد برخی پیمایش‌های دانشگاهی، شواهدی دال بر هویت‌گرایی قومی وجود دارد اما همان‌جا نیز این معنی به ذهن متبادر نمی‌شود که ما با یک هویت‌گرایی سیاسی در جریان زندگی روزمره مواجه هستیم. سپس به اعتراضات سال ۱۳۸۵ در شهرها ترک‌نشین پرداخته می‌شود که به یک بی‌حرمتی در روزنامه ایران توسط یک کاریکاتور انجام‌شده بود. پس از آن هواداری از تیم تراکتورسازی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا ببینیم این هواداری تا چه حد نشانگر هویت‌خواهی قومی - سیاسی است و تا چه حد نوعی میل به بازشناسی و ارج‌خواهی است. درآئنی گزارش سعی می‌شود داده‌ها تحلیل شوند. خلاصه نتایج گزارش حاضر عبارت است از:

<sup>۱</sup> Struggle for the Recognition

<sup>۲</sup> Alexandre Kojève (۱۹۰۰-۱۹۶۸)

<sup>۳</sup> هر چند کسانی چون آریا برلین و کارل پوپر، پیامد سیاسی - اجتماعی فلسفه هگلی را نه تنها دموکراسی و جامعه باز نمی‌دانند بلکه آن را الهام بخش نظام‌های توتالیتر و غیردموکراتیک دانسته‌اند.

## هویت خواهی قومی - محلی

در پیمایش‌های ملی شاهد گرایش ملی بیشتری از گرایش محلی هستیم و گرایش ملی نیز تناقضی با گرایش محلی و قومی ندارد و کسانی که هویت خواهی محلی دارند در هویت ملی نیز نمره بالایی می‌گیرند. اما در پیمایش‌های دانشگاهی، هویت خواهی محلی برجسته و به‌عنوان گرایشی مهم و بعضاً واگرا با هویت ملی نشان داده شده است. به‌طور کلی، علی‌رغم اینکه در پژوهش‌های دانشگاهی، قوم‌گرایی در میدان‌های قومی نشان داده می‌شود، نتایج پیمایش‌های ملی فاصله خاصی از حیث پاسخ به گویه‌های «هویت ملی» و «پنداشت از عدالت و برابری» با سایر مناطق ارائه نمی‌دهد. بر اساس داده‌های یک پیمایش قومی وسیع در کل کشور (۱۳۷۸) با جمعیت نمونه ۴۰۰۲ نفر، رابطه میان هویت ملی و هویت قومی در میان شش قوم ایرانی ترک، بلوچ، لر، کرد، فارس و عرب، همبستگی مثبت میان هویت ملی و قومی وجود دارد و این دو نوع هویت مقوم یکدیگر بوده‌اند گرچه این همبستگی میان شش قوم مذکور متفاوت بوده است. اما تحقیقات و پیمایش‌های دانشگاهی، گرایش‌های قومی بیشتری را نشان می‌دهند.

## اعتراضات سال ۱۳۸۵

پرسش این است که این پدیده تا چه حد نشانگر هویت‌گرایی قومی افراطی بوده است؟ محققان نشان داده‌اند که انگیزه اعتراضات آذربایجان در خرداد سال ۱۳۸۵ به کاریکاتور روزنامه ایران، «ابراز هویت و اصلاح تصویر ذهنی از گروه قومی و مطالبات فرهنگی» بوده است. اعتراض به چیزی که از نظر معترضان، «شونیسم فارس و نژادپرستی فارس‌ها<sup>۱</sup> علیه تورک‌ها» بوده است. در مصاحبه‌های که برای تهیه این گزارش با نخبگان ترک داشتیم، مسئله از نظر آن‌ها این بوده است که از نظر معترضان، این مرکز و فارس‌ها بوده‌اند که علیه آن‌ها نژادپرستی کرده‌اند در حالی که آن‌ها فقط خواستار توقف نژادپرستی و احترام و برابری فرهنگی بوده‌اند: «جامعه به یک‌باره نگران حفظ احترام و فرهنگ قومی و زبانی‌اش شد. احساس مردم تبریز و دیگر شهرها این بود که به آن‌ها توهین شده است. سال‌ها با جوک ترکی، مردم ترک آزار دیده بودند و احساس توهین می‌کردند. با این اتفاق، این احساس تبعیض و تحقیر و ترک‌ستیزی که تصور می‌شد از ناحیه مرکز بر آن‌ها می‌رود به یک‌باره بروز کرد. مردم علیه نژادپرستی شعار می‌دادند نه اینکه بگویند نژاد ترک از دیگران برتر است.» از حدود دهه ۸۰، مردم علاقه بیشتری پیدا کردند که زبان ترکی را به بچه‌ها بیاموزند. همچنین نامه‌های ترکی بر روی فرزندان‌شان بگذارند. علاقه به موسیقی محلی هم بیشتر شد. البته این روند نه فقط در استان‌های ترک‌نشین بلکه در بین کردها، لرها و دیگر اقوام و شهرهای مختلف هم به وجود آمد. هم نتیجه جهانی شدن بود، هم نتیجه احساس تعلق بیشتری که مردم به هویت قومی و محلی‌شان پیدا کردند. از ناحیه مرکز هم احساس می‌کردند که این هویت خواهی محلی، نوعی تمایز به آن‌ها می‌دهد و به مرکز این پیام را می‌دهد که همه چیز

۱ - البته ذکر این نکته لازم است که از نظر برخی، در ایران قومی به نام «فارس» وجود ندارد و این اصطلاح جعلی، از سوی قوم گرایان افراطی تورک و کرد ساخته شده است. به هر حال، «نخستین مرحله در پویایی قومی آن است که قوم به مثابه یک گروه واقعی یعنی جماعتی به رسمیت شناخته شده و آگاه به وجود خویش، شکل بگیرد و در نگاه دیگران و بیش از آن‌ها در نگاه خویش، از نیستی به هستی درآید» (برتون، ۱۳۸۴). قوم‌شناسی سیاسی، نشر نی ص ۱۰۲). فارسی زبان‌ها از دوشنبه تا بوشهر و از بخارا تا کرمان زندگی می‌کنند و بسیاری اوقات به دلیل اینکه زبان‌شان فارسی است، «فارس» نامیده می‌شوند. اما خودآگاهی قومی که نخستین مرحله شکل‌گیری یک گروه قومی است در میان فارسی زبان‌ها وجود ندارد. برای مثال اگر از یک اصفهانی یا شیرازی درباره هویتش پرسیده شود، خود را به عنوان «فارس» معرفی نمی‌کند بلکه خود را اصفهانی یا شیرازی معرفی می‌نماید. بنابراین فارسی زبان‌ها گروه قومی خاصی را تشکیل نمی‌دهند.

قابل یکدست‌سازی نیست. سیاست فرهنگی دولت که مبتنی بر مرکز‌گرایی و شیعه‌گرایی بود (به‌ویژه برای مناطق سنی نشین) خوش‌آیند نبود. بنابراین در مناطق قومی- سنی، این احساس خطر بیشتر هم بود. در مناطق ترکی که دغدغهٔ مذهب وجود نداشت، دغدغهٔ زبان و دیگر المان‌های قومی و محلی بیشتر بود. اما همهٔ این‌ها در روند زندگی روزمره به معنی پان‌ترکیسم نبود. بلکه به معنای هویت‌خواهی قومی و محلی بود؛ میل به تشخیص بود.

## مطالبات فرهنگی

مطالبات قومیتی در آذربایجان بیش از آنکه مطالبات سیاسی و اقتصادی باشد مطالبات فرهنگی است، مطالباتی نظیر تدریس زبان ترکی در مدارس، انتشار آزاد کتب و رسانه‌ها به زبان ترکی، تصویر ترک‌ها در رسانه‌ها به‌خصوص در صداوسیما، گرامیداشت مناسبت‌ها و سنن فرهنگی آذربایجان، استفاده از موسیقی و رقص آذری در عرصه‌ی اجتماعی، نام‌گذاری اماکن و مسائلی از این قبیل. برخلاف سایر مطالبات قومیتی موجود در سایر مناطق ایران نظیر بلوچستان، کردستان و خوزستان خواسته‌های اقتصادی و سیاسی به‌مراتب کم‌رنگ‌تر است، چراکه اساساً از نظر شاخص‌های اقتصادی و سیاسی آذربایجان وضعیت بهتری نسبت به کردستان، بلوچستان و خوزستان دارد و در برخی شاخص‌ها از متوسط کشوری هم بالاتر است. با پاسخ فرهنگی، غیرسیاسی و غیر انتظامی به مطالبات فرهنگی موجود در آذربایجان باید مانع انحراف و گسترش این مطالبات به سایر عرصه‌ها شد، در غیر این صورت پیوند مطالبات فرهنگی با نارضایتی‌ها و بحران‌های اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی پیش روی جمهوری اسلامی ایران شرایط را پیچیده‌تر خواهد کرد. تدریس ادبیات اقوام ایرانی در مدارس در اصل ۱۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصریح شده است و همین ماده‌ی قانونی مطالبه‌ی اصلی جریان قومی در آذربایجان است. با اجرایی شدن این ماده‌ی قانونی بهانه‌ی بزرگی از جریان قوم‌گرای آذربایجان گرفته خواهد شد و از سوی دیگر مردم را هم به وجود ظرفیت‌های قانونی و مدنی برای برآورده‌سازی مطالبات اجتماعی و فرهنگی امیدوار خواهد کرد.

## سوم: تیم تراکتورسازی

در این بخش سعی می‌شود تا هویت خواهی قومی در وجهی پدیداری یعنی تیم فوتبال تراکتورسازی تبریز مورد بحث قرار گیرد. آیا هواداری از تراکتورسازی در عام‌ترین معنای خود، نشانه‌ای از پان‌ترکیسم دارد؟ مصاحبه‌ها و مشاهدات این گزارش نشان می‌دهد که فرهنگ هواداری در تیم تراکتورسازی تبریز، بر اساس الگوی میل به ارج‌شناسی برابر است. سال‌ها ترک احساس کردند که تیم تراکتورسازی عمده‌توسط حاکمیت در دسته‌های پایین‌تر متوقف شده است و اکنون که به لیگ برتر آمده است، اتفاقاً حریف اصلی آن‌ها تیمی است که آن‌ها نام تیم حکومتی بر آن می‌گذارند. هویت سیاسی اگر در تیم تراکتور وجود داشته باشد، نوعی مخالفت با دولت است و نه خواستار جدایی از ایران. تراکتور بیش از آنکه عرصه‌ی تبلور خواسته‌های قومی آذری‌ها باشد عرصه‌ی تبلور خواسته‌های اجتماعی و سیاسی بخشی از جامعه‌ی ایران است. فقط آذری‌ها نیستند که مطالباتی اجتماعی از حاکمیت دارند؛ بلکه تمام مردم ایران مطالباتی از دولت دارند. در فضای اجتماعی ایران که کمتر می‌توان مطالبه‌ای جمعی را از دولتمردان خواست و آزادانه هر حرفی را زد؛ ورزشگاه‌ها جزو معدود فضاهایی است که ایرانی می‌تواند بدون واژه هر خواسته و سخنی را بگوید. ورزشگاه‌های

ایرانی بیش از آنکه فضایی برای تماشای فوتبال باشند؛ فضایی برای تخلیه هیجان‌های فروخته‌ای است که در جایی جز ورزشگاه نمی‌توان آن‌ها را بروز داد. در ساختار سیاسی موجود ایران که برگزاری تجمع غیردولتی و اعتراضی به‌ندرت امکان‌پذیر است و احزاب سیاسی محدودیت‌هایی برای برگزاری تجمعات سیاسی به‌خصوص در شهرستان‌ها دارند طبیعت در هر فضایی که گروهی از شهروندان دور هم جمع شوند ناخواسته این انبوهه به سمت مطالبات سیاسی و اجتماعی کشیده خواهد شد. سعی برای جلوگیری از بیان مطالبات مردمی از مسیرهای مناسب و متعارف نظیر رسانه‌ها، تشکل‌ها و احزاب موجب می‌شود مسیر بیان این مطالبات به سمت مسیرهای نامتعارفی چون ورزشگاه‌ها کشیده شود و شیوه‌هایی بیان و نوع مطالبات هم رادیکال‌تر شود. تلقی هر تجمع غیرحاکمیتی به تجمعی ضدحاکمیتی و پایین بودن آستانه تحمل باعث مواجهه ناصحیح با پدیده‌هایی چون تراکتورسازی و مطالبات فرهنگی اقوام ایرانی می‌شود و نتیجه‌ای جز بروز چالش‌ها و بحران‌های جدی ندارد. از سوی دیگر، طرفداران تراکتور بیش از آنکه برای هویت‌جویی قومی به ورزشگاه بیایند برای شادی و هیجان جمعی به ورزشگاه می‌آیند ولی تصویرسازی رسانه‌ای از سکوهای ورزشگاه آن‌چنان است که شعارها و شعارنوشته‌های قومیتی اصل قرار می‌گیرد و شادی و نشاط جمعی حاصل از بازی‌های تراکتور در حاشیه قرار می‌گیرد. اگر از سال ۱۳۸۸ از سکوهای تراکتور شعارهای قومیتی و هویتی شنیده می‌شود بیشتر به خاطر آن است که فعالان قومی در آن سال‌ها به‌جز ورزشگاه جایی برای بیان خواسته‌هایشان نداشتند.

#### چهارم: قلعه بابک

انگیزه‌ی مردم آذربایجان از حضور در بازی‌های تراکتورسازی و حضور فعالان قومی در همین بازی‌ها بسیار شبیه انگیزه‌های این دو دسته از حضور در مراسمی است که به نام زادروز بابک خرم‌دین در قلعه‌ی بابک واقع در کلیبر برگزار می‌شد. در چند سال آخر منتهی به سال ۱۳۸۵ هزاران نفر از مردم آذربایجان به اسم زادروز بابک خرم‌دین در آخر هفته‌ی اول تیرماه در قلعه‌ی بابک واقع در منطقه‌ی کلیبر استان آذربایجان شرقی جمع می‌شدند و همراه با موسیقی، رقص و شعر آذری و بسیاری تفریحات دیگر به شادی جمعی می‌پرداختند. هدف و انگیزه‌ی واقعی اکثریت افراد حاضر در آنجا چیزی جز تفریح، طبیعت‌گردی، کوه‌نوردی، لذت بردن از رقص و موسیقی آذری و شادی جمعی و عمومی نبود و کمتر اهداف و مطالبات سیاسی برایشان مهم بود ولی فعالان قومی با بیان مطالبات و شعارهای سیاسی در جمع افراد حاضر در قلعه بابک سعی در هدایت آن به سمت مسائل سیاسی و قومیتی داشتند. بیان شعارهای قومیتی و تجزیه‌طلبانه در قلعه بابک موجب شد محوطه قلعه بابک و بخشی از جنگل‌های ارسباران به بسیج واگذار شود تا آنجا را تبدیل به اردوگاه نظامی کند و کلاً کسی اجازه ورود به آنجا را نداشته باشد. درحالی‌که هدف و انگیزه‌ی اصلی و اکثریت افراد حاضر در قلعه‌ی بابک چیزی جز شادی و تفریح جمعی نبود؛ به دلیل تحركات قوم‌گرایانه‌ی معدود افرادی در آنجا کل قلعه‌ی بابک منطقه نظامی شد و این مسیر شادی اجتماعی بسته شد. تا اینکه سه سال بعد از این اتفاق در سال ۱۳۸۸ با باز شدن فضای اجتماعی به دلیل انتخابات شادی دوباره به سطح عمومی جامعه بازگشت و صعود تراکتور هم به لیگ برتر این شیرینی را برای مردم تبریز تکمیل کرد. دوباره شیوه‌های شادی و نشاط جمعی رایج در قلعه بابک در بازی‌های تراکتور مجال بروز پیدا کرد. با هر پیروزی تراکتور همانند مراسم قلعه بابک رقص و موسیقی آذری در عرصه‌ی عمومی مجال حضور می‌یافت و مردم نه برای تراکتور که برای شادی و روحیه خودشان به خوشحالی



می‌پرداختند. جریان اقلیت حاضر در قلعه بابک یعنی قوم‌گرایان هم که درهای قلعه بابک، نثریات و انجمن‌هایشان را بسته می‌دیدند به سمت ورزشگاه سوق یافتند و سعی در بهره‌برداری سیاسی از جمع حاضر در سکوی تراجتور کردند. به نظر می‌رسد همراهی هواداران تراجتور با شعارهای قوم‌گرایانه بیش از آنکه ناشی از تعلق خاطر آن‌ها به این قبیله شعارها باشد؛ ناشی از جو ورزشگاهی و انبوه توده‌های حاضر در کنار هم است. همچنین تعطیلی نثریات و محافلی که محلی برای فعالیت جریان‌های قوم‌گرا باشد جایی جز ورزشگاه برای این جریان نمی‌گذارد.

آیا تعلق و علاقه به زبان قومی - محلی، لباس قومی - محلی، غذاهای محلی، نام‌گذاری فرزندان به اسامی محلی و قومی، هواداری از تیم‌های فوتبال محلی و استانی و دیگر نمادهای قومی و محلی و منطقه‌ای، نشانه و مقوم هویت‌گرایی افراطی قومی (پان‌کردیسم، پان‌ترکیسم و ...) است؟ داده‌ها و تحلیل‌های این گزارش بیان می‌کنند که ممکن است در نظر برخی از نخبگان قومی، چنین گرایشی هویت‌گرایی فرهنگی - سیاسی وجود داشته باشد اما در جریان عمومی زندگی روزمره در بین شهروندان، زندگی کردن با نمادهای محلی و قومی، نشانگر هویت‌گرایی سیاسی نیست بلکه نوعی سبک زندگی فرهنگی - قومی - محلی است و در تعبیر دیگر، نوعی هویت‌خواهی برای بازشناسی خودبه‌خود و دیگران است. برای احترام به ارزش‌ها و نمادهای فرهنگی محلی و قومی. بنابراین، برآمدن هویت‌خواهی محلی - قومی یا به تعبیر بهتر، میل به «بازشناسی» یا «ارج‌شناسی» قومی و محلی و هویت‌هایی که از جانب استعمار هویت‌های بزرگ‌تر احساس خطر کرده‌اند، مضمون محوری این گزارش است. این برآمدن هویت‌خواهی محلی و قومی، به موضوعی ایده‌آلیستی (و انسانشناختی) راجع است که می‌توان آن را با مفهوم هگلی «مبارزه برای ارج‌شناسی»<sup>۱</sup> یا «مبارزه برای کرامت انسانی» در ارتباط دانست و ضرورت «برابری خواهی» را نشان می‌دهد که به اندیشه هگل یا به‌طور دقیق‌تر به تفسیر خاص و دموکراتیزه شده‌ی الکساندر کوژو<sup>۲</sup> از افکار هگلی متکی است.<sup>۳</sup>

اقوام، استان‌ها و مناطق مختلف جغرافیایی در ایران، هم‌طی فرایند جهانی‌شدن و مدرنیزاسیون و هم‌برآثر سیاست‌های فرهنگی هم‌شکل‌کننده چه پیش از انقلاب (مرکزگرایی باستان‌گرا) و پس از انقلاب (مرکزگرایی شیعی)، احساس کرده‌اند که روایت فرهنگی و رسانه‌ای جریان اصلی، حرمتی که باید به آن‌ها نمی‌نهد و توسعه‌ای نیز که باید برای آن‌ها رخ نمی‌دهد. هر چه هست، در مرکز و برای مرکز است. تمرکزگرایی و کم‌توجهی به اقوام و مناطق کشور این فرض را تقویت می‌کند که احساس بی‌عدالتی و تبعیض اقتصادی و فرهنگی و کم‌توجهی به اقوام و مردمان مناطق پیرامون کشور تداوم یافته است. این قضیه در موارد مختلف بازتاب یافته است. مثلاً در جریان اعتراض مردم اهواز به آلودگی هوا و قطعی برق ناشی از ریزگردها شعارهای حاکی از تبعیض کم نبودند: «ایران فقط تهران نیست» و یکی از کاربران کامنت نوشته بود: «ایران فقط تهرانه. بقیه مردم کیلو چندن؟ خوزستانی‌ها کیلو چندن؟ شمالی‌ها کیلو چندن؟». در یکی از بازی‌های تیم فوتبال مسجدسلیمان با پرسپولیس تهران، هواداران مسجدسلیمانی (که خود را شهر اولین‌ها می‌دانند) شعار می‌دادند «تهران، آماده باش که ما داریم می‌آییم». زمانی در کل کشور، دو تیم استقلال و پرسپولیس، عموم هواداران حتی شهرها و روستاهای دیگر استان‌ها را شامل می‌شدند، اما همین هویت‌خواهی محلی و قومی به‌تدریج رشد کرد و مردم بیشتر هوادار تیم شهرشان شدند.

<sup>۱</sup> Struggle for the Recognition

<sup>۲</sup> Alexandre Kojève (۱۹۰۰-۱۹۶۸)

<sup>۳</sup> هر چند کسانی چون آریا برلین و کارل پوپر، پیامد سیاسی - اجتماعی فلسفه هگلی را نه تنها دموکراسی و جامعه باز نمی‌دانند بلکه آن را الهام بخش نظام‌های توتالیتر و غیردموکراتیک دانسته‌اند.

در این گزارش نشان داده می‌شود که در پیمایش‌های ملی، عموماً هویت خواهی ملی و قومی و محلی همپای هم هستند و یکی مخل دیگری نیست. البته در مورد برخی پیمایش‌های دانشگاهی، شواهدی دال بر هویت‌گرایی قومی وجود دارد اما همان‌جا نیز این معنی به ذهن متبادر نمی‌شود که ما با یک هویت‌گرایی سیاسی در جریان زندگی روزمره مواجه هستیم. سپس به اعتراضات سال ۱۳۸۵ در شهرها ترک‌نشین پرداخته می‌شود که به یک بی‌حرمتی در روزنامه ایران توسط یک کاریکاتور انجام شده بود. پس از آن هواداری از تیم تراکتورسازی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا ببینیم این هواداری تا چه حد نشانگر هویت خواهی قومی - سیاسی است و تا چه حد نوعی میل به بازشناسی و ارج خواهی است. دراثناي گزارش سعی می‌شود داده‌ها تحلیل شوند.

اما داستان هویت‌گرایی قومی - سیاسی در ایران به سال ۱۳۲۵-۱۳۲۴ شمسی برمی‌گردد. در این سال با دخالت شوروی و در جریان شکل‌گیری فرقه دمکرات آذربایجان در تبریز و نیز جمهوری مهاباد، برای نخستین بار قوم‌گرایی سیاسی شکل گرفت. پس از پیروزی انقلاب نیز و به مدت حدود ده سال، سلسله درگیری‌های نظامی در حوزه کردنشین و سنی‌نشین استان‌های آذربایجان غربی، کردستان و تا حدودی کرمانشاه روی داد. همچنین، درگیری‌هایی با ابعاد کوچک‌تر در خوزستان (خلق عرب)، گنبد (خلق ترکمن)، زاهدان و سراوان (بلوچستان)، و تبریز (حزب خلق مسلمان) روی داد که مسئله قومیت را سیاسی‌تر کرد.

در دو دهه اخیر و به‌خصوص پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و شکل‌گیری جمهوری‌های تازه استقلال‌یافته، قوم‌گرایی در منطقه و در ایران وارد فاز نوینی شد. قوم‌گرایان سیاسی در سال‌های اخیر با رویکردهای تازه و ابزارهای نوین در پی گسترش ایده‌ها و برنامه‌های قوم‌گرایانه خود برآمده که گاه‌وبیگاه شکل یا بُعدی از آن را می‌شود مشاهده کرد. برخی دولت‌های منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای نیز در تلاش بوده‌اند تا با استفاده از ابزار قوم‌گرایی اهداف خود را پیگیری کنند. همچنین از بُعدی دیگر، بخش قابل‌توجهی از مناطقی که اقوام ایرانی در آن مستقرند یعنی کرانه‌ها و مرزهای کشور که محل سکونت اقوام ترک، کرد، عرب، بلوچ و ترکمن است با مسائل بفرنج توسعه‌ای دست‌به‌گریبان‌اند. در بخش قابل‌توجهی از این مناطق، ایرانیان سنی مذهب (اهل سنت و جماعت) با مسائل و مشکلات خاص خود مستقر هستند که این وضعیت بر پیچیدگی‌های موجود افزوده است. شناسایی این مسائل و مشکلات و یافتن راه‌حل‌های ملی و مبتنی بر حقوق شهروندی ایرانیان و جلب مشارکت همه ایرانیان در حوزه‌های تصمیم‌گیری تا اجرا و نظارت، یکی از اساسی‌ترین مسائل امروز ایران در این حوزه است.

البته هویت خواهی محلی و قومی و یا هویت‌گرایی قومی و قوم‌گرایی افراطی با هم متفاوت‌اند. در این گزارش سعی می‌شود هم هویت خواهی محلی و قومی و نسبت آن با هویت ملی و همچنین پدیداری از نوعی قوم‌گرایی سیاسی (پان‌ترکیسم) در تیم تراکتورسازی مورد بررسی قرار بگیرد. نظر کلی گزارش این است که چه در پیمایش‌های ملی و چه در مطالعات دانشگاهی، هویت خواهی محلی و قومی وجود دارد اما تناقض بارزی با هویت ملی ندارد. قوم‌گرایی سیاسی نیز که البته زمینه‌های آن در تبعیض‌های ساختاری است، بیشتر در سطح نخبگانی و رسانه است و پایگاه اجتماعی گسترده و عمیقی بین شهروندان اقوام مختلف ندارد.

## بخش اول: هویت قومی در پیمایش‌ها

در این بخش، هویت خواهی محلی و قومی در خلال پیمایش‌های ملی دنبال می‌شود. از داده‌های پیمایش‌های مختلف و از گزارش سلیمانی قره گل در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات بیشترین بهره برده شده است.<sup>۱</sup> در پیمایش‌های ملی شاهد گرایش ملی بیشتری از گرایش محلی هستیم و گرایش ملی نیز تناقضی با گرایش محلی و قومی ندارد و کسانی که هویت خواهی محلی دارند در هویت ملی نیز نمره بالایی می‌گیرند. اما در پیمایش‌های دانشگاهی، هویت خواهی محلی برجسته و به‌عنوان گرایشی مهم و بعضاً واگرا با هویت ملی نشان داده شده است. به‌طور کلی، علی‌رغم اینکه در پژوهش‌های دانشگاهی، قوم‌گرایی در میدان‌های قومی نشان داده می‌شود، نتایج پیمایش‌های ملی فاصله خاصی از حیث پاسخ به گویه‌های «هویت ملی» و «پنداشت از عدالت و برابری» با سایر مناطق ارائه نمی‌دهد. در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، شاخص غرور ملی مورد بررسی قرار گرفته است. جدول ۱، میزان غرور ملی و وفاداری ملی را نشان می‌دهد. در سال ۷۹، ۸۶٫۸ درصد گفته‌اند که به میزان زیاد به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند و در سال ۸۲، ۹۲٫۶ درصد و در سال ۹۴ نیز ۹۱٫۵ درصد به ایرانی بودن خود افتخار کرده‌اند. این نشان از تعلق ملی در کل کشور است. مقایسه سه موج ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در رابطه با غرور ملی، یعنی افتخار به ایرانی بودن خود، گویای این امر است که در طی سه دهه تقریباً از میزان افتخار کاسته نشده است.

جدول ۱: میزان غرور ملی

| نمره تراز از ۱۰۰ | زیاد | متوسط | کم  | سال  | نگرش                      |
|------------------|------|-------|-----|------|---------------------------|
| ۹۰٫۸             | ۸۶٫۸ | ۸٫۲   | ۴٫۹ | ۱۳۷۹ | افتخار به ایرانی بودن خود |
| ۹۲٫۶             | ۸۹٫۵ | ۶٫۲   | ۴٫۴ | ۱۳۸۲ |                           |
| ۹۱٫۵             | ۸۶٫۴ | ۱۰٫۳  | ۳٫۳ | ۱۳۹۴ |                           |

در سوی دیگر در جدول ۲ شاهد رشد هویت خواهی قومی و محلی نیز هستیم و اکثریت افراد تمایل بالایی برای حفظ زبان قومی و محلی خود توسط فرزندان دارند و به فرهنگ محلی و قومی خود افتخار می‌کنند. بررسی هویت قومی در سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۹۴ نشان می‌دهد که هرچه زمان بیشتر به جلو حرکت کرده است، تمایل افراد با قومیت‌های مختلف برای حفظ زبان و فرهنگ محلی خود بیشتر شده است.

جدول ۲: تمایل به تداوم زبان محلی و قومی و افتخار به فرهنگ محلی و قومی

| تراز از ۱۰۰ | زیاد | تاحدودی | کم   | سال  | موارد  |
|-------------|------|---------|------|------|--|
| ۷۱٫۸        | ۶۲   | ۱۹٫۶    | ۱۸٫۴ | ۱۳۸۲ | ۱ وظیفه خود می‌دانید زبان قومی یا محلی خود را به فرزندان تان یاد دهید؟ |
| ۸۲٫۸        | ۷۱٫۹ | ۲۱٫۷    | ۶٫۵  | ۱۳۹۴ |  |
| ۹۰٫۵        | ۸۴٫۱ | ۱۲٫۸    | ۳٫۱  | ۱۳۹۴ | ۲ من به فرهنگ محلی و قومی خود افتخار می‌کنم.                           |

۱ - سلیمانی قره گل (۱۳۹۹) جامعه، دولت و ایده شکاف قومی در ایران. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
 ۲- گزینه‌های اصلاً، خیلی کم و کم و گزینه‌های زیاد، خیلی زیاد و کاملاً با یکدیگر جمع شده‌اند.

بر اساس داده های یک پیمایش قومی وسیع در کل کشور (۱۳۷۸) با جمعیت نمونه ۴۰۰۲ نفر، رابطه میان هویت ملی و هویت قومی در میان شش قوم ایرانی ترک، بلوچ، لر، کرد، فارس و عرب، همبستگی مثبت میان هویت ملی و قومی وجود دارد و این دو نوع هویت مقوم یکدیگر بوده اند گرچه این همبستگی میان شش قوم مذکور متفاوت بوده است.<sup>۱</sup>

اما تحقیقات و پیمایش های دانشگاهی، گرایش های قومی بیشتری را نشان می دهند. در میدان قومی تُرک، مرسلی گنبری (۱۳۸۸) با فرض قوم گرایی غلیظ در میان قوم تُرک تأکید می کند که جریان قوم گرایی آذربایجان بعد از طرد شخصیت های اهل مذاکره شان به سمت تجزیه طلبی حرکت کرده است. نقی زاده (۱۳۸۵)، پنداشت از زبان فارسی نزد این میدان قومی را به صورت ۶۳ درصد بد، ۲۳ درصد معمولی و ۱۴ درصد خوب، بیان می کند. بر اساس نتایج این تحقیق، ۸۰ درصد پرسش شونده گان، خود را تُرک ایرانی و ۲۰ درصد خود را آذری ایرانی<sup>۲</sup> می دانند. در نمونه ای دیگر که در تقابل با دو طرح قبلی قرار دارد، بر تعادل هویت قومی با هویت ملی در کشور تأکید دارد؛ احمدلو (۱۳۸۱) بیان می کند که قوم گرایی هیچ منافاتی با ملی گرایی ندارد و افرادی که گرایش های قومی غلیظی دارند، گرایش های وطنی غلیظی نیز دارند. این تبیین که کماکان بر ارزشمندی، برتری و طبیعی بودن هویت ملی تأکید دارد، به عنوان نوعی جریان رقیب، در آثار دیگر (چلبی و یوسفی، ۱۳۸۰؛ حاجیانی، ۱۳۸۷؛ احمدی و گنج خانلو، ۱۳۹۳) نیز به چشم می خورد. با وجود برآورد کمابیش شدید از گرایشات هویت طلبانه در میان ترک زبانان ایران، گویندگان ناظر به هویت ملی در پروژه «سنجش سرمایه اجتماعی کشور» نتایج دیگری را در این مناطق نشان می دهد.

جدول ۳: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان های ترک زبان

| استان                      | افتخار به ایرانی بودن<br>(رتبه در کل کشور) | تمایل به مهاجرت به خارج<br>(رتبه در کل کشور) |
|----------------------------|--|--|
| آذربایجان شرقی             | ۱۸   | ۲۸   |
| اردبیل                     | ۱۶   | ۲۶   |
| زنجان                      | ۱۷   | ۶  |
| آذربایجان غربی (ترک و کرد) | ۲۵   | ۱۶   |

(منبع: سنجش سرمایه اجتماعی کشور، موج ۱۳۹۳)

همان گونه که در جدول ۳ مشاهده می شود، استان های ترک نشین در میانه رتبه بندی افتخار به هویت ایرانی به نسبت سایر استان ها قرار دارند و حداقل بر اساس این نتایج نمی توان درباره «هویت ملی» آن ها ابراز نگرانی کرد. البته وضعیت استان آذربایجان غربی در این گویندگان مناسب نیست که می تواند متأثر از بافت دوگانه قومی آن باشد. از حیث میل به مهاجرت هم، دو استان آذربایجان شرقی و اردبیل جزو استان هایی هستند که کمترین تمایل را به مهاجرت ابراز داشته اند؛ درعین حال استان زنجان با رتبه ۶ میل به مهاجرت، در مقابل این دو استان قرار دارد. البته

۱ - یوسفی، علی و احمدرضا اصغریور ماسوله (۱۳۹۲) نسبت میان هویت ملی و هویت قومی در ایران. ششمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران.  
 ۲ - باوجود شایع بودن به کارگیری اصطلاح آذری برای اشاره به ساکنان منطقه آذربایجان در ایران، این تعبیر از سوی فعالان ناسیونالیست این مناطق رد شده و آن را در قالب ادبیات ملی گرایی آریایی، تحقیر و توهین آمیز تلقی می کنند. در این نگاه، لفظ آذری حاوی دلالت های نژادی چون وابستگی دیرین آذربایجانی ها به نژاد آریایی و استحاله فرهنگی آن ها در اثر حمله اقوام تُرک آسیای میانه است که در ناسیونالیسم باستان گرای پهلوی، به خصوص در رساله هایی چون «آذری یا زبان باستان آذربایجان» (احمد کسروی، ۱۳۰۴) تئوریزه شده است.

بر اساس نتایج پیمایش «ارزش ها و نگرش های ایرانیان»، ۸۶,۵ درصد پاسخ دهندگان زنجان به پرسش تمایل به زندگی در خارج پاسخ منفی داده اند که بیشتر از میانگین کشوری (۸۲,۲ درصد) است. نکته جالب توجه درباره برآورد برخی پژوهش ها از وضعیت هویت ملی در میان استان های ترک نشین، برتری این متغیر در استان آذربایجان غربی به نسبت سایر استان هاست. حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۵)، آذربایجان غربی را در بُعد سیاسی و هویت ملی جزو استان های قوی کشور به شمار می آورند.

در میدان قومی کُرد، محمدزاده (۱۳۹۰) ۹۰ درصد پرسش شوندهگان را دارای قوم گرایی معرفی می کند که از این میان، ۶۶ درصد آن ها دارای قوم گرایی غلیظ هستند. پایان نامه ظهرابی (۱۳۸۹) در نتایج خود، بر رجحان هویت قومی کُرد بر هویت ملی در ابعاد سیاسی و فرهنگی اشاره دارد. رساله قادرزاده (۱۳۸۸) این نتایج را درخصوص رجحان هویت جمعی در میان قوم کُرد در نظر می گیرد؛ هویت قومی ۴۵,۵ درصد، هویت ملی ۲۴,۴ درصد و هویت جهانی ۳۰,۱ درصد. مروت (۱۳۸۳) در نظام رجحان هویتی، ارزشی، زبانی و اسم گذاری پرسش شوندهگان کُرد به این نتایج می رسد: رجحان هویت جمعی: قومی ۴۰ درصد، جهانی ۳۱ درصد، ملی ۲۹ درصد؛ رجحان ارزش ها: قومی ۴۵ درصد، جهانی ۳۴ درصد، ملی ۲۱ درصد؛ رجحان زبانی: قومی ۵۴ درصد، جهانی ۳۱ درصد، ملی ۱۵ درصد؛ رجحان اسم فرزندان: قومی ۵۴ درصد، ملی ۳۰ درصد، جهانی ۱۶ درصد. نتایج این تحقیق حاکی از این است که هویت قومی غلیظ در همه حوزه ها در بین پرسش شوندهگان وجود دارد. در کار چوبتاشی (۱۳۸۲) ضمن مفروض گرفتن قوم گرایی در بین قوم کُرد، بر تقاضای نگه داشت و تقویت عناصر فرهنگی قوم کُرد از سال ۷۸ تا ۸۲ تأکید شده است. در نهایت، قادرزاده (۱۳۸۱) بر قوم مداری ۵۶ درصدی کُردها اشاره دارد. مراجعه به پروژه های ملی درخصوص گویه های ناظر به هویت ملی، انطباق کمابیش نزدیکی را با پژوهش های بالا به خصوص در استان کردستان نشان می دهد. البته این نکته قابل ذکر است که نمره اکثریت افراد در همه استان ها به شخص افتخار به ایرانی بودن، بالا بوده و این رتبه پایین با نمره بالا بوده است.

جدول ۴: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان های کُردزبان

| استان    | افتخار به ایرانی بودن<br>(رتبه در کل کشور) | تمایل به مهاجرت به خارج<br>(رتبه در کل کشور) |
|----------|--|--|
| کردستان  | ۳۰   | ۲  |
| کرمانشاه | ۲۴   | ۱۰   |
| ایلام    | ۴  | ۲۳   |

(منبع: سنجش سرمایه اجتماعی کشور، موج ۱۳۹۳)

البته پیمایش «ارزش ها و نگرش های ایرانیان» حاکی از نتایج دیگری در این گویه است و پاسخ دهندگان استان کردستان با ۲۱ درصد، اندکی بالاتر از میانگین کشوری (۱۷,۸ درصد) تمایل به زندگی در خارج داشته اند. بر اساس نتایج جدول ۴، استان ایلام دقیقاً در برابر دو استان دیگر کرد نشین، جزو استان های شاخص از حیث افتخار کردن به ایرانی بودن و تمایل کم به مهاجرت است. در صورت پذیرش نتایج این جدول، که البته در تبیین نسبی با نتایج پیمایش «ارزش ها و نگرش های ایرانیان» است، این امر می تواند متأثر از عنصر مذهب باشد. تفاوت نوع بافت مذهبی این سه استان که مبتنی بر اکثریت اهل سنت در کردستان و شیعه در کرمانشاه به خصوص ایلام است، علی رغم اشتراکات زبانی و فرهنگی می تواند بخشی از تفاوت

معنی دار «هویت ملی» را در این سه استان کردنشین توضیح دهد. در همین راستا، مطالعه‌ای کیفی که به مقایسه رابطه مذهب و قومیت در میان کردهای سنی و شیعه ایران پرداخته است، بر نقش مذهب در تفاوت نگرش کردهای ایرانی به هویت ملی تأکید دارد (سراج زاده، قادرزاده و رحمانی، ۱۳۹۳). این مطالعه نشان می‌دهد که کردهای اهل سنت ضمن ارجح دانستن قومیت بر مذهب، علقه‌های ملی کمتری نسبت به کردهای شیعه ای دارند که به عدم تقابل مذهب و قومیت قائل اند و درعین حال بر هویت ملی تأکید دارند. درعین حال، تجربه تاریخی جنبش ناسیونالیسم کردی و تمرکز آن در منطقه کردستان می‌تواند بخشی از این تفاوت‌ها را تبیین کند.

با وجود پژوهش‌ها و نتایج پروژه‌های بالا در میدان قومی‌گرد، برخی تناقضات برجسته در آثار مرتبط با سنجش هویت ملی وجود دارد و می‌توان تحقیقاتی را مشاهده کرد که ادعای دیگری درباره هویت ملی در این منطقه دارند؛ حاجیانی (۱۳۹۵) میانگین حدود ۸۰ درصدی را برای هویت ملی دو استان کردنشین کردستان و کرمانشاه در نظر می‌گیرد. البته این اثر به قوی بودن هویت قومی در این دو استان نیز اشاره دارد (کرمانشاه ۷۶ درصد و کردستان ۸۰ درصد)؛ در مدل نظری آن، بین این دو هویت نه تنها تباینی وجود ندارد، بلکه مقوم یکدیگر نیز هستند.

در میدان قومی عرب، نواح و قیصری و تقوی نسب (۱۳۸۹) با اطلاق نمره ۲۷،۴۱ از ۳۵ به شهروندان عرب، هویت قومی غلیظی را برای آن‌ها در نظر می‌گیرند. در بررسی پورزیتانی (۱۳۸۸)، رجحان هویت جمعی قوم عرب شامل این مقادیر است: هویت قومی ۴۴ درصد، هویت ملی ۳۷ درصد و هویت جهانی ۱۹ درصد. کریم زاده (۱۳۸۸) بر روند روبه رشد جنبش قومی در بین اعراب خوزستان تأکید دارد و تقوی نسب (۱۳۸۶) نشان می‌دهد که میزان گرایش‌های قوم‌گرایانه در بین قوم عرب ایرانی تقریباً دو برابر هویت ملی است و هویت قومی و ملی رابطه‌ای معکوس با یکدیگر دارند و با افزایش هویت قومی، میزان هویت ملی فرد کاهش می‌یابد. در سایر آثار (لهسایی زاده و مقدس و تقوی نسب، ۱۳۸۸) نیز به چنین رابطه معکوسی اشاره شده است. البته ذیل فرضیه تناقضات نتایج تجربی در مطالعات هویت، می‌توان به آثاری اشاره کرد که بر انطباق و همبستگی مثبت هویت ملی و هویت قومی در میان اعراب خوزستان تأکید دارند (اکوانی، ۱۳۸۷). پروژه‌های ملی به نوعی دعاوی عمده پژوهش‌های مطرح شده درخصوص بالا بودن گرایشات قومی در استان خوزستان و پایین بودن هویت ملی در این استان را تأیید می‌کنند.

جدول ۵: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در استان‌های عرب‌زبان

| استان                     | افتخار به ایرانی بودن<br>(رتبه در کل کشور) | تمایل به مهاجرت به خارج<br>(رتبه در کل کشور) |
|---------------------------|--|--|
| خوزستان (فارس و عرب و لر) | ۳۱   | ۴  |
| هرمزگان (فارس و عرب)      | ۵  | ۲۹   |

(منبع: سنجش سرمایه اجتماعی کشور، موج ۱۳۹۳)

نکته جالب توجه جدول ۵، وضعیت کاملاً متباین دو استان عرب نشین خوزستان و هرمزگان در دو گویه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور است. به این اعتبار، درحالی که استان خوزستان کمترین افتخار را به ایرانی بودن در کل کشور داراست، استان هرمزگان (که عرب نشین زیادی دارد)، جزو ۵ استان برجسته از حیث افتخار بالا به هویت ملی است. در همین راستا، خوزستانی‌ها جزو ۴ استانی هستند که بیشترین تمایل را به مهاجرت به خارج

از کشور دارند و در مقابل، هرمزگانی ها در پایین ترین رتبه اند. مشابه بسیاری از موارد، پیمایش «ارزش ها و نگرش های ایرانیان» نتایجی غیر از جدول ۵ را نشان می دهد که در آن، میل به زندگی در خارج از کشور در استان خوزستان تاحدودی با میانگین کشوری برابر است و تمایل زیادی به مهاجرت در آن مشاهده نمی شود.

در میدان قومی بلوچ، نتایج تحقیق حسین بر (۱۳۸۰) حاکی از غلبه بی‌اعتنایی به هویت ملی در نزد دانشجویان بلوچ است. نگرش منفی به هویت ملی نزد دانشجویان بلوچ ۵,۸ درصد، نگرش بی‌اعتنا ۵۹,۱ درصد و نگرش مثبت ۳۵,۱ درصد اعلام شده است. رساله کاویانی راد (۱۳۸۱) هم بر میزان بیشتر روابط عمیق درون قومی به نسبت روابط برون قومی در میان قوم بلوچ تأکید دارد. در نمونه مشابه دیگر، رساله میرزایی (۱۳۹۰) بیشترین نمره قوم گرایی در بین اقوام ایرانی را به قوم بلوچ نسبت می دهد. در برابر، حاجیانی (۱۳۹۵) بر غلبه هویت ملی (۸۵,۵ درصد) بر هویت قومی (۶۵,۳ درصد) و حتی هویت دینی (۶۷,۵ درصد) در استان سیستان و بلوچستان - که حدود ۶۵ درصد جمعیت آن، بلوچ است - تأکید دارد. پیمایش «سنجش سرمایه اجتماعی کشور»، مطابق جدول ۶، در هر دو گویه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور، وضعیت کمابیش پائینی را برای «هویت ملی» در استان سیستان و بلوچستان متصور است. البته توجه به این نکته ضروری است که نتایج این جدول برای کل استان، با ترکیب دوگانه سیستانی و بلوچی در نظر گرفته شده است.

جدول ۶: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در میدان قومی بلوچ

| استان             | میدان قومی  | افتخار به ایرانی بودن | تمایل به مهاجرت به خارج |
|-------------------|-------------|-----------------------|-------------------------|
| سیستان و بلوچستان | فارس و بلوچ | ۲۲                    | ۷                       |

(منبع: سنجش سرمایه اجتماعی کشور، موج ۱۳۹۳)

در میدان قومی ترکمن، برخی متون پژوهشی تلاش کرده اند تا از طریق سنجش میزان هویت ملی و هویت قومی، رابطه آن ها را با یکدیگر به آزمون بگذارند. رضایی، ریاحی و سخاوتی فر (۱۳۸۶) نشان می دهند که ترکمن ها نه تنها گرایش بالایی به هویت قومی دارند بلکه تمایل به هویت ملی نیز در بین آن ها بالاست و بین این دو، همبستگی بالایی وجود دارد. در مقابل، نتایج پژوهش حاجیانی (۱۳۸۷) حاکی از این است که در میان ترکمن ها رابطه معنی داری بین ابعاد فرهنگی و اجتماعی قومیت با ملیت وجود ندارد و درعین حال در میدان قومی ترکمن میان ابعاد سیاسی قومیت با ابعاد سیاسی هویت ملی رابطه معکوسی مشاهده می شود. براساس اطلاعات پروژه «سنجش سرمایه اجتماعی کشور» درخصوص هویت ملی شهروندان استان گلستانی که بخش عمده آن ها ترکمن هستند، بیشترین گرایش به مهاجرت به خارج از کشور در این استان وجود دارد و افتخار به ایرانی بودن نیز در آن به نسبت بسیار پائین است و جزو ۶ استان شاخص از حیث افتخار کم به شمار می آید.

جدول ۷: رتبه افتخار به ایرانی بودن و تمایل به مهاجرت به خارج از کشور در میدان قومی ترکمن

| استان  | میدان قومی | افتخار به ایرانی بودن | تمایل به مهاجرت به خارج |
|--------|------------|-----------------------|-------------------------|
| گلستان | ترکمن      | ۲۶                    | ۱                       |

(منبع: سنجش سرمایه اجتماعی کشور، موج ۱۳۹۳)



این در حالی است که در پیمایش «ارزش ها و نگرش های ایرانیان»، پاسخ دهندگان استان گلستان کمترین تمایل را به زندگی در خارج از کشور ( ۹۱,۴ درصد) و داشتن تابعیت و گذرنامه کشوری غیر از ایران (۹۱,۸ درصد) در بین همه استان ها از خود نشان داده اند. چنین تفاوت آشکاری در نتایج دو پروژه ملی که از سوی تیم تحقیقاتی و نهادی یکسان طراحی و عملیاتی شده است، می تواند اعتبار و روایی آن ها را مخدوش کند. البته متن حاضر فراتر از این دعوی، تناقضات این چینی را عمدتاً ناشی از محدودیت های مفهومی و عملیاتی مقوله هویت می داند. در همین منطق، از تناقضات آشکار نتایج دو پیمایش «ملی» مزبور، رتبه بندی متفاوت استان ها از حیث میل به مهاجرت است که به برخی از آن ها در بالا اشاره شد. در پیمایش «سنجش سرمایه اجتماعی کشور»، به ترتیب استان های گلستان، کردستان، البرز، خوزستان و تهران بیشترین تمایل را به مهاجرت دارند. در مقابل، در «پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان»، استان های البرز، فارس، تهران، مازندران و کردستان در صدر این رتبه بندی قرار دارند. هرچند در هر دو مورد، شاهد وجود استان های کردستان، تهران و البرز در ۵ رتبه اول هستیم؛ نتایج دو پروژه برآوردهای ناهمگونی را درخصوص استان های قومیتی خوزستان و گلستان داشته اند.

### نتیجه گیری

علی رغم اینکه در عمده پژوهش های دانشگاهی، قوم گرایی شدیدی در اکثر میدان های قومی نشان داده می شود، در تباین با انگاره حاکم بر این پژوهش ها، نتایج پیمایش های ملی جز در چهار مورد خاص -کردستان، خوزستان، آذربایجان غربی و سیستان و بلوچستان- در سایر موارد «شکاف» یا فاصله خاصی را از حیث پاسخ به گویه های «هویت ملی» و «پنداشت از برابری» با سایر مناطق ارائه نمی دهد.

## بخش دوم: اعتراضات خرداد ۱۳۸۵

تا اینجا می‌توان گفت که بر اساس پیمایش‌های ملی و استانی و منطقه‌ای، شاهد قوم‌گرایی افراطی شدیدی بین شهروندان و ازجمله در مناطق ترک‌نشین نیستیم. در ادامه بهتر است به دو پدیده پیردازیم تا ببینیم در استان‌های آذربایجان شرقی و غربی، وضعیت گرایش قومی چگونه است. در این بخش، از مصاحبه با برخی نخبگان قومی استفاده شده است. پدیده اول، اعتراضات خرداد سال ۱۳۸۵ است. کاریکاتور توهین‌آمیز روزنامه ایران، سبب تظاهرات گسترده در تبریز و بسیاری دیگر از مناطق ترک‌نشین شد و باعث کشته و زخمی شدن عده‌ای از معترضین در شهرهای نقده، ارومیه، تبریز، اردبیل و مشکین‌شهر شد. پس از انتشار کاریکاتور، دامنه اعتراضات علاوه بر شهرهای مختلف آذربایجان به تهران و سایر شهرهای داخلی ایران نیز کشیده شد. شماری از دانشجویان دانشگاه تهران در برابر درب اصلی کوی دانشگاه تهران تجمع کردند. این حادثه از جهات مختلف دارای اهمیت بود:

۱- در استان‌های ترک‌نشین، سابقه چنین اعتراضاتی و با این گستردگی در سطوح عمومی وجود نداشت. تجمعات مختلف و بروز احساسات بر محور ویژگی‌های قومی در زمان‌های انتخابات به‌خصوص انتخابات مجلس و در موارد محدود دیگر همچون تجمعات مربوط به قلعه بابک صورت می‌گرفت اما اعتراضاتی به این گستردگی و با چنین موضوعی در میان آذری‌ها بی‌سابقه بود. ۲- شیوه مدیریت بحران، نسبت به موضوعات پیشین و استان‌های دیگر بی‌سابقه بود. عذرخواهی وزیر ارشاد، بسته شدن روزنامه، دستگیری کاریکاتوریست و مقامات مسئول روزنامه و وارد شدن شخصیت‌های سیاسی طراز اول کشور برای آرام کردن مردم از موارد بی‌سابقه در مدیریت بحران بود. ۳- انعکاس خبری آن در رسانه‌های خارجی، به‌خصوص در سایت‌های قومی، نسبتاً زیاد بود و تحلیل‌ها و اظهارنظر زیادی را در خصوص مسائل قومی در ایران به طور کلی و در مورد آذری‌ها به‌صورت خاص به همراه داشت. ۴- برای اولین بار میان حرکت‌های دانشجویی با توده‌های مردم در موضوعات قومی هم‌سویی پدید آمد. اگرچه احساسات قومی در مناطق ترک‌نشین موجود بود، اما تمرکز و شدت آن بیشتر محدود به حلقه‌های دانشجویی بود. در این حادثه، دانشجویان توانستند بسیج توده‌ای پیرامون این موضوع به راه بیندازند. از این نظر، این حادثه نقطه عطفی در حرکت‌های دانشجویی استان‌های آذری و در سطوح کلی‌تر آن در روند قومیت‌گرایی دانشجویان مناطق قومی بود.

اکنون پرسش این است که این پدیده تا چه حد نشانگر هویت‌گرایی قومی افراطی بوده است؟ محققان نشان داده‌اند که انگیزه اعتراضات آذربایجان در خرداد سال ۱۳۸۵ به کاریکاتور روزنامه ایران، «ابراز هویت و اصلاح تصویر ذهنی از گروه قومی و مطالبات فرهنگی» بوده است.<sup>۱</sup> اعتراض به چیزی که از نظر معترضان، «شوونیسم فارس و نژادپرستی فارس‌ها<sup>۲</sup> علیه تورک‌ها» بوده است (تصویر ۱). در مصاحبه‌های که برای تهیه این گزارش با نخبگان ترک

۱- قاسمی، محمدعلی (۱۳۸۶) جنبش‌های جدید اجتماعی: مطالعه موردی آذربایجان. فصلنامه مطالعات راهبردی. سال دهم، شماره اول.

۲- البته ذکر این نکته لازم است که از نظر برخی، در ایران قومی به نام «فارس» وجود ندارد و این اصطلاح جعلی، از سوی قوم‌گرایان افراطی تورک و کرد ساخته شده است. به هر حال، «نخستین مرحله در پویایی قومی آن است که قوم به مثابه یک گروه واقعی یعنی جماعتی به رسمیت شناخته شده و آگاه به وجود خویش، شکل بگیرد و در نگاه دیگران و بیش از آن‌ها در نگاه خویش، از نیستی به هستی درآید» (برتون، ۱۳۸۴). قوم‌شناسی سیاسی، نشر نی ص ۱۰۲). فارسی‌زبان‌ها از دوشنبه تا بوشهر و از بخارا تا کرمان زندگی می‌کنند و بسیاری اوقات به دلیل اینکه زبانشان فارسی است، «فارس» نامیده می‌شوند. اما خودآگاهی قومی که نخستین مرحله شکل‌گیری یک گروه قومی است در میان فارسی‌زبان‌ها وجود ندارد. برای مثال اگر از یک اصفهانی یا شیرازی درباره هویتش پرسیده شود، خود را به عنوان «فارس» معرفی نمی‌کند بلکه خود را اصفهانی یا شیرازی معرفی می‌نماید. بنابراین فارسی‌زبان‌ها گروه قومی خاصی را تشکیل نمی‌دهند.

داشتیم، مسئله از نظر آن‌ها این بوده است که از نظر معترضان، این مرکز و فارس‌ها بوده‌اند که علیه آن‌ها نژادپرستی کرده‌اند درحالی‌که آن‌ها فقط خواستار توقف نژادپرستی و احترام و برابری فرهنگی بوده‌اند.



تصویر ۱: شعار مرگ بر شوونیسیم فارس در اعتراضات سال ۱۳۸۵ در تبریز

به گفته سجاد: «جامعه به یک‌باره نگران حفظ احترام و فرهنگ قومی و زبانی‌اش شد. احساس مردم تبریز و دیگر شهرها این بود که به آن‌ها توهین شده است. سال‌ها با جک ترکی، مردم ترک آزار دیده بودند و احساس توهین می‌کردند. با این اتفاق، این احساس تبعیض و تحقیر و ترک ستیزی که تصور می‌شد از ناحیه مرکز بر آن‌ها می‌رود به یک‌باره بروز کرد. مردم علیه نژادپرستی شعار می‌دادند نه اینکه بگویند نژاد ترک از دیگران برتر است.»



تصویر ۲: تصویری از روایت اعتراض به تبعیض و تحقیر فرهنگی از زبان ترک‌ها

علی می‌گوید: «از حدود دهه ۸۰، مردم علاقه بیشتری پیدا کردند که زبان ترکی را به بچه‌ها بیاموزند. همچنین نام‌های ترکی بر روی فرزندان‌شان بگذارند. علاقه به موسیقی محلی هم بیشتر شد. البته این روند نه فقط در استان‌های

ترک‌نشین بلکه در بین کردها، لرها و دیگر اقوام و شهرهای مختلف هم به وجود آمد. هم نتیجه جهانی شدن بود، هم نتیجه احساس تعلق بیشتری که مردم به هویت قومی و محلی شون پیدا کردند. از ناحیه مرکز هم احساس می‌کردند که این هویت خواهی محلی، نوعی تمایز به آن‌ها می‌دهد و به مرکز این پیام را می‌دهد که همه چیز قابل یکدست‌سازی نیست. سیاست فرهنگی دولت که مبتنی بر مرکزگرایی و شیعه‌گرایی بود (به‌ویژه برای مناطق سنی‌نشین) خوش‌آیند نبود. بنابراین در مناطق قومی - سنی، این احساس خطر بیشتر هم بود. در مناطق ترکی که دغدغه مذهب وجود نداشت، دغدغه زبان و دیگر المان‌های قومی و محلی بیشتر بود. اما همه این‌ها در روند زندگی روزمره به معنی پان‌ترکیسم نبود. بلکه به معنای هویت‌خواهی قومی و محلی بود؛ میل به تشخیص بود».

## بخش سوم: هواداری از تراکتورسازی

در این بخش سعی می‌شود تا هویت خواهی قومی در وجهی پدیداری یعنی تیم فوتبال تراکتورسازی تبریز مورد بحث قرار گیرد. آیا هواداری از تراکتورسازی در عام‌ترین معنای خود، نشانه‌ای از پانترکیسم<sup>۱</sup> دارد؟ برای پاسخ به این سؤال، در این بخش از گزارش محمد فکری در مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری استفاده شده است.<sup>۲</sup> این پژوهش حاصل حضور در شهرهای تبریز و اردبیل در روزهای ۱۰ تا ۲۲ خرداد ۱۳۹۴ و مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی در این دو شهر است. برای گردآوری داده‌های این گزارش علاوه بر عموم مردم با برخی از کارشناسان ادارات دولتی مرتبط در استان آذربایجان شرقی هم گفتگو شده است.

به گفته برخی از اهالی تبریز، تیم تراکتورسازی در سه فصل متوالی ۱۳۸۵-۱۳۸۴، ۱۳۸۶-۱۳۸۵ و ۱۳۸۷-۱۳۸۶ تا آستانه صعود از لیگ دسته یک به لیگ برتر فوتبال آمد ولی در سال ۱۳۸۵ در رده‌بندی نهایی سوم، سال ۱۳۸۶ در پلی آف حذف و در سال ۱۳۸۷ چهارم شد. عدم موفقیت تراکتورسازی در آخرین لحظات برای صعود به لیگ برتر فوتبال ایران باعث شد که به تدریج در بین مردم تبریز این اعتقاد شکل بگیرد که حکومت با اعمال نفوذ باعث می‌شود که تراکتورسازی نتواند به لیگ برتر صعود کند. طبق این روایت بدبینی مردم تبریز نسبت به رویکرد حاکمیت به تیم تراکتورسازی تقریباً از همان زمان شروع شد. هرچند در آن سال‌ها هنوز تراکتورسازی این میزان از هواداران را نداشت ولی بخشی از مردم تبریز که فوتبالی‌تر بودند از همان سال‌ها نسبت به عدم توفیق تراکتورسازی برای صعود به لیگ برتر فوتبال مشکوک شدند و آنرا قضیه‌ای سیاسی می‌دانستند.

طبق این روایت حکومت از همان سال‌ها نمی‌خواست تراکتورسازی وارد لیگ برتر فوتبال شود اما در سال ۱۳۸۷ اتفاقی رخ داد که این سیاست را تغییر داد. کارخانه تراکتورسازی مشمول اصل ۴۴ قانون اساسی شد و به اسم خصوصی‌سازی سهام آن به شرکت سرمایه‌گذاری مهر اقتصاد ایرانیان واگذار شد. این شرکت زیرمجموعه‌ی بانک مهر اقتصاد وابسته به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی بود. به دنبال واگذاری کارخانه‌ی تراکتورسازی به شرکت سرمایه‌گذاری مهر اقتصاد ایرانیان تیم فوتبال تراکتورسازی هم در اختیار سپاه قرار گرفت و از سال ۱۳۸۸ تاکنون سپاه پاسداران انقلاب اسلامی مالک باشگاه تراکتورسازی محسوب می‌شود. طبق این روایت وقتی سپاه مالک باشگاه تراکتورسازی شد این باشگاه که تا قبل از این به دلایل سیاسی به طرق مختلف از صعود به لیگ برتر فوتبال باز داشته می‌شد، پشتیبان بانفوذ و قدرتمندی در عرصه‌ی سیاسی به دست آورد که معادلات را به نفع این باشگاه تغییر داد.

طبق این روایت در فصل ۱۳۸۸-۱۳۸۷ که تیم تراکتورسازی در اختیار سپاه قرار گرفته بود همزمانی هفته‌های پایانی بازی‌های لیگ دسته یک با انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۸ دولت‌مردان دولت وقت را به این فکر انداخت که با برداشتن مانع سیاسی که در سال‌های قبل باعث عدم صعود تراکتورسازی به لیگ برتر فوتبال می‌شد از این صعود برای مقاصد انتخاباتی بهره‌برداری کنند، تا حدی که در دیدار پایانی تراکتورسازی در لیگ دسته یک که همراه با جشن صعود این تیم به لیگ برتر بود؛ علی‌آبادی رئیس وقت سازمان تربیت‌بدنی در ورزشگاه تبریز حاضر شد تا به هواداران

۱- پانترکیسم، سیمای فرهنگی قوم محوری است که توجه اش به ایجاد یک هویت سیاسی از طریق متحد کردن ترک زبان‌های منطقه است. پان ترکیسم، الگو و یا آرمان فرهنگی است که نتیجه آن به یک عقیده سیاسی منجر می‌شود که مبتنی بر اتحاد کلیه اقوام و ملل ترک نژاد آسیای مرکزی و قفقاز است.  
۲- فکری، محمد (۱۳۹۴) جامعه‌شناسی تیم تراکتورسازی. مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری.

تراکتور نشان دهد که دولت وقت حامی تیم تراکتورسازی است و این دولت مانع سیاسی حضور تراکتورسازی در لیگ برتر را برداشته است، در حالی که حضور رئیس سازمان تربیت بدنی در بازی‌های یک تیم باشگاهی دسته یک تا به حال سابقه نداشته است و این حضور تبلیغی برای دولت وقت همزمان با انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ بود. طبق این روایت، سپاه و دولت وقت اولین گروهی بود که از تیم تراکتورسازی برای اهداف سیاسی و کسب محبوبیت برای خود استفاده کرد و این تیم فوتبال را برای مقاصد سیاسی به زمین فرستاد.

### **سابقه رویکرد سیاسی به فوتبال در ایران**

البته باید اشاره کرد که این نگاه سیاسی به فوتبال حتی قبل از تراکتورسازی هم سوابقی در فوتبال ایران دارد. در چنین رویکردی دو تیم اول فوتبال ایران یعنی پرسپولیس و استقلال (تاج سابق) از همان بدو تاسیس در رژیم پهلوی با مقاصد سیاسی تاسیس شدند و ابزارهای حاکمیت برای پیشبرد اهدافش از طریق فوتبال بودند. تیم پرسپولیس نماد باستان گرایی و ایران پیش از اسلام بود و تیم تاج (استقلال فعلی) نماد شاهنشاه آریامهر بود. در آن سال‌ها نیز این دو باشگاه ابزارهای ایدئولوژیک رژیم وقت بودند. این نوع رویکرد به فوتبال ایران، سابقه‌ی سیاسی شدن فوتبال در ایران را به چندین دهه قبل‌تر و دوران شکل‌گیری تیم‌های پرسپولیس و تاج برمی‌گرداند.

در این رویکرد علاوه بر رژیم حاکم در پیش از انقلاب اسلامی؛ جریان‌های سیاسی مخالف آن رژیم هم از برخی تیم‌های فوتبال برای اهداف سیاسی خود استفاده کرده‌اند. در سال‌های پیش از انقلاب اسلامی که باشگاه‌های فوتبال هنوز حرفه‌ای نشده بودند و مالکین اغلب باشگاه‌های فوتبال آن دوران صنایع بزرگی چون فولاد و ذوب آهن اصفهان، نفت آبادان، نفت مسجدسلیمان و ... بودند؛ بازیکنان این تیم‌ها کارگران همین کارخانه‌ها بودند که در کنار کارگری این کارخانه‌ها در تیم‌های فوتبال همان کارخانه‌ها هم بازی می‌کردند. جریان‌های سیاسی چپ آن دوران که کارگران در ایدئولوژی آنها جایگاه ویژه‌ای داشتند، با وجودی که فوتبال را نوعی تفریح سرمایه‌دارانه می‌دانستند، از این تیم‌های فوتبال کارگری برای اهداف سیاسی خود استفاده می‌کردند، برای مثال هر پیروزی یکی از این تیم‌های کارگری بر تیم تاج در زمین مسابقه فوتبال را به مثابه پیروزی طبقه کارگر بر تاج و تخت پادشاهی تلقی می‌کردند.

### **تبریز و تراکتورسازی پس از انتخابات ۱۳۸۸**

روایتی که صعود تراکتورسازی به لیگ برتر را حاصل اراده سیاسی سپاه و دولت وقت می‌داند، آرامش نسبی تبریز در روزهای پر آشوب پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ را هم یکی از شواهد مدعای خود ذکر می‌کند. طبق این روایت در آن سال که بسیاری از شهرهای ایران شاهد اعتراض به نتایج انتخابات بود، تبریز برخلاف سابقه تاریخی و شهرت‌اش به پیشرو بودن در اعتراضات سیاسی آرامش نسبی داشت و اعتراضات چندانی در آن علیه نتایج انتخابات شکل نگرفت. این روایت معتقد است که مدیریت حساب‌شده‌ی فضای عمومی تبریز باعث شد که در آن سال دغدغه‌ی اول مردم تبریز به جای انتخابات، تراکتورسازی باشد و به جای آنکه نماد سبز در تبریز فراگیر شود این قرمز تراکتوری بود که نماد غالب در تبریز شد. این روایت معتقد است که در سال ۱۳۸۸، دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی با عدم مداخله در مقابل تحرکات جریان‌های قوم‌گرا باعث شدند که فعالان قومی، تراکتور را تبدیل به مسئله اول مردم تبریز کنند تا از این طریق افکار عمومی تبریزی‌ها را از انتخابات به سمت فوتبال سوق دهند. طبق این روایت، دستگاه‌های امنیتی

ترجیح دادند که تبریز از طریق تراکتورسازی به سمت خواسته‌های قومی کشیده شود تا اینکه به جریان سیاسی جنبش سبز ملحق شود. طرح خواسته‌های قومی از طریق بازی‌های تراکتورسازی باعث می‌شد که افکار عمومی تبریز به سمت خواسته‌های جذاب قومی سوق پیدا کند که مانع همراهی آنها با جنبش سبز می‌شد. این روایت برای تأیید مدعای خود از برخی اتفاقات در ورزشگاه تبریز در حین بازی‌های تراکتورسازی مثال می‌زند، در سال ۸۸ وقتی به صورت محدود برخی از شعارهای جنبش سبز در حین بازی‌های تراکتورسازی توسط تماشاگران اصلاح طلب فریاد زده می‌شد، بلافاصله برخی لیدرهای باشگاه تراکتورسازی جمعیت را تشویق به فریاد زدن این شعار می‌کردند: «نه ساغچی یام، نه سؤلچی، میلتهچی ام میلتهچی» [نه راستم، نه چپ، ملتچی هستم ملتچی].<sup>۱</sup> این روایت معتقد است تمام لیدرهای تماشاگران در سکوهای ورزشگاه به دقت توسط مالک باشگاه انتخاب می‌شوند و شعارهایی هم که باید در مواقع لزوم فریاد زده شود از قبل با آنها هماهنگ می‌شود و این شعار هم ابزاری برای جلوگیری از طرح شعارهای جنبش سبز در ورزشگاه و فضای عمومی تبریز بود. این روایت معتقد است ترویج گفتمان قومیت‌گرا از طریق تراکتورسازی با سکوت و رضایت نسبی نهادهای امنیتی در تبریز پیش برده شد تا گفتمان جنبش سبز در روزهای پرآشوب سال ۸۸ در تبریز فراگیر نشود. این روایت معتقد است حتی فراتر از سال ۸۸ و مسئله تراکتورسازی اساساً ترویج گفتمان قوم‌گرایی مسیری برای سیاست‌زدایی از تبریز است، چرا که تبریز در تاریخ یک قرن اخیر ایران همیشه به پیشرو بودن در آزادی‌خواهی و دموکراسی‌خواهی شهره بوده و با انحراف افکار عمومی تبریز به سمت مسائل قومی در مجموع جریان دموکراسی‌خواهی در ایران تضعیف می‌شود.

هرچند شاید این نظریه کاملاً با واقعیت انطباق نداشته باشد و بیشتر دایمی جان ناپلئونی باشد ولی این امر که در سال‌های نخست حضور تراکتورسازی در لیگ برتر فوتبال و در جریان طرح شعارهای قوم‌گرایانه در سکوهای ورزشگاه چندان اقدامی برای مقابله با طرح اینگونه شعارها انجام نمی‌شد، تقریباً رنگی از واقعیت دارد. شاید دلیل این امر همان باشد که در سطور بالا ذکر شد و یا ممکن است به دلیل غافلگیری نهادهای امنیتی و ناتوانی آنها در مقابله با آن باشد و یا شاید این امر باشد که در آن روزها چون جنبش سبز بحران اول امنیتی کشور بود، تمرکز نهادهای امنیتی برای مدیریت سبزه‌ها بود تا قرمزهای تراکتوری. در هر حال باید گفت که در سال ۱۳۸۸ چندان اقدام موثری برای جلوگیری سیاسی شدن سکوهای تماشاگران تراکتورسازی نشد و با استفاده از این فرصت چرخ‌های تراکتورسازی به سمت سیاسی شدن چرخید.

### شبکه‌ی رسانه‌ای تراکتورسازی

از مهم‌ترین تفاوت‌های تراکتورسازی با سایر تیم‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال ایران قدرت و کثرت رسانه‌های این تیم است. قدرت و کثرتی که حتی از دو تیم اول فوتبال ایران یعنی پرسپولیس و استقلال هم بیشتر است، به حدی که می‌توان عنوان شبکه‌ی رسانه‌ای را برای توصیف آن به کار برد. بخش عمده‌ای از قدرت و اهمیت تراکتور در بازنمایی رسانه‌ای آن است. بدون شبکه‌ی رسانه‌ای پشتیبان این تیم؛ تراکتورسازی پس از پایان هر بازی فوتبال تمام می‌شد و چیزی فراتر از آنچه که در ورزشگاه دیده می‌شود نبود. وقتی سوت پایان بازی‌های تراکتور زده می‌شود، ۱۱ بازیکن آن

۱- «ملتچی» واژه‌ای است که جریان‌های قوم‌گرای آذربایجان برای توصیف خودشان به کار می‌برند. مخالفان این جریان‌ها معمولاً آنها را با نام پان‌ترکیست، تجزیه‌طلب و امثالهم خطاب قرار می‌دهند ولی خود این جریان‌ها عنوان «ملتچی» را برای خود می‌پسندند و به کار می‌برند.

از میدان خارج می‌شوند ولی هزاران هوادار و رسانه‌های همراه این تیم تازه پا به میدان می‌گذارند. تراکتوری‌ها از ابزارهای رسانه‌ای استفاده‌ی بهینه‌ای می‌کنند و همین بازنمایی و قدرت رسانه‌ای تیراخور است که آنرا تاثیرگذار و تبدیل به پدیده‌ای سیاسی و اجتماعی کرده است. شبکه‌ی رسانه‌ای همراه با تراکتور را می‌توان به شرح زیر نام برد:

۱. **سایت‌ها و وبلاگ‌های جریان‌های قوم‌گرا:** این گروه از رسانه‌ها بیشتر با انگیزه‌های سیاسی و سوق دادن تراکتورسازی به سمت اهداف مدنظر خود به پوشش رسانه‌ای این تیم می‌پردازند. آنچه که بیشتر در این رسانه‌ها منعکس می‌شود شعارها، پلاکاردها و مطالبات قومی است که بر روی سکوه‌های این تیم مطرح می‌شود. صدها وبلاگ و سایت آذری را می‌توان یافت که تراکتور را ابزاری برای بیان هویت ملی ترک‌های ایران ترسیم می‌کنند. علاوه بر جریان‌های قوم‌گرای آذری، برخی از رسانه‌های جریان قوم‌گرای عربی نیز با چنین هدفی به پوشش رسانه‌ای تراکتورسازی می‌پردازند. این رسانه‌ها به نوعی سعی در استفاده از روش‌های اعتراضی هواداران تراکتورسازی در خوزستان دارند که اتفاقات چند ماه اخیر موید آن است که تا حدی هم موفق بوده‌اند. به دلیل مناقشاتی که بین جریان‌های تجزیه‌طلب ترک و کرد در مورد مناطق کردنشین ترکیه و استان آذربایجان غربی وجود دارد به نظر نمی‌رسد که اتحاد رسانه‌ای مشابه آنچه که بین فعالان قومی آذری و عرب ایجاد شده، بین فعالان قومی آذری و کرد ایجاد شود.

۲. **گونا<sup>۱</sup> TV:** این کانال ماهواره‌ای از اصلی‌ترین رسانه‌های جریان تجزیه‌طلب آذری است که از آمریکا پخش می‌شود. پخش کلیپ‌ها و آهنگ‌هایی حماسی درباره تراکتورسازی و نیز شعارهایی که در بازی‌های تراکتورسازی گفته می‌شود از مهم‌ترین اقدامات این کانال است. با وجود وقت زیادی که این کانال برای تراکتورسازی اختصاص می‌دهد، نسبت به کانال‌های تلویزیون جمهوری آذربایجان و ترکیه بینندگان کمتری بین آذری‌های ایران دارد ولی در مواقع خاصی این کانال می‌تواند تاثیرگذاری و بینندگان بیشتری داشته باشد نظیر اعتراضات خرداد ۱۳۸۵ علیه کاریکاتور روزنامه ایران.

۳. **نشریات و سایت‌های خبری محلی:** این مجموعه از رسانه‌ها هم به دلیل محبوبیت تراکتورسازی نزد آذری‌های مناطق مختلف کشور به پوشش رسانه‌ای اخبار تراکتورسازی می‌پردازند. این رسانه‌های محلی شامل استان‌های آذربایجان شرقی و غربی، اردبیل و زنجان می‌شود و کمتر رویکرد قوم‌گرایانه و اهداف سیاسی در پرداختن به تراکتورسازی دارند.

۴. **نشریات و رسانه‌های سراسری:** حاشیه‌های فراوان، اتفاقات پیرامونی جذاب، شور و شوق تماشاگران و حضور تراکتورسازی در رده‌های بالای لیگ برتر باعث می‌شود که اخبار آن برای رسانه‌های سراسری هم جذاب باشد. در واقع این رسانه‌ها بیشتر به دلیل جذابیت حاشیه‌های تراکتور به آن می‌پردازند و علاوه بر اینکه بر فروش محصول رسانه‌ای خود می‌افزایند بر حضور رسانه‌ای تراکتور هم دامن می‌زنند. این رسانه‌ها گهگاه هم از شعارها و اقدامات تجزیه‌طلبانه در بازی‌های تراکتور انتقاد می‌کنند که با پاسخ‌های تند رسانه‌های قوم‌گرا مواجه می‌شوند.

۱- گونا<sup>۱</sup> مخفف عبارت ترکی «گونی آذربایجان» به معنای آذربایجان جنوبی است. آذربایجان جنوبی عنوانی است که جریان‌های تجزیه‌طلب برای اشاره به مناطق آذری‌نشین ایران به کار می‌بردند. این جریان همچنین اصرار دارند که آذربایجان را «آذربایجان» بنویسند.



۵. **رسانه‌های جمهوری آذربایجان و ترکیه:** محبوبیت بالای تراکتور نزد ترک‌های ایران، حاشیه‌های سیاسی آن و تلاش‌های قوم‌گرایان برای برقراری ارتباط بین ترک‌های ایران، جمهوری آذربایجان و ترکیه باعث شده که تراکتورسازی رفته رفته مورد توجه رسانه‌های این دو کشور هم قرار بگیرد. در سایت‌های هواداران تراکتورسازی کلیپ‌های متعددی را می‌توان یافت که در آن رسانه‌های ترکیه و جمهوری آذربایجان به تراکتورسازی پرداخته‌اند. وجود ماهواره در خانه‌های درصد قابل توجهی از مردم ایران و مشاهده‌ی کانال‌های این دو کشور در مناطق آذری‌نشین هم باعث می‌شود که بسیاری از اخبار تراکتور از این طریق مطلع شوند.

۶. **شبکه‌های اجتماعی:** تاثیر روزافزون شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و موبایلی باعث شده که تراکتوری‌ها هم از این ابزار استفاده زیادی ببرند. تفاوت مهم این رسانه با سایر رسانه‌ها در دسترسی راحت‌تر و سرعت انتقال سریع آن است. همچنین امکان مشارکت مخاطبان در تولید محتوای این رسانه‌ها باعث تاثیرگذاری و افزایش مخاطبان آن می‌شود. صدها گروه را می‌توان یافت که در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و موبایلی هواداران تراکتور برای تیم محبوبشان برپا کرده‌اند. از محتواهای متفاوت این شبکه‌ها اشتراک عکس‌ها و ویدئوهایی است که حضور پرچم و شعارهای تراکتور را در کشورهای مختلف نشان می‌دهد. ایرانیان خارج از کشوری که در نقاط مختلف دنیا با پرچم و شعارهای تراکتور عکس می‌اندازند از طریق این شبکه‌های اجتماعی حضور تراکتور در سراسر دنیا را بیان می‌کنند، تصاویری از پرچم تراکتور در جام جهانی برزیل، بازی بارسلونا و رئال مادرید، لیگ برتر انگلیس و ... از جذاب‌ترین محتواهایی است که در این شبکه‌ها منتشر شده و بلافاصله توسط سایر رسانه‌های تراکتوری باز نشر شده است.

۷. **سایت‌های اشتراک ویدئو:** این قبیل سایت‌ها هم نقش مهمی در اشاعه تراکتوربسم داشته‌اند. در سایت‌هایی نظیر یوتیوب، آپارات، نماشا، کلیپ‌نما و ... هواداران تراکتور به راحتی فیلم‌های تراکتور را بارگذاری می‌کنند. هزاران فیلم از بازی، تماشاگران، شعارها، پلاکاردها، نمائنگ‌ها و حاشیه‌های تراکتورسازی در این سایت‌ها قابل مشاهده است که به منزله آرشیو تصویری تراکتورسازی در هر زمان و مکانی برای همه در دسترس هستند. سایت یوتیوب به عنوان برترین سایت اشتراک ویدئو در جهان علیرغم فیلتر بودنش در ایران هزاران فیلم از تراکتور و حاشیه‌های آن دارد که به زبان‌های مختلف بارگذاری شده و هزاران بار دیده شده‌اند.

۸. **رسانه‌های بین‌المللی:** ابعاد سیاسی تراکتور باعث شده که این تیم مورد توجه رسانه‌های بین‌المللی قرار گیرد. اغلب این رسانه‌ها به شعارهای جدایی‌طلبانه‌ی مطرح شده در بازی‌های تراکتور اشاره کرده‌اند و در بازی‌های آسیایی تراکتور که رسانه‌های بین‌المللی حضور دارند، شعارهای سیاسی-اجتماعی هواداران این تیم از چشم و گوش آنها دور نمی‌ماند. اتفاقات عجیب بازی نفت و تراکتور هم که باعث شهرت جهانی تراکتور شد و این تیم را به صفحه اول اخبار یاهو و روزنامه‌هایی چون گاردین آورد بیش از پیش به بازنمایی رسانه‌ای تراکتور کمک کرد. در ادامه توضیح داده می‌شود که طرفداران تراکتور و فولاد خوزستان چگونه از بازی‌های آسیایی تیم‌شان برای جلب توجه رسانه‌های بین‌المللی استفاده کرده‌اند. تا به حال سابقه نداشته است که یک تیم فوتبال باشگاهی ایران اینگونه مورد توجه رسانه‌های غیرورزشی جهان قرار گیرد.

۹. **سفیران هوادار:** در هر بازی تراکتور به خصوص بازی‌های حساس این تیم هزاران هوادار از شهرها و روستاهای مختلف ایران برای تشویق تراکتورسازی به ورزشگاه می‌آیند. این هواداران به هنگام رفت و برگشت از

دیارشان با پرچم، شعار و نمادهای تراکتور و اغلب به صورت گروهی و با هیاهوی تراکتوری می‌آیند و می‌روند. اینها سفیران شهرها و روستاهای خود هستند که پس از بازگشت به دیارشان از دیده‌ها و شنیده‌های خود در ورزشگاه برای دوستان و نزدیکانشان می‌گویند و آنها را تشویق می‌کنند که در بازی‌های بعدی همسفر آنها شوند. اینها همان‌هایی هستند که تبلیغات چهره به چهره برای تراکتور انجام می‌دهند و عکس‌ها و ویدئوهای تولیدی خودشان را در شبکه‌های اجتماعی و بین دوستانشان باز نشر می‌کنند. به جرات می‌توان ادعا کرد که نیمی از هواداران تراکتور در بازی‌های این تیم از شهرهایی غیر از تبریز به ورزشگاه می‌آیند. برای مثال در بازی نفت و تراکتور طبق اعلام رسانه‌ها حدود ۱۵۰ اتوبوس از اردبیل هواداران این تیم را به تبریز آورده بود.<sup>۱</sup>

**۱۰. برنامه نود:** عادل فردوسی‌پور و برنامه متمایزش را می‌توان اصلی‌ترین رسانه‌های دانست که در همان روزهای نخست بازگشت تراکتور به لیگ برتر در سال ۱۳۸۸ تفاوت‌های این باشگاه با سایر باشگاه‌های ایرانی را کشف کرد. پس از گزارش‌های ویژه‌ای که برنامه نود از تبریز نشان داد سایر رسانه‌های سراسری متوجه پدیده‌ی تراکتور و هوادارانش شدند. پس از گذشت حدود ۶ سال از نخستین اشاره‌های ۹۰ به هواداران تراکتور همچنان این برنامه در اغلب برنامه‌هایش در کنار تیم تراکتور به هواداران تراکتور هم می‌پردازد. ۹۰ به خوبی می‌داند که تراکتور بدون هواداران منحصر به فردش چندان فرقی با سایر تیم‌های ایرانی نخواهد داشت و مهم‌تر از تیم تراکتورسازی؛ هواداران تیراکتور هستند. بسیاری از مشکلات فنی و فضایی ورزشگاه تبریز، قضاوت‌های اشتباه داوران در بازی‌های تراکتور، نمایش شعارهای ترکی هواداران در تلویزیون، شادی‌های همراه با موسیقی و رقص آذری بازیکنان و تماشاگران تراکتور و بسیاری دیگر از ابعاد غیرفوتبالی تراکتور که در صداوسیما تابو محسوب می‌شود در برنامه ۹۰ نشان داده شده است. پس از بازی جنجالی نفت و تراکتور هم سایت رسمی برنامه ۹۰ شوخی تصویری ارسالی هواداران تراکتورسازی مبنی بر حضور مدیران فدراسیون فوتبال و داور بازی در جشن قهرمانی سپاهان را منتشر کرد که در زیر آن نوشته شده بود «جشن قهرمانی فدراسیون فوتبال سپاهان». همچنین در برنامه ۹۰ بود که گفته شد اولین کسانی که خبر دروغ تساوی ۲-۲ سپاهان و سایپا را در ورزشگاه تبریز پخش کردند تعدادی بیسیم به دست بودند. همین اصطلاح «بیسیم به دست‌ها» کافی بود تا سایر رسانه‌های تراکتوری برای اثبات سیاسی و تعمدی بودن ناکامی تراکتورسازی مدرکی بیابند و رسانه‌های جریان قوم‌گرا هم بیسیم به دست‌ها را همان نیروهای امنیتی معرفی کنند. مجموع این ابزارهای رسانه‌ای نشان‌گر آن است که بخش مهمی از پدیده شدن تراکتورسازی مدیون رسانه‌هایی است که هر یک با انگیزه‌ها و شیوه‌های مختلفی آنرا بازنمایی و بازتولید می‌کنند. تصویرهایی که این شبکه رسانه‌ای از تراکتور ارائه می‌دهند آنچنان جذاب و متنوع است که حتی افراد بی‌میل به فوتبال را هم به سمت تراکتور می‌کشاند. حتی رسانه‌ها و افرادی هم که مخالف حرکت‌های سیاسی هواداران تراکتور هستند با رسانه‌ای کردن مخالفت خود به عرضه اندام رسانه‌ای تراکتور مدد می‌رسانند.

<sup>۱</sup> در ادامه با تشریح یکی از جنجالی‌ترین اقدامات سیاسی انجام شده در بازی‌های تراکتور نشان خواهیم داد که از ۲۲ هوادار دادگاهی‌شده‌ی تراکتور فقط ۶ نفر آنها تبریزی هستند و مابقی از سایر شهرهای آذربایجان در ورزشگاه حاضر شده بودند.

## تبدیل تراکتورسازی به «تیراخور»

همانگونه که ذکر شد تا قبل از سال ۱۳۸۸ و بازگشت تیم تراکتورسازی به لیگ برتر فوتبال این تیم چندان تفاوتی با سایر تیم‌های فوتبال ایران نداشت و حتی در خود تبریز هم در سایه‌ی تیم ماشین‌سازی قرار داشت و تیم دوم این شهر محسوب می‌شد اما چه شد که این تیم پدیده‌ای فراتر از یک تیم فوتبال شد؟

پاسخ این سوال را باید نه در خود تیم تراکتورسازی بلکه در تفاوت هوادارانش جست. همان هوادارانی که از همان ابتدا با اصرار بر تلفظ ترکی اسم تراکتور یعنی «تیراخور» نشان دادند که این «تیراخور» از نظر آنها با تراکتوری که قبلاً در لیگ دسته یک فوتبال بازی می‌کرد تفاوت‌هایی دارد. این هواداران تراکتور بودند که آنرا تبدیل به «تیراخور» کردند و گرنه ماهیت فوتبالی تیم تراکتورسازی عوض نشده بود؛ اما چرا هواداران این تیم تاکید دارند که تراکتور را «تیراخور» خطاب کنند؟ ساده‌ترین پاسخ آن است که تلفظ ترکی<sup>۱</sup> این واژه برای هوادارانش که به همان زبان سخن می‌گویند راحت‌تر از تلفظ فارسی تراکتور است، پاسخ دیگر آن است که میلتچی‌ها یا جریان‌ات قوم‌گرا می‌گویند. آنها می‌گویند همیشه ترک‌های ایران به دلیل لهجه و ضعف‌شان در تلفظ واژگان فارسی مورد تمسخر فارس‌ها و رسانه‌های عمومی به خصوص صداوسیما قرار گرفته‌اند و به دلیل این فضا سعی در پنهان کردن لهجه‌ی خود و شرم از ترکی صحبت کردن در عرصه‌ی رسمی و عمومی داشته‌اند ولی با اصرار بر تلفظ ترکی تراکتور به نوعی هویت قومی و زبانی خود را با افتخار و غرور بیان می‌کنند و از اینکه لهجه‌شان مورد استهزا قرار گیرد هیچ واهمه‌ای ندارند، یعنی «تیراخور» گفتن در واقع همان شعار «من ترک هستم» گفتن است. اگر این تفسیر قوم‌گرایان از واژه‌ی تیراخور را بپذیریم بخشی از ابعاد غیرفوتبالی باشگاه تراکتورسازی نمایان می‌شود.

## شعارهای هواداران تیراخور

در فضای ورزشگاه‌های ایران اگرچه فحاشی به داور، مربی، بازیکنان و هواداران تیم مقابل امری مرسوم است ولی بیان شعارهایی سیاسی-اجتماعی که ارتباطی با فوتبال ندارند از دیگر ویژگی‌های خاص هواداران تراکتورسازی است. بیان همین شعارهای سیاسی-اجتماعی است که بیش از هر چیز تیم تراکتورسازی را سیاسی-امنیتی کرده است. تا قبل از بازگشت تراکتورسازی به لیگ برتر فوتبال در سال ۱۳۸۸ چندان خبری از اینگونه شعارها بر روی سکوهای تراکتورسازی نبود ولی از سال ۱۳۸۸ شعارهای سیاسی تندی از سکوهای تراکتورسازی شنیده شد، پلاکاردهای متعددی حاوی شعارهای قوم‌گرایانه در روی سکوها افزاشته شد و پرچم کشورهای چوون ترکیه، جمهوری آذربایجان و کشور خودساخته‌ی آذربایجان جنوبی<sup>۲</sup> در دست هواداران تیراخور به چشم آمد. برخی از این شعارها عبارتند از:

<sup>۱</sup> اسم زبانی که مردم آذربایجان به آن تکلم می‌کنند از مهم‌ترین مناقشاتی است که بین جریان‌های قوم‌گرا و جریان مقابل آنها وجود دارد. قوم‌گرایان اسم این زبان را «ترکی» می‌نامند و جریان مقابل آنها اصرار دارد آنرا «آذری» بنامد. مناقشات تاریخی و زبان‌شناختی بسیاری پشت استدلال هردو طرف وجود دارد. این دو واژه به اندازه‌ای برای هردو جریان مهم است که با صرف به کار بردن یکی از آنها طرفداری گوینده از هر یک از طرفین مناقشه آشکار می‌شود. برخی هم بدون اطلاع از تفاوت بنیادین این دو واژه آنها را به یک معنی به کار می‌برند. یکی از تفاوت‌های این دو واژه هم این است که اکثر مردم ایران (فارغ از زبان مادری و قومیت خودشان) بیشتر واژه ترکی را برای نامیدن این زبان به کار می‌برند ولی رسانه‌های رسمی و مقامات دولتی در نوشتارها و سخنان‌شان بیشتر واژه آذری را به کار می‌برند. گویی که آذری اسم رسمی و غیررایج این زبان و ترکی اسم غیررسمی ولی رایج‌تر این زبان است. در این پژوهش هم برای اجتناب از طرفداری از هریک از طرفین مناقشه به تناوب واژگان آذری و ترکی هردو به یک معنی به کار رفته‌اند و استفاده از یکی از این دو واژه به معنی جانبداری از تفکر خاصی نیست.

<sup>۲</sup> کشور آذربایجان جنوبی اسمی است که تجزیه‌طلبان برای مناطق آذری‌نشین ایران به کار می‌برند، نقشه‌های متعددی توسط این جریان‌ها ترسیم شده است که شامل استان‌های آذربایجان غربی، شرقی، اردبیل، زنجان، قزوین و بخش‌هایی از استان‌های تهران، البرز، گیلان، همدان و مرکزی می‌شود. تجزیه‌طلبان به این مناطق آذربایجان جنوبی می‌گویند و پرچمی هم که برای این کشور خیالی ساخته‌اند ترکیبی از پرچم‌های کشورهای ترکیه و جمهوری آذربایجان است.

آذربایجان دیاریمیز، تیراختور ایفتیخاریمیز [آذربایجان دیار ما، تیراختور افتخار ما]  
 آذربایجان اویاقدی، تیراختورا دایاقدی [آذربایجان بیدار است، حامی تیراختور است]  
 آذربایجان وار اؤلسون، ایستیمین کؤر اؤلسون [آذربایجان زنده باد، بدخواهاش کور باد]  
 آذربایجان بیر اؤلسون، مرکزی تبریز اؤلسون [آذربایجان یکی شود، تبریز پایتخت شود]  
 آنا دیلده مدرسه، اؤلمالیدی هرکسه [مدرسه به زبان مادری برای همه ضروری است]  
 تبریز، باکی، آنکارا، بیز هارا فارسلا هارا [تبریز، باکو، آنکارا، ما کجا، فارس ها کجا]  
 تورکلرین ایفتیخاری، تیراختور، تیراختور [افتخار ترکها، تراکتور، تراکتور]  
 تیراختوری ائل ایستر، شرفلی میللت ایستر [تراکتور را یک ایل می خواهد، ملتی باشرف می خواهد]  
 روس، فارس، ارمنی، بونلار تورکون دوشمنی [روس، فارس، ارمنی، اینها دشمن ترکها]  
 منیم دیلیم اؤلن دئییل، باشقا دیله دؤنن دئییل [زبان من نابود شدنی نیست، به زبان دیگری هم قابل تبدیل نیست]  
 هارای، هارای من تورکم [فریاد، فریاد، من ترک هستم]

یئل یاتار، طوفان یاتار، یاتماز تیراختور بایراقی [باد فروکش می کند، طوفان فروکش می کند، پرچم تراکتور فروکش نمی کند]  
 عیبی یؤخ [عیبی نداره] شعاری است که هواداران تراکتور وقتی تیمشان از تیم حریف گلی دریافت می کند سر می دهند و با این شعار آنها را به جبران تشویق می کنند. این شعار ترکی آنچنان در فوتبال ایران معروف شده است که حتی تماشاگران سایر تیمها هم برای تیم محبوبشان در صورت دریافت گل آنها با همان واژگان ترکی به کار می برند. علاوه بر شعار و پلاکارد بر روی سکوهای تراکتورسازی گهگاه تصاویری از بوزقورد (گرگ خاکستری) که نماد پان ترکسیم است به چشم می خورد، این نماد با انگشتان دست هم قابل نشان دادن است و تماشاگران بسیاری این نماد را در حین بازی تراکتورسازی با انگشتان خود نشان می دهند. تقریباً در هر سفر استانی رؤسای جمهور به تبریز هم برخی از مردم آنجا به هنگام سخنرانی رئیس جمهور این نماد را با انگشتان خود به رئیس جمهور نشان می دهند. در نخستین سفر رئیس دولت نهم به تبریز هم وی بدون اطلاع از معنی این نماد در واکنش به جمعیت کثیری که این علامت را به وی نشان می دادند؛ با انگشتانش علامت بوزقورد (گرگ خاکستری) را نشان داد که باعث جنجال بسیار و خوشحالی پان ترکسیمها شد! در سفر اخیر رئیس دولت یازدهم هم به تبریز باز هم برخی از مردم این علامت را در ورزشگاه محل سخنرانی رئیس جمهور به وی نشان دادند.

لقبی هم که هواداران تراکتور برای ورزشگاه یادگار امام تبریز محل بازیهای تراکتور نهاده اند «قوردلار دره سی» [دره گرگها] است. گرگ نماد پان ترکسیم است و دره نیز به دلیل آن است که این ورزشگاه بیرون از فضای شهری تبریز و در میان تپهها قرار دارد که حالتی دره مانند به آن داده است.

این اتفاقات سکوهای ورزشگاه تبریز را تبدیل به تریبونی برای بیان شعارها و سخنانی کرد که بیش از پیش جنبه سیاسی-امنیتی به این تیم داده است. پس از پایان هر بازی نیز به اشتراک گذاشتن فیلمها و تصاویر این شعارها، پلاکاردها و نمادها در شبکه‌ی رسانه‌ای جریانهای قوم‌گرا اعم از کانالهای ماهواره‌ای، سایتها، وبلاگها، شبکه‌های اجتماعی، نشریات دانشجویی و ... دامنه‌ی آنها به خارج از ورزشگاه نیز گسترش می‌دهد. ورزشگاه تبریز تبدیل به استودیویی برای تولید و پخش مطالبات قومیتی آذری‌ها می‌شد و از طریق این استودیو به سرعت در شبکه‌ی رسانه‌ای وسیعی بازپخش می‌شد.

در حالی که تا قبل از سال ۱۳۸۸ پایگاه حامیان تراکتورسازی بیشتر در خود شهر تبریز بود ولی به تدریج دامنه‌ی هواداران آن به سایر شهرها و روستاهای آذری‌نشین هم گسترش یافت و در هر بازی تراکتورسازی انبوهی از طرفداران این تیم از اقصی نقاط آذربایجان به ورزشگاه تبریز می‌آمدند و به نوعی تراکتورسازی تبریز تبدیل به تراکتورسازی آذربایجان شده بود. این امر باعث شد که شعاری جدید با این مضمون: اورمو، زنجان، اردبیل، بو سس تبریزدن گلیر [اورومیه، زنجان، اردبیل، این صدا از تبریز میاد] در ورزشگاه‌ها سر داده شود که به نوعی منادی وحدت تمامی شهرهای آذری در تبریز بود. در حالی که پیش از آن اختلافاتی بین اهالی شهرهای اردبیل و تبریز بر سر استان شدن اردبیل به وجود آمده بود و یا بین اهالی ارومیه و تبریز هم سوگیری‌هایی نسبت به یکدیگر وجود داشت ولی به تدریج این مشکلات پیشین کم‌رنگ می‌شد و تیراخور عامل وحدت آذری‌های شهرها و روستاهای مختلف می‌شد. پوستره‌های تیراخور با عبارت یاشاسین آذربایجان [زنده باد آذربایجان] در زیر آن به مغازه‌های بسیاری از شهرهای آذربایجان راه یافت و شور و علقه‌ای که تا پیش از این فقط در تبریز وجود داشت به تمامی شهرها و روستاهای آذربایجان کشیده شد. علاوه بر بازی‌های تراکتورسازی در تبریز که شاهد حضور چشمگیر طرفداران این تیم از اقصی نقاط استان‌های آذری‌نشین و شعارهای سیاسی آنها بود؛ در بازی‌های این تیم با تیم‌های تهرانی به خصوص استقلال و پرسپولیس در تهران هم جمعیت چشمگیری برای هواداری از تراکتورسازی در ورزشگاه آزادی حضور می‌یافتند و در آنجا هم شعارهای سیاسی خود را فریاد می‌زدند. نکته‌ی جالب اینکه در ورزشگاه آزادی وقتی طرفداران تراکتورسازی علیه طرفداران استقلال و پرسپولیس به زبان ترکی شعار می‌دادند، طرفداران تیم مقابل هم گهگاه شعارهایی به زبان ترکی علیه طرفداران تراکتورسازی فریاد می‌زدند.

البته باید خاطر نشان کرد که در چند سال اخیر میزان شعارهای سیاسی طرفداران تراکتورسازی نسبت به سال‌های نخست حضور تراکتور در لیگ برتر کمتر شده است، به نظر می‌رسد دلیل این امر از سویی کنترل جو سکوه‌های تراکتور توسط نیروهای امنیتی - انتظامی و از سویی دیگر کاهش میانگین تماشاگران تیم و عادی شدن پدیده‌ی تراکتور برای هواداران باشد. به گفته‌ی مدیران ورزشی استان آذربایجان شرقی میانگین تماشاگران بازی‌های تراکتور از ۵۵ هزار نفر در سال‌های نخست صعود تراکتور به لیگ برتر به ۲۰ هزار نفر در لیگ ۹۳-۹۴ رسیده است. هرچند میزان شعارهای سیاسی در دو سال اخیر کاهش یافته بود ولی بعید نیست که بعد از مسائل پیش آمده در بازی نفت تهران و تراکتورسازی، بغض شدید طرفداران تراکتور از آن اتفاقات باعث شود که چرخ‌های تراکتور دوباره به سمت سیاسی شدن و سر دادن شعارهای قوم‌گرایانه بچرخد.

### نسبت تبریز و اصفهان

برای طرفداران تراکتورسازی مهم‌تر از پیروزی بر پرسپولیس و استقلال پیروزی بر تیم سپاهان اصفهان به عنوان تیم اول این شهر و تاحدی ذوب‌آهن اصفهان است. در ذهن برخی از آذری‌های ایران و به خصوص مردم تبریز، اصفهان کانون اصلی ظلم و تبعیض علیه ترک‌ها تلقی می‌شود. مردم شهرهای مختلف آذری‌زبان و به خصوص تبریزی‌ها وقتی می‌خواهند مثالی از تبعیض دولت علیه آذری‌ها بیاورند اغلب می‌گویند دولت به اصفهان نسبت به تبریز بودجه بیشتری اختصاص می‌دهد و یا در اصفهان صنایع بیشتری نسبت به تبریز احداث می‌کند و یا به شهر اصفهان نسبت به شهر

تبریز بیشتر می‌رسد. مردم تبریز رقیب اصلی خود را اصفهان می‌دانند و منابع موجود در اصفهان همواره مقیاسی برای سنجش وضعیت شهر خودشان بوده است. تهران هم به دلیل جمعیت چشمگیر آذری‌اش و هم اینکه پایتخت و شهر اول ایران محسوب می‌شود چندان عیار سنجش تبریزی‌ها نیست ولی اصفهان همواره رقیب دیرینه‌ی تبریز محسوب می‌شده است. شعار طرفداران تراکتورسازی «اصفهان نصف جهان، تبریز کل جهان» هم نشانگر این احساس است. به همین دلیل است که قهرمانی سپاهان اصفهان تا این حد برای مردم آذربایجان و به خصوص تبریز سنگین بود، اگر تیمی از شهری غیر از اصفهان قهرمان لیگ برتر فوتبال می‌شد تحمل آن برای آذری‌ها راحت‌تر بود ولی برای آذری‌ها قهرمانی یک تیم اصفهانی چه بسا دردناک‌تر از ناکامی تراکتورسازی باشد.

از بدو بازگشت تراکتورسازی به لیگ برتر در سال ۱۳۸۸ بازی‌های این تیم با سپاهان اصفهان چه در تبریز و چه در اصفهان همواره از پرحاشیه‌ترین بازی‌های لیگ برتر فوتبال ایران بوده است. درگیری‌های فیزیکی و کلامی بسیاری بین طرفداران دو تیم رخ داده و هر دو تیم به خاطر رفتار تماشاگران‌شان به دفعات توسط کمیته انضباطی فدراسیون فوتبال جریمه شده‌اند. با چنین پیش‌زمینه‌ای بین تراکتور و سپاهان هفته‌ی پایانی لیگ برتر با اتفاقاتی عجیب در نهایت با قهرمانی سپاهان و ناکامی تراکتورسازی به پایان رسید تا مشکلات بین این اصفهان و تبریز بیش از پیش تشدید شود. علاوه بر فوتبال در فوتسال هم همواره مسابقه تیم‌های تبریزی و اصفهانی همراه با حاشیه‌هایی بوده است. در ۱۸ بهمن ۱۳۹۱ مسابقه بین تیم‌های فوتسال دبیری تبریز و گیتی‌پسند اصفهان به زد و خورد چندجانبه‌ی بازیکنان، مربیان و تماشاگران دو تیم با یکدیگر انجامید که محرومیت‌های سنگین کمیته انضباطی فدراسیون را برای آنها به همراه داشت.

اتفاقات بازی نفت و تراکتور آنقدر عجیب بود که حتی داد رسانه‌های غیرتراکتوری را هم در آورد و مقاله‌های متعددی درباره نفوذ اصفهانی‌ها در فدراسیون فوتبال ایران نوشته شد. «باند اصفهانی‌های فوتبال» و «فدراسیون فوتبال اصفهان» اصطلاحاتی است که در رسانه‌های ورزشی ایران بسیار رایج است. پس از اتفاقات بازی نفت و تراکتور روزنامه‌ی اعتماد فهرست اصفهانی‌های فدراسیون فوتبال ایران را اینگونه فهرست کرد: علی کفاشیان رئیس فدراسیون فوتبال؛ محمود اسلامیان نائب‌رئیس اول فدراسیون؛ مهدی تاج نائب‌رئیس دوم فدراسیون و رئیس سازمان لیگ؛ محمدرضا ساکت مدیرعامل سابق باشگاه سپاهان، عضو هیئت رئیسه و مدیر بازاریابی سازمان لیگ؛ بهرام افشارزاده مدیرعامل باشگاه استقلال؛ علیرضا رحیمی مدیرعامل سابق سپاهان و پرسپولیس و مدیرعامل فعلی باشگاه راه‌آهن؛ سعید آذری مدیرعامل باشگاه ذوب آهن و مهرزاد خلیلیان مدیرعامل سپاهان. انتشار این فهرست باعث شد تا شبکه رسانه‌ای حامی تراکتوری‌ها فدراسیون فوتبال ایران را فدراسیون فوتبال اصفهان بنامند.

### تراکتورسازی و دریاچه ارومیه

خشک شدن دریاچه ارومیه همواره از موضوعاتی بوده که در بازی‌های تراکتورسازی هواداران این تیم درباره‌ی آن شعار داده‌اند. جریان‌های قوم‌گرا مدعی‌اند که نخستین بار در سال ۸۹ در بازی‌های تراکتورسازی بود که هواداران این تیم به خشک شدن دریاچه ارومیه اعتراض کردند و از این طریق موضوع نابودی این دریاچه به عرصه‌ی عمومی و رسانه‌ای

کشیده و تبدیل به مطالبه‌ای اجتماعی در سراسر ایران شد. برخی از شعارها و پلاکاردهایی که در بازی‌های تراکتورسازی درباره‌ی دریاچه ارومیه دیده و شنیده می‌شود عبارتند از:

اورمو گؤلو سوسوزدو، میللت اؤیانماسا اوتوزدو [دریاچه ارومیه تشنه است، اگر ملت بیدار نشود بازنده است]

گلین گئدک آغلایاق، اورمو گؤلون دؤلدوراق [بیابید برویم گریه کنیم، دریاچه ارومیه را پر کنیم]

بوتون آذربایجان سنه گؤونیر اورمو گؤلو [تمام آذربایجان به تو دریاچه ارومیه افتخار می‌کند]

هرچند مدت‌ها پیش از بازی‌های تراکتورسازی هم برخی از تشکل‌های محیط‌زیستی به روند نابودی دریاچه ارومیه اعتراض داشتند ولی صدای آنها به جایی نمی‌رسید و همانند اغلب بحران‌های محیط‌زیستی کشور توجه عمومی را به خود جلب نمی‌کرد. تقریباً می‌توان پذیرفت که طرح شعار درباره‌ی دریاچه ارومیه در بازی‌های تراکتورسازی باعث جلب توجه افکار عمومی، سپس رسانه‌ها و در نهایت دولت به این موضوع شد.

علاوه بر سکوه‌های ورزشگاه‌ها؛ شبکه‌ی رسانه‌ای گسترده‌ی جریان قوم‌گرا هم موضوع دریاچه ارومیه را جزو مسائل اولویت‌دار خود قرار داد و بسیاری از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای هواداران تراکتورسازی تصاویر، فیلم‌ها و اخبار مربوط به دریاچه ارومیه را در کنار اخبار مربوط به تراکتورسازی تحت پوشش قرار دادند.

همین شبکه‌ی رسانه‌ای بودند که در فراخوان برای برگزاری تجمعاتی در تبریز، ارومیه و در حاشیه‌ی دریاچه نقش مهمی داشتند و جمعیت قابل توجهی را برای جلوگیری از نابودی این دریاچه به اعتراض وا داشتند. وقتی هم که نمایندگان مجلس شورای اسلامی به دو فوریت طرح احیای دریاچه ارومیه رای ندادند، هواداران تراکتورسازی در ورزشگاه شعار دادند:

اورمو گؤلو جان وئریر، مجلس قتلینه فرمان وئریر [دریاچه ارومیه جان می‌دهد، مجلس فرمان به قتلش می‌دهد]

و همزمان در شهریور ۱۳۹۰ در تبریز تظاهراتی برای اعتراض به این اقدام نمایندگان مجلس برگزار شد که باعث دستگیری برخی از تجمع‌کنندگان توسط نهادهای امنیتی و انتظامی شد.

خشک شدن دریاچه ارومیه را می‌توان نخستین مسئله محیط‌زیستی ایران دانست که اعتراضات جدی و گسترده عمومی به نابودی آن باعث جلب توجه دولتمردان بدان شد. می‌توان پذیرفت که علاوه بر تشکل‌های محیط‌زیستی سراسر کشور و فعالان محیط‌زیست؛ هواداران تراکتورسازی و شبکه‌ی رسانه‌ای جریان قوم‌گرای آذری نیز نقش موثری در تبدیل موضوع مقابله با نابودی دریاچه ارومیه به مطالبه‌ای اجتماعی داشتند. در ادامه خواهیم دید که چگونه این امر الگویی برای خوزستان و باشگاه فولاد خوزستان هم شد.

## تراکتورسازی و زلزله آذربایجان

همانگونه که گفته شد از ویژگی‌های مهم هواداران تراکتورسازی شبکه‌ی رسانه‌ای فعال و گسترده‌ی آنهاست، بخشی از این شبکه‌ی رسانه‌ای در واقع همان رسانه‌های متعلق به جریان قوم‌گرای آذری است که در کنار سایر مسائل مورد علاقه‌ی این جریان به پوشش اخبار مربوط به تراکتورسازی هم می‌پردازند و نمی‌شود آنها را فقط مختص به تراکتورسازی دانست ولی برخی دیگر از رسانه‌ها نظیر گروه‌های اینترنتی هواداران تراکتورسازی در شبکه‌های اجتماعی نظیر فیسبوک، اینستاگرام، ایپور و ... نقش مهمی در ارتباط و انسجام تیراخورچی‌ها با یکدیگر دارند و گهگاه از طریق

همین رسانه‌ها است که هواداران تراکتور برای اهدافی غیرفوتبالی اقدام می‌کنند. اعتراض به دریاچه ارومیه یکی از این موارد بود که پیشتر تشریح شد.

مورد دیگر این کنش جمعی تیراخورچی‌ها به هنگام زلزله ورزقان در سال ۱۳۹۱ اتفاق افتاد. علاوه بر خود باشگاه تراکتورسازی که دیدار خیریه برای کمک به زلزله‌زدگان انجام داد، گروهی از هواداران این باشگاه هم در بازی با پرسپولیس در تهران در ۱۳ آذر ۱۳۹۱ به نشانه‌ی همدردی با زلزله‌زدگان پیراهن خود را در آوردند و پلاکارد بزرگی را به نمایش گذاشتند که روی آن به انگلیسی نوشته شده بود:

### Iran's government did NOT mention to earthquake victims in Azerbaijan.

کلمه‌ی NOT در این پلاکارد با حروف بزرگ نوشته شده بود تا نشانگر تاکید بر آن باشد. این اقدام باعث شد تا نیروی انتظامی با هواداران تراکتور درگیر شود. درآوردن پیراهن در واقع روشی بود که یک سال قبل از آن هواداران تیم بشیکتاش ترکیه برای ابراز همدردی با زلزله‌زدگان شهر وان در سرمای زمستان انجام داده بودند و حال تراکتوری‌ها با الگوبرداری از آنها اقدامی مشابه برای زلزله‌زدگان ورزقان انجام داده بودند.

همچنین تراکتوری‌ها با استفاده از شبکه رسانه‌ای خود کمپینی برای کمک به زلزله‌زدگان به راه انداختند. این جریان رسانه‌ای باز هم با استفاده از واژگان و مفاهیم ترکی به این زلزله پرداخت. در حالی که اکثر رسانه‌های رسمی و فارسی زبان این زلزله را به اسم شهرستان ورزقان و اهر و یا آذربایجان عنوان می‌کردند، جریان رسانه‌ای آذری منطقه‌ی وقوع زلزله را با اسمی که اهالی آذربایجان آنرا می‌شناسد یعنی «قره‌داغ» خطاب می‌کردند. منطقه‌ی قره‌داغ به دلایلی متعددی چون طبیعت زیبایش، مشاهیر تاریخی برخاسته از آنجا نظیر ستارخان، بابک خرم‌دین، ابوالقاسم نباتی و به خصوص شهرتش به داشتن برترین عاشیق‌های موسیقی آذربایجانی در فرهنگ، اشعار و ترانه‌های آذربایجان جایگاه ویژه‌ای دارد. مجموعه‌ی این عوامل باعث شد که زلزله‌ی رخ داده در آن منطقه اهمیت ویژه‌ای برای جریان‌های قومی، هواداران تراکتور و سایر آذری‌ها داشته باشد.

در روزهای اول حادثه بی‌توجهی صداوسیما به زلزله و پوشش ضعیف اخبار این واقعه و پخش برنامه ظنزن خنده‌بازار موجب شد که انتقادات بسیاری به عملکرد این سازمان صورت بگیرد که حتی شامل نمایندگان مجلس، رسانه‌های سراسری کشور و مردم غیرآذری هم شد. جریان قوم‌گرا هم که همیشه انتقاد از برنامه‌های صداوسیما و رویکرد آن نسبت به اقوام ایرانی در کانون انتقاداتش قرار داشت بیش از پیش بر طبل انتقاد از صداوسیما افزود و آنرا با عملکرد این سازمان در جریان زلزله‌ی بیم مقایسه کرد که در منطقه‌ای فارس‌نشین رخ داده بود.

قره‌داغ که پیش از این هم به دلایل فوق‌الذکر در ادبیات و ترانه‌های آذربایجان جایگاه ویژه‌ای داشت مورد توجه شبکه‌ی رسانه‌ای حامی تراکتورسازی قرار گرفت و در غیاب صداوسیما که در روزهای نخست توجه چندانی به زلزله نمی‌کرد به خبر اول این شبکه رسانه‌ای تبدیل شد. شعرها و جملات ادبی و تالم برانگیز متعددی درباره‌ی قره‌داغ و زلزله گفته شد و همانند دریاچه ارومیه در فقدان رسانه‌های رسمی این رسانه‌های غیررسمی بودند که عمق فاجعه را نشان دادند. رسانه‌های غیردولتی سراسری و ایرانیان غیرآذری هم از طریق اینترنت با انتقادات آذری‌ها به صداوسیما و نحوه کمک‌رسانی همراه شدند. نتیجه‌ی این امر آن شد که از طریق شبکه‌های اجتماعی و سازمان‌های مردم‌نهاد در سراسر ایران گروه‌های داوطلبی شکل گرفت که حاضر نبودند منابع و کمک‌های خود را به سازمان‌های امدادگر رسمی



نظیر هلال احمر و بسیج تحویل دهند و تصمیم داشتند که خود مستقیماً کمک‌هایشان را به دست زلزله‌زدگان برسانند. حضور گسترده‌ی سازمان‌های مردم‌نهاد و فعالان مدنی و سیاسی از سراسر کشور در مناطق زلزله‌زده باعث حساسیت دستگاه‌های امنیتی به حضور آنها شد و به بازداشت و دیپورت برخی از آنها از مناطق زلزله‌زده منجر شد. نخستین بار بود که یک حادثه‌ی غیرمترقبه طبیعی به مسئله امنیتی و مقابله با کسانی که قصد کمک‌رسانی داشتند منجر می‌شد. همین مقابله‌ی امنیتی با داوطلبان کمک به زلزله‌زدگان به سوژه‌ی رسانه‌ای جدیدی برای جریان‌های قوم‌گرا برای نشان دادن برخورد امنیتی با آذربایجان تبدیل شد و رسانه‌های تراکتوری هم که نقشی در فراخوان عمومی برای کمک‌رسانی به زلزله‌زدگان قره‌داغ داشتند به انتقاد از برخورد امنیتی با داوطلبان کمک‌رسانی پرداختند.

از کارکردهای دیگر تیراكتور ایجاد نشاط اجتماعی در مناطق زلزله‌زده بود. رسانه‌های سراسری بسیاری از جمله برنامه‌ی ۹۰ به دفعات با تهیه گزارش‌هایی از روستاهای زلزله‌زده نشان دادند که چگونه بازماندگان این حادثه علی‌رغم آوارگی و نداشتن تلویزیون به هنگام پخش بازی تراکتورسازی در لیگ برتر دوره‌ی جمع می‌شدند و برای لحظاتی با شادی جمعی حاصل از تماشای بازی تراکتورسازی از غم و مصیبت‌های خود فارغ می‌شدند. در آن لحظات دشوار هم تراکتورسازی ابزاری برای بازسازی روحیه‌ی طرفداران زلزله‌زده‌اش شده بود و از سویی دیگر عمق نفوذ و محبوبیت این تیم را در آذربایجان نشان می‌داد.

### تیراكتوریسم در خوزستان

نگاهی به رسانه‌های جریان‌های قوم‌گرای آذربایجان نشان می‌دهد که آنها همواره علاوه بر اخبار تحرکات و مطالبات قوم‌گرایانه آذربایجان به پوشش خواسته‌های قومی اعراب خوزستان نیز پرداخته‌اند. در ماه‌های اخیر نیز اخبار مربوط به تجمعات اعتراضی در پی خودسوزی دستفروش خرم‌شهری، اعتراض به آلودگی هوای اهواز، اعتراض به ناتوانی دولت در مقابله با ریزگردها، اخبار دستگیری فعالان قومی عرب خوزستان، انتقال ثروت نفتی خوزستان به سایر استان‌ها و محروم ماندن خود خوزستان از این منابع، عدم استفاده از اعراب در پست‌های مدیریتی خوزستان و ... از جمله اخبار هستند که در شبکه رسانه‌ای جریانات قوم‌گرای آذربایجان درباره‌ی خوزستان منتشر شده‌اند. ترجیح‌بند اصلی این اخبار این است که فارس‌ها و دولت مرکزی ایران علاوه بر ترک‌ها در قبال سایر اقوام ایرانی از جمله اعراب نیز تبعیض و ستم روا می‌کنند. وقتی که چنین ارتباط رسانه‌ای بین نخبگان قومی خوزستان و آذربایجان برقرار است دور از انتظار نیست که تیم فوتبال اول خوزستان نیز همچون تیراكتور سیاسی شود و همانند تیراكتور از سکوه‌های تیم فوتبال «فولاد خوزستان» هم شعارهای سیاسی و مطالبات اجتماعی و محیط‌زیستی شنیده شود.

نخستین حرکت سیاسی در بازی‌های فولاد خوزستان در ۱۲ اسفند ۱۳۹۲ در بازی فولاد خوزستان و الفتح عربستان در ورزشگاه غدیر اهواز رخ داد. در این بازی هواداران فولاد بارها به زبان عربی شعارهای سیاسی سر دادند. برای نخستین بار بود که شعاری غیرفوتبالی بر روی سکوه‌های فولاد خوزستان شنیده می‌شد. شعاری که از جنس شعارهای قومیتی طرفداران تراکتورسازی بود. برخی از رسانه‌های داخلی با انتقاد از طرح این شعار در اهواز آنرا نتیجه‌ی تکرار شعارهای جدایی‌طلبانه در بازی‌های تراکتورسازی دانستند. پس از آن بازی همانند تراکتورسازی در بازی‌های

فولاد هم به دفعات شعارهای جدایی طلبانه و محیط‌زیستی در اعتراض به خشک شدن کارون، ریزگردها و آلودگی هوای اهواز شنیده شد. تیراختوریسم از آذربایجان به خوزستان رسید و شیوه‌های اعتراضی تماشاگران تیراختور به هواداران فولاد خوزستان هم سرایت کرد. در ۲۴ اردیبهشت ۱۳۹۳ در بازی فولاد با السد قطر نیز شعارهای عربی و قوم‌گرایانه‌ی متعددی از سکوه‌های فولاد خوزستان بلند شد.

سیاسی‌ترین روز سکوه‌های فولاد خوزستان در اواخر سال ۱۳۹۳ رقم خورد، وقتی در ۲۳ اسفند ۱۳۹۳ یونس عساکره در اعتراض به جمع‌آوری بساط دستفروشی‌اش توسط شهرداری خرمشهر خودسوزی کرد، سه روز بعد از این اتفاق در ۲۶ اسفند به هنگام برگزاری دیدار فوتبال فولاد خوزستان و الهلال عربستان در چارچوب جام باشگاه‌های آسیا هواداران فولاد شروع به سر دادن شعارهای سیاسی به زبان عربی و حمایت از یونس عساکره در ورزشگاه کردند. درگیری‌های تماشاگران با ماموران نیروی انتظامی پس از پایان بازی شدت گرفت و به آتش کشیدن خودروی نیروی انتظامی و بازداشت چندین نفر از طرفداران فولاد خوزستان انجامید. سایت‌های خبری فعالان قومی خوزستان و آذربایجان نوشتند که نیروی انتظامی هر کس را که لباس عربی دشداشه پوشیده بود بازداشت می‌کرد. البته بعد از این اتفاقات معاون اجتماعی نیروی انتظامی خوزستان آتش‌سوزی خودروی نیروی انتظامی را غیرعمدی دانست و بازداشت به صرف پوشیدن لباس عربی را تکذیب کرد.

اتفاقات بازی‌های فولاد با الفتح عربستان، السد قطر و الهلال عربستان نشان داد که جریان‌های قومی خوزستان روی بازی‌های آسیایی فولاد به ویژه بازی‌هایی که با تیم‌های کشورهای عربی منطقه است حساب ویژه‌ای باز کرده‌اند و به دلیل حضور خبرنگاران و ناظران بین‌المللی در این بازی‌ها از فرصت برای بیان خواسته‌های خود استفاده می‌کنند. خبرنگاران رسانه‌های عرب‌زبان که برای پوشش بازی الفتح، السد و الهلال به اهواز می‌آمدند با دیدن شعارهای جدایی طلبانه و عربی خوزستانی‌ها آنها را در رسانه‌های عربی خارج از کشور بازنشر می‌کردند تا خبری مهم‌تر از فوتبال حاصل حضور آنها در اهواز باشد.

آنچه که مسلم است امروزه تراکتورسازی تنها تیمی نیست که بازی‌های آن همراه با وقایع سیاسی و جدایی طلبانه است و فولاد خوزستان را هم باید در مسیری مشابه تراکتورسازی دانست. به خصوص اینکه اتفاقات بازی الهلال و فولاد و درگیری شدید هواداران این تیم با نیروی انتظامی کم از یک اغتشاش شهری نداشت و حتی شدیدتر از حاشیه‌های بازی‌های تراکتورسازی هم بود. در سال‌های گذشته هم بمب‌گذاری‌های تروریستی در خوزستان و تحرکات خشونت‌بار جریان‌های جدایی طلب این منطقه نشان داد که چالش‌های قومیتی در این منطقه حتی حادثه‌تر از آذربایجان هم هست، چرا که جدایی طلبی در آذربایجان تاکنون وارد فاز نظامی نشده و حداکثر برخی اغتشاشات شهری و تخریب اموال عمومی در نتیجه‌ی آن رخ داده ولی در خوزستان درگیری‌های مسلحانه و بمب‌گذاری تروریستی توسط گروه‌های تجزیه طلب اتفاق افتاده است.

## تیراكتوريسم در واليبال

در چند سال اخير كه واليبال ايران رشدی چشمگیر داشت و در عرصه‌ی جهانی نیز عرضه اندام کرد؛ در عرصه‌ی جامعه هم تاثیرگذاری و محبوبیت آن بیشتر شد. تماشاگران و علاقه‌مندان این رشته ورزشی در ایران بیشتر شد و هواداران پروباقرسی پیدا کرد. در بین شهرهای ایران دو شهر گنبدکاووس و ارومیه به عنوان قطب‌های والیبال ایران شناخته می‌شوند و بازیکنان و مربیان متعددی از این دو شهر در عرصه‌ی والیبال ایران حضور دارند. به خصوص ارومیه که تیم شهرداری این شهر در سال گذشته تا فینال لیگ والیبال ایران هم آمد ولی در دیداری پرحاشیه مغلوب پیکان تهران شد. شعار معروف هواداران شهرداری ارومیه به زبان ترکی بیانگر جایگاه این شهر در والیبال ایران است: «والیبالا عاشیق اولان اورمودور، بیزیم شهر والیبالین یوردودور» [عاشق والیبال ارومیه است، شهر ما موطن والیبال است].

علاوه بر شهرداری ارومیه، در تبریز هم تیم والیبالی به اسم شهرداری تبریز وجود دارد که دستکمی از شهرداری ارومیه ندارد و در لیگ والیبال سال گذشته به مقام سوم ایران رسید. با قدرت گرفتن تیم‌های والیبال شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز، رفته رفته سکوهای این دو تیم هم فضایی تراکتوری به خود گرفت و گهگاه شعارهای مشابه آنچه که در بازی‌های تراکتورسازی به گوش می‌رسید از سکوهای این تیم‌ها هم بلند شد. البته به دلیل اینکه ورزشگاه‌های والیبال گنجایش جمعیت کمتری نسبت به فوتبال دارند، میزان و شدت این شعارها هیچگاه همانند بازی‌های تراکتور نشد ولی در هر حال نشانه‌ای از گسترش تیراكتوريسم به سایر شهرها و عرصه‌ها است.

شبکه‌ی رسانه‌ای جریان قوم‌گرایی آذری با همان شیوه‌ای که اخبار بازی‌ها و حاشیه‌های پیرامون تیراكتور را پوشش می‌دهند، به بازی‌های تیم‌های والیبال شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز و حاشیه‌های اطراف این باشگاه‌ها هم می‌پردازند. در بازی‌های شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز گهگاه تیراكتور هم تشویق می‌شود و اتحاد این تیم‌ها از دو شهر متفاوت آذربایجان خاطر نشان می‌شود و با سر دادن شعار «نه شرقی، نه غربی، تبریز، اورمو نه فرقی؟» [نه شرقی، نه غربی، تبریز، ارومیه چه فرقی؟] اتحاد بین شهرهای مختلف آذربایجان نشان داده می‌شود. شعارهایی که طرفداران تراکتورسازی درباره نابودی دریاچه ارومیه فریاد می‌زنند دوباره تکرار می‌شود و خواسته‌هایی مشابه خواسته‌های هواداران تیراكتور نظیر تدریس زبان ترکی در مدارس مطرح می‌شود.

بازیکنان ترک تیم ملی ایران شهرام محمودی، سعید معروف، میلاد عبادی‌پور و عبدالرضا علیزاده با شعارهای ترکی تشویق می‌شوند و شبکه‌ی رسانه‌ای جریان قوم‌گرا با تاکید ویژه بر روی این بازیکنان ترک شاکله‌ی اصلی تیم ملی والیبال ایران را ترک معرفی می‌کند. به خصوص که کاپیتان تیم ملی ایران یعنی سعید معروف هم اهل ارومیه و سرشناس‌ترین بازیکن والیبال ایران در عرصه‌ی جهانی است. حتی اسلوبودان کواچ سرمربی صربستانی تیم ملی والیبال ایران هم به دلیل اینکه قبلاً در تیم پگاه ارومیه (شهرداری ارومیه فعلی) بازی می‌کرد جزو شخصیت‌های والیبالی محبوب هواداران آذری است.

اما نکته‌ی مهم در خصوص این دو تیم شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز اتفاقات و درگیری‌هایی است که در بازی‌های نیمه‌نهایی لیگ والیبال ایران در سال ۹۳ بین پیکان تهران - شهرداری تبریز و بازی‌نهایی بین پیکان تهران - شهرداری ارومیه رخ داد. اتفاقاتی که شبهاتی مشابه دیدار تراکتورسازی - نفت داشت اما به دلیل آنکه رسانه‌ها به والیبال باشگاهی ایران نسبت به فوتبال باشگاهی کمتر می‌پردازند و مصادف با هفته پایانی سال ۱۳۹۳ هم شده بود

چندان رسانه‌ای نشد و مورد توجه افکار عمومی هم قرار نگرفت، اما در ذهن جریان‌های قوم‌گرا که تیراخور، شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز را نمادهای هویتی و قومی خود می‌دانند و با انگیزه‌هایی غیرورزشی از این تیم‌ها حمایت می‌کنند باقی ماند. فعالان قومی آذربایجان ناکامی هر سه تیم‌ها در دستیابی به عنوان قهرمانی را سناریویی مشابه و برنامه‌ریزی شده از جانب حاکمیت برای جلوگیری از شکل‌گیری غرور، افتخار و هویت ملی در آذربایجان می‌دانند.

۲۴ اسفند ۱۳۹۳ دیدار سوم دو تیم پیکان تهران و شهرداری تبریز در مرحله نیمه‌نهایی لیگ والیبال ایران برگزار شد، در دو دیدار قبلی یک بار شهرداری و یک بار پیکان پیروز شده بودند و هر تیمی که در این دیدار پیروز می‌شد حریف شهرداری ارومیه در فینال می‌شد. رسانه‌های قوم‌گرا تبلیغ زیادی برای این دیدار کردند و با آرزوی پیروزی شهرداری تبریز بر پیکان تهران و برگزاری فینالی تمام آذربایجانی بین دو تیم شهرداری تبریز و ارومیه به تشویق شهرداری تبریز پرداختند اما در این دیدار پیکان به پیروزی رسید و راهی فینال شد. این بازی حواشی بسیاری داشت که اخراج بهرام فرید بازیکن شهرداری تبریز توسط داور بازی و درگیری شدید هواداران دو تیم از جمله حواشی این دیدار بود. پورحسین رئیس سازمان لیگ والیبال ایران بعد از این دیدار مقصران و آغازکنندگان درگیری را هواداران و لیدرهای پیکان معرفی کرد و وعده داد که در بازی فینال آنها را از حضور در ورزشگاه محروم کنند. رسانه‌های قوم‌گرای آذری در آن مقطع اخراج بازیکن شهرداری تبریز و درگیری‌های هواداران پیکان را طرحی برای جلوگیری از برگزاری فینالی تمام آذربایجانی دانستند و آنرا مصداقی دیگر از تبعیض‌ها علیه آذری‌ها معرفی کردند.

۳ روز بعد از آن دیدار جنجالی در ۲۷ اسفند ۱۳۹۳ در فینال لیگ والیبال ایران که بین دو تیم شهرداری ارومیه و پیکان تهران برگزار شد بازهم درگیری خونین و شدیدی اینبار بین هواداران شهرداری ارومیه و هواداران پیکان و نیروی انتظامی رخ داد که به جراحت ده‌ها هوادار و عوامل نیروی انتظامی انجامید. در این بازی شهرداری ارومیه در حالی که دو ست نخست را برده بود با واگذاری سه ست بعدی قهرمانی را از دست داد. در جریان بازی به دلیل پخش مستقیم مسابقه توسط شبکه سوم سیما؛ از بلندگوهای ورزشگاه بارها از هواداران شهرداری ارومیه خواسته شد که شعارهای سیاسی-قومیتی و محیط‌زیستی درباره‌ی دریاچه ارومیه ندهند ولی هواداران شهرداری ارومیه که این شعارها برایشان در مسابقات تراکتورسازی و شهرداری تبریز عادی شده بود بر شدت شعارهایشان افزودند. از سوی دیگر نیروی انتظامی هم برای جمع‌آوری پارچه‌نوشته‌هایی که در آن درخواست تدریس زبان مادری در مدارس و نجات دریاچه ارومیه مطرح شده بود اقدام کرد که به دلیل ممانعت هواداران شهرداری ارومیه به درگیری با نیروی انتظامی منجر شد. در پایان بازی هم که هواداران شهرداری ارومیه درگیری‌های سه روز پیش با هواداران پیکان را فراموش نکرده بودند و برخلاف وعده‌ی رئیس سازمان لیگ والیبال شاهد محرومیت آنها از حضور در ورزشگاه نشده بودند، اقدام به انتقام‌گیری از آنها کردند و به زد و خورد با آنها و نیروی انتظامی پرداختند.

بعد از این اتفاقات شبکه‌ی رسانه‌ای جریان قوم‌گرا این دو دیدار پرحاشیه و ناکامی دو تیم آذری در رسیدن به قهرمانی لیگ والیبال ایران را توطئه‌ای دیگر برای سرکوب هویتی ترک‌ها دانست. به خصوص اینکه پخش مستقیم بازی توسط صداوسیما باعث شده بود که برای عدم انتشار این شعارها و پارچه‌نوشته‌ها از طریق تلویزیون برخورد شدید انتظامی با این شعارها صورت گیرد.

در حافظه‌ی هواداران شهرداری ارومیه و تبریز این دو مسابقه به عنوان بازی‌هایی که در آن علیه ترک‌ها اجحاف شد باقی ماند و با فاصله‌ای دو ماهه اتفاق پرحاشیه‌تری برای تیم اول آذربایجان یعنی تیراخور رخ داد که به گفته‌ی جریان‌های قوم‌گرا باعث تقویت شواهد برای وجود توطئه‌ای علیه تیم‌های آذری شد. اتفاقات حین بازی‌های فولاد خوزستان، شهرداری ارومیه و شهرداری تبریز به خوبی نشانگر آن است که پدیده‌ی تیراخور از اماکن فوتبالی و تبریز به شهرها و اماکن دیگر هم سرایت کرده و بعید نیست که شهرها، تیم‌ها و رشته‌های ورزشی دیگری هم به این روند ملحق شوند.

### اعتراض به شعار تیم ملی ایران در جام جهانی

در جام جهانی فوتبال سال ۲۰۱۴ برزیل، هر یک از تیم‌های ملی حاضر در این مسابقات شعاری را برای درج بر روی اتوبوس این تیم و همچنین تبلیغات و القابی که برای توصیف تیم در رسانه‌ها به کار می‌رفت انتخاب می‌کردند. فدراسیون فوتبال ایران در نهایت از بین سه شعار شاهزادگان پارسی، ستارگان پارسی و افتخار پارس در نهایت شعار «افتخار پارس» Honor of Persia را شعار رسمی تیم ملی ایران در جام جهانی برزیل اعلام کرد.

از همان زمانی که شایعاتی برای انتخاب شاهزادگان پارسی و ستارگان پارسی به عنوان شعار تیم ملی مطرح شد، رسانه‌های مختلف جریان‌ات قوم‌گرای آذری، عربی و کردی به تقلیل ایران به پارس اعتراض کردند و حتی رسانه‌های محلی و داخلی استان‌های غیرفارس نشین هم با این انتقادات همراه شدند، به نحوی که حتی رسانه‌های محلی استان‌های لرنشین هم این شعار را بیانگر ماهیت تیم ملی ایران که بازیکنانی از اقوام مختلف ایرانی داشت، ندانستند. فدراسیون فوتبال در پاسخ به این اعتراضات توضیح داد که پارس (Persia) نام باستانی ایران است و منظور از آن فارس‌ها نیست بلکه همان ایران است؛ اما این توضیحات برای رسانه‌های داخلی و خارجی اقلیت‌های قومی ایرانی قانع‌کننده نبود و آنرا نشانه‌ی تقلیل کشوری با اقوام مختلف به قوم غالب یعنی فارس‌ها تفسیر کردند. هر یک از رسانه‌های آذری، عربی، کردی و لری با شمردن بازیکنانی که از این قومیت‌ها در تیم ملی فوتبال ایران حضور داشت شعار انتخابی برای تیم ملی ایران را نژادپرستانه و به منزله‌ی انکار اقوام غیرفارس دانستند.

کمپین رسانه‌ای تراکتورسازی هم از جمله منتقدان این شعار بود و آنرا نشانه‌ای از رویکرد قوم‌مدارانه‌ی فدراسیون فوتبال تعبیر کرد. پیش از این هم نامگذاری لیگ برتر فوتبال ایران به «جام خلیج فارس» باعث انتقادات رسانه‌های جریان قوم‌گرای آذری شده بود و در بسیاری از بازی‌های تراکتورسازی هم هواداران شعار خلیج عربی می‌دادند.

همانگونه که در مورد پیشین تشریح شد علاوه بر فوتبال، والیبال هم به عرصه‌ی مسائل قومی کشیده شده است. در شرایطی که رسانه‌های اقوام مختلف ایرانی از شعار افتخار پارس برای تیم ملی فوتبال ایران انتقاد می‌کردند همزمان با آن روزها تیم ملی والیبال ایران به مقام چهارم لیگ جهانی والیبال رسید، موفقیت‌های این تیم باعث شد که برخی رسانه‌های سراسری از همان شعار افتخار پارس و یا بلندقامتان پارسی برای توصیف موفقیت‌های تیم ملی والیبال ایران در این رقابت‌ها استفاده کنند. این تیتراها و عناوین مجدداً باعث تحریک شبکه رسانه‌ای تراکتوری شد و دوباره بر هویت ترکی بازیکنانی چون شهرام محمودی، سعید معروف، میلاد عبادی‌پور و عبدالرضا علیزاده تأکید کردند.

رسانه‌های سایر اقوام ایرانی هم که به تازگی از شعار تیم ملی فوتبال اعلام نارضایتی کرده بودند با کاربرد چنین عناوینی برای تیم ملی والیبال هم مخالفت کردند و آنرا منافی وحدت اقوام مختلف ایرانی دانستند.

### تراکتور و بارسلونا

همانند هواداران فولاد خوزستان که از بازی‌های آسیایی این تیم، پخش مستقیم بازی و حضور خبرنگاران خارجی نهایت استفاده را می‌کنند، جریان‌های قوم‌گرا نیز از بازی‌های آسیایی تراکتورسازی استفاده مطلوب را می‌برند. از جنجالی‌ترین اقدامات آنها به نمایش درآوردن پلاکارد بزرگی به زبان انگلیسی در مسابقه تراکتورسازی و الجزیره امارات در ۸ اسفند ۱۳۹۱ در نخستین بازی تراکتورسازی در جام باشگاه‌های آسیا بود، در این پلاکارد نوشته شده بود «South Azerbaijan is not Iran». این پلاکارد بزرگ حتی از طریق شبکه سه سیما هم که بطور مستقیم بازی را پخش می‌کرد برای لحظاتی قابل خواندن بود. این شعار برگرفته از شعار معروف منطقه کاتالان اسپانیا بود که سال‌هاست مردم آن برای استقلال از اسپانیا تلاش می‌کنند. تیم بارسلونا از این منطقه است و همواره در بازی‌های این تیم هوادارانش شعارهای جدایی طلبانه و ضداسپانیایی سر می‌دهند. رسانه‌های جریان جدایی طلب آذری همواره از تیم بارسلونا به عنوان الگویی برای تیم تراکتورسازی اسم برده‌اند و سعی در بومی‌سازی اقدامات اعتراضی هواداران بارسلونا در بازی‌های تیراكتور کرده‌اند. در بازی‌های بارسلونا بارها پلاکارد Catalonia is not Spain توسط تماشاگران این تیم به نمایش درآمده است و حال تیراكتورچی‌ها هم با الگوبرداری از بارسلونا مشابه این پلاکارد را در تبریز به نمایش درآوردند.

این پلاکارد بزرگ باعث واکنش برخی از رسانه‌های داخلی شد و مطالب متعددی در نقد آن نوشته و خواستار برخورد جدی با عاملان انتشار این پلاکارد شدند. این رسانه‌ها به خصوص از اینکه چنین پلاکاردی در مقابل تیمی از امارات که مدعی سه جزیره ایرانی در خلیج فارس است، به نمایش درآمده ابراز تاسف کردند.

به دنبال انتقادات این بازی ده‌ها نفر بازداشت شدند که برخی از آنها همان روز آزاد شدند ولی پرونده ۲۲ نفر از آنها به دادگستری تبریز ارجاع و احکام قضایی برای آنها صادر شد. در حکم صادر شده توسط دادگستری تبریز به محل اقامت این افراد هم اشاره شده است. ۶ نفر اهل تبریز، ۴ نفر اهل چالدران، ۲ نفر اهل بناب، ۲ نفر اهل شبستر، ۲ نفر اهل اردبیل، ۲ نفر اهل مشگین‌شهر، ۲ نفر اهل پارس‌آباد، ۱ نفر اهل ارومیه و ۱ نفر اهل چاراویماق بودند. نگاهی به محل اقامت این افراد نشان می‌دهد که چگونه از سراسر شهرهای آذربایجان هواداران تراکتور خود را به تبریز می‌رسانند و چگونه اقدامات رادیکالی انجام می‌دهند که باعث بازداشت و محاکمه آنها می‌شود.

در بازی‌های حساس تراکتورسازی و پیروزی‌ها و ناکامی‌های مهم این تیم نه فقط فضای تبریز بلکه سایر شهرها و حتی روستاهای آذربایجان هم تحت تاثیر این بازی قرار می‌گیرد، در سال گذشته که تراکتورسازی قهرمان جام حذفی ایران شد در شهرهای متعددی هواداران این تیم برای شادی و سرور به خیابان آمدند. در برخی شهرها این حضور جمعی تیراكتورچی‌ها در خیابان همراه با همان شعارهای سیاسی و محیط‌زیستی‌ای شد که در ورزشگاه‌ها سر می‌دادند. به گفته‌ی رسانه‌های جریان قوم‌گرا در سال گذشته به دنبال شادی خیابانی هواداران تراکتورسازی پس از قهرمانی در

جام حذفی در برخی شهرهای آذربایجان برخوردهایی با نیروی انتظامی و هواداران تراکتورسازی رخ داد که دلیل آن شعارهای سیاسی هواداران تراکتور بود.

## تراکتور و ترکیه

علاوه بر کاتالان‌ها، می‌توان نشانه‌هایی از تاثیر ترکیه نیز بر طرفداران و حتی تیم تراکتورسازی یافت. توسعه‌ی اقتصادی ترکیه در چند دهه‌ی اخیر این کشور را بیش از گذشته در کانون توجه و علاقه‌ی ایرانی‌ها و به خصوص آذری‌های ایران قرار داده است، به گفته‌ی سفیر ترکیه در ایران، در سال ۲۰۱۴ این کشور میزبان ۶ میلیون گردشگر ایرانی بوده است. همین آمار خود به تنهایی میزان تاثیرگذاری ترکیه بر ایران و علاقه‌ی ایرانی‌ها به ترکیه را نشان می‌دهد. در ایدئولوژی پان‌ترکسیم که توسط روشنفکران ترکیه مطرح شد؛ این کشور به نوعی رهبری جهان ترک را عهده‌دار است و در سیاست‌خارجی فعلی این کشور هم که نوعثمانی‌گری نام گرفته دامنه‌ی نفوذ و دخالت این کشور علاوه بر کشورهایی با نژاد ترک به کشورهای هم که زمانی جزو امپراطوری عثمانی بودند گسترش یافته است. در چنین شرایطی هواداران تراکتورسازی و حتی مدیریت این تیم هم که در اختیار سپاه است به طرق گوناگون از ترکیه تاثیر پذیرفته‌اند که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌کنیم.

در سطحی فراتر از تراکتورسازی، می‌توان نشانه‌های تاثیرپذیری اقتصاد و فرهنگ تبریز را از ترکیه به خوبی مشاهده کرد. در تبریز به عنوان یکی از قطب‌های صنعتی ایران، بنگاه‌های اقتصادی ترکیه سهم قابل توجهی دارند. در تبریز شهرکی صنعتی به اسم «شهرک سرمایه‌گذاری خارجی» وجود دارد که مختص بنگاه‌های اقتصادی خارجی است، در این شهرک شرکت‌های ترکیه‌ای بیشترین فراوانی را دارند. علاوه بر این سایر بنگاه‌های اقتصادی تبریز نیز از قرن‌ها پیش ارتباطات تجاری بسیاری با شرکت‌های ترکیه‌ای دارند، رضا صراف نمونه‌ای شاخص از تاجران تبریزی حاضر در ترکیه است. آذری‌های ایران بیش از سایر اقوام ایرانی به ترکیه تردد دارند و در چند سال اخیر هم که ترکیه تبدیل به یکی از مقاصد دانشجویان ایرانی برای ادامه تحصیل شده است، دانشجویان آذری سهم بیشتری در این جریان داشته‌اند. به نظر می‌رسد در شهرهای آذری‌نشین ایران کانال‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان و ترکیه بیش از کانال‌های فارسی‌زبان خارج از کشور بیننده دارد. حتی در چند سال اخیر هم که کانال کردی ۲۴ ساعته دولتی در ترکیه راه افتاده است، کردهای ایرانی متعددی ماهواره‌های خود را بر روی این کانال تنظیم کرده‌اند.

رنگ قرمز تراکتورسازی نخستین جنبه‌ی اشتراک این تیم با ترکیه است. قرمز رنگ اصلی پرچم ترکیه است و همین اشتراک باعث می‌شود که جریان‌های قوم‌گرای ترکی، نمادهای تراکتور و ترکیه را به راحتی در کنار هم به کار ببرند. هرچند رنگ قرمز از ۴۵ سال پیش که تیم تراکتورسازی تاسیس شد رنگ اول این تیم بوده و در آن مقطع هم چندان ارتباطی با رنگ قرمز پرچم ترکیه نداشت ولی فعالان قومی به خوبی از این اشتراک رنگ‌ها استفاده کرده‌اند و رنگ قرمز تراکتور را با رنگ قرمز پرچم ترکیه به خوبی تلفیق کرده‌اند. گویی که تراکتور قرمز تیمی متعلق به ترکیه‌ی قرمز است و نسبتی با ایران ندارد. در بازی‌های تراکتورسازی هواداران این تیم بارها پرچم قرمز ترکیه را در کنار پرچم قرمز تراکتور قرار داده‌اند و به خاطر این اقدام با نیروی انتظامی درگیر شده‌اند. کلمه‌ی «قرمز» هم که لغتی ترکی است و از این زبان به فارسی راه یافته است به این مصادره‌ی رنگ قرمز تراکتوری و نسبت دادن آن به قرمز ترکیه کمک

می‌کند. هواداران تراکتورسازی همانگونه که بر تلفظ ترکی اسم تیم‌شان (تیراكتور) تاکید دارند بر تلفظ ترکی رنگ تیم‌شان (قیرمیز) هم تاکید دارند. در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هم می‌توان صفحات متعددی با عنوان «قیرمیز» یافت که محلی برای نشر اخبار تراکتورسازی و یا مطالب جریان‌های تجزیه‌طلب آذری است. سایتی به آدرس [qirmiz.com](http://qirmiz.com) مهم‌ترین سایت از این دست است که در لوگوی این سایت به زبان ترکی نوشته شده است «اوزگه چیراغینا یاغ اولماق بسدیر» [روغن چراغ دیگران شدن کافی است]. این سایت در واقع محلی برای اشتراک لینک سایر سایت‌ها است (همانند سایت بالاترین). عمده مطالبی که در آن به اشتراک گذاشته می‌شود اخبار مربوط به فعالیت‌های قومی و ضد حکومت جمهوری اسلامی ایران در سراسر ایران، خاورمیانه و جهان است. این سایت از نظر طراحی فنی و محتوا از حرفه‌ای‌ترین و قوی‌ترین سایت‌های جریان تجزیه‌طلب آذری است که مطالبی به زبان‌های انگلیسی، فارسی، ترکی با الفبای عربی و ترکی با الفبای لاتین به اشتراک می‌گذارد. در این سایت اخبار مربوط به تراکتورسازی همواره جایگاه ویژه‌ای داشته‌اند و بسیاری از اخبار مربوط به تراکتورسازی که در رسانه‌های بین‌المللی و به زبان انگلیسی منتشر شده‌اند نخستین بار در این سایت به اشتراک گذاشته می‌شود و سپس از طریق دیگر رسانه‌های جریان قوم‌گرا باز نشر می‌شود.

شیوه‌های تشویقی هواداران فوتبال در ترکیه از دیگر ابعادی است که هواداران تراکتور از ترکیه آموخته‌اند. فوتبال ملی و باشگاهی ترکیه در اروپا به هواداران پرشور، شیوه‌های منحصر به فرد تشویقی تماشاگران و درگیری‌های گاه و بیگاه طرفدارانش با هواداران دیگر تیم‌ها معروف است. این سه ویژگی همان‌هایی هستند که تراکتورسازی هم به آنها در ایران معروف است. در شبکه رسانه‌ای تراکتوری‌ها کلیپ‌ها و تصاویر متعددی را می‌توان مشاهده کرد که در آن شیوه‌های تشویقی تماشاگران ترکیه نشان داده شده است، این شبکه‌ی رسانه‌ای با بازنشر این کلیپ‌ها به عنوان فیلم‌هایی آموزشی طرفداران تراکتور را به الگو گرفتن از این فیلم‌ها دعوت می‌کنند. نزدیکی زبانی هواداران فوتبال در ترکیه و آذری‌های ایران هم باعث می‌شود که بسیاری از شعارها، کلمات و عبارات‌های رایج در ورزشگاه‌های ترکیه را در بازی‌های تراکتور هم بتوان به کار بست.

ترکیه از جمله کشورهایی است که حضور گسترده‌ی پرچم این کشور در اماکن عمومی آن معروف و قابل توجه است، برخلاف ایران که کاربرد پرچم ملی کشور بیشتر در مراسم رسمی و اداری است؛ در ترکیه پرچم این کشور در عرصه‌ی عمومی بسیار دیده می‌شود و مردم و دولت این کشور توجه خاصی بر حضور پرچم کشورشان در اماکن عمومی و اجتماعی دارند. این اصل شامل ورزشگاه‌های این کشور هم می‌شود و هواداران فوتبال در ترکیه علاوه بر پرچم کشورشان به کثرت استفاده از پرچم تیم باشگاهی مورد علاقه‌شان هم معروف هستند. کمتر هواداری را در ورزشگاه‌های ترکیه می‌توان یافت که شال و پرچم تیم مورد علاقه‌اش را به همراه نداشته باشد. تراکتوری‌ها هم از این روش الگوبرداری کرده‌اند و سکوه‌های ورزشگاه تبریز را در هر بازی این تیم آکنده از پرچم‌ها، شال‌ها و نمادهای قیرمیز می‌کنند. شیوه‌های مختلف چرخاندن و نمایش این پرچم‌ها و شال‌ها هم به صورت جمعی الگوبرداری شده از ورزشگاه‌های ترکیه است.

تا قبل از بازگشت تراکتور به لیگ برتر در سال ۱۳۸۸ روش‌های تشویقی، شعارها و واژگان رایج در ورزشگاه‌های ایران تقریباً در تمامی شهرها یکسان و به زبان فارسی بود ولی تماشاگران تراکتور با خود ادبیات، روش‌ها، عبارات‌ها و



زبان جدیدی را وارد فضای ورزشگاهی ایران کردند که بخش مهمی از آن الگو گرفته از ورزشگاه‌های ترکیه بود. برای مثال در همین بازی جنجالی نفت و تراکتور پیش از شروع مسابقه روش تشویقی «بیر، ایکی، اوچ» [یک، دو، سه] که روش ابداعی و معروف هواداران تیم بشیکتاش ترکیه بود توسط هواداران تراکتور در ورزشگاه اجرا شد. کلیپ این روش تشویقی هواداران بشیکتاش ترکیه از مدت‌ها قبل بارها در شبکه‌ی رسانه‌ای پشتیبان تراکتور باز نشر شده بود و در نهایت در بازی تراکتور و نفت این الگوی ترکیه‌ای در تبریز به اجرا در آمد.

پیش از این در تشریح ارتباط تراکتورسازی و زلزله‌ورزقان هم گفته شد که چگونه در ۱۳ آذر ۱۳۹۱ هواداران تراکتورسازی با الگوبرداری از هواداران بشیکتاش که به یاد زلزله‌زدگان وان در سرمای زمستان پیراهن خود را در ورزشگاه در آورده بودند؛ به یاد زلزله‌زدگان ورزقان در بازی پرسپولیس و تراکتور در ورزشگاه آزادی تهران پیراهن خود را در آورده بودند.

در آوردن پیراهن و نمایش پلاکاردی با مدعای بی‌توجهی دولت ایران به زلزله‌آذربایجان تنها حاشیه‌ی بازی تراکتور و پرسپولیس در تهران نبود. در این بازی امیت یاردیم سفیر ترکیه در ایران هم در جایگاه ویژه تماشاگران نشسته بود و بیننده‌ی بازی بود. برخی رسانه‌های داخل کشور حضور سفیر ترکیه در بازی تراکتورسازی را مشکوک دانستند و به دلیل شعارهای پان‌ترکیستی که توسط طرفداران تراکتورسازی در ورزشگاه‌ها مطرح می‌شود خواهان جدی گرفتن حضور سفیر ترکیه در بازی تراکتورسازی شدند. سفیر ترکیه در پاسخ به سوال خبرنگاران درباره‌ی علت حضور وی در ورزشگاه گفت: «خیلی دوست داشتم که بازی این دو تیم پرطرفدار را از نزدیک ببینم برای همین از طریق دوستان خوبم در پرسپولیس خواستم که در این بازی به ورزشگاه بیایم. من از زمانی که دنیزلی [سرمربی ترکیه‌ای] سرمربی پرسپولیس بود به این تیم علاقمند شدم و هنوز هم یکی از طرفداران این تیم هستم.» این پاسخ دیپلماتیک و انتشار تصویری که نشان می‌داد سفیر ترکیه به هنگام تماشای این بازی در ورزشگاه آزادی شال تیم پرسپولیس (و نه تراکتورسازی) را به گردنش انداخته باعث حل سوظن رسانه‌های داخلی به ارتباط تراکتورسازی و ترکیه شد.

مصطفی دنیزلی علاوه بر سفیر ترکیه محبوب هواداران و مدیران باشگاه تراکتورسازی هم هست. محبوبیتی که مطمئناً ترک بودن وی در آن بی‌تاثیر نیست. هرگاه که سرمربیان تراکتورسازی در نتیجه‌گیری دچار مشکل می‌شوند مصطفی دنیزلی به عنوان یکی از گزینه‌های پیشنهادی هواداران در شبکه‌ی رسانه‌ای حامی این تیم مطرح می‌شود. تحت همین فشار رسانه‌ای بود که سردار محمدحسین جعفری مدیرعامل وقت تراکتورسازی در سال ۱۳۹۱ اعلام کرد که برای پذیرش سرمربی‌گری تراکتور با مصطفی دنیزلی مذاکره کرده است اما وی این پیشنهاد را نپذیرفته است. می‌توان دنیزلی را به دلیل ترک بودنش در کنار تونی اولیویرا سرمربی کنونی تراکتورسازی محبوب‌ترین گزینه‌های هواداران برای هدایت این باشگاه دانست.

برگزاری اردوهای آمادگی در ترکیه پیش از شروع لیگ از دیگر عرصه‌های تاثیرگذاری ترکیه بر تراکتورسازی است. البته این مورد تراکتور تنها نیست و سایر تیم‌های ایرانی هم علاقه‌ی وافری به برگزاری اردوی آمادسازی در ترکیه دارند، در سال ۱۳۹۰ هفت تیم ایرانی و در سال ۱۳۹۳ هم هشت تیم ایرانی یعنی نیمی از تیم‌های لیگ برتر ایران در ترکیه اردوی آمادسازی برگزار کردند که تراکتورسازی یکی از آنها بود. این آمار نشان می‌دهد که ترکیه علاوه بر جذب چندین میلیون توریست ایرانی در جذب تیم‌های فوتبال ایرانی هم موفق عمل کرده است.

علاوه بر بارسلونا دیگر تیمی که به نوعی بر تراکتورسازی تاثیرگذار بوده باشگاه گالاتاسرای ترکیه است. گالاتاسرای پرافتخارترین و قدیمی‌ترین تیم فوتبال ترکیه محسوب می‌شود و به خصوص از سال ۲۰۰۰ که قهرمان جام یوفا و سوپر جام اروپا شد شهرتی جهانی پیدا کرد و بر تعداد طرفدارانش افزوده شد. پس از آن سال این تیم در ایران هم بین ترک‌ها طرفدارانی پیدا کرد. در فروشگاه‌های ورزشی سراسر کشور به خصوص شهرهای آذری می‌توان پیراهن‌ها و اقلام ورزشی این باشگاه را مشاهده کرد که خریدارانی دارد. در برخی از بازی‌های تراکتورسازی می‌توان پرچم‌های ترکیه و گالاتاسرای را دید که بر دستان طرفداران تراکتور قرار دارد. هواداران این تیم که در مناطق آذری‌نشین بیشتر هستند بازی‌ها و اخبار این تیم را از طریق کانال‌های ماهواره‌ای ترکیه دنبال می‌کنند و آنرا به نوعی الگویی برای تراکتور تلقی می‌کنند. در گفتمان و رسانه‌های هواداران تراکتور هم به کرات می‌توان دید که آرزو می‌کنند تراکتور به جایگاهی در حد گالاتاسرای برسد.

در سال ۱۳۸۹ مدیرعامل وقت باشگاه تراکتورسازی خبر از توافق نهایی با باشگاه گالاتاسرای ترکیه برای برگزاری دیدار دوستانه با این تیم در تبریز خبر داد و حتی تاریخ آنرا هم ۲۸ تیر ۱۳۸۹ اعلام کرد ولی پس از چند روز اعلام شد که به دلیل مشکلات مالی این دیدار لغو شده است. شبکه‌ی رسانه‌ای تراکتورسازی اما روایت دیگری از علت لغو این دیدار دوستانه داشتند و معتقد بودند نگرانی دستگاه‌های امنیتی از شعارها و پلاکاردهای هویت‌طلبانه در رویارویی با یک تیم ترک باعث لغو این مسابقه دوستانه شده است.

در جریان کشمکش‌های فدراسیون فوتبال ایران با صداوسیما درباره‌ی حق پخش لیگ برتر فوتبال ایران و اتحاد باشگاه‌های فوتبال ایران علیه صداوسیما؛ خبری منتشر شد مبنی بر اینکه باشگاه تراکتورسازی با شبکه TRT spor ترکیه برای پخش بازی‌های تراکتورسازی در حال مذاکره است. در آن مقطع شایعاتی هم مبنی بر تمایل کانال‌های ورزشی کشورهای امارات و قطر برای خرید حق پخش تمام بازی‌های لیگ ایران مطرح شد. هرچند مدیران باشگاه تراکتورسازی این خبر را تکذیب کردند ولی رسانه‌های جریان قوم‌گرا علت عدم تحقق آنرا مخالفت نهادهای امنیتی با این اقدام اعلام کردند. در مقطع دیگری شایعه‌ی خرید حق پخش بازی‌های آسیایی تراکتور توسط دو کانال ورزشی ترکیه مطرح شد که آنهم توسط مدیران باشگاه تکذیب شد. افزایش شهرت تراکتورسازی و طرح حاشیه‌های سیاسی این تیم در رسانه‌های ترکیه امکان تحقق این شایعه را دور از ذهن نمی‌کرد به خصوص که پس از وقایع دیدار نفت و تراکتور هم رسانه‌های ترکیه اخبار متعددی از این اتفاق منتشر کردند و به گسترش نام تراکتور در این کشور دامن زدند. در شبکه رسانه‌ای حامی تراکتور هم می‌توان کلیپ‌های متعددی از پخش اخبار و تصاویر مربوط به تراکتور در کانال‌های تلویزیونی ترکیه دید.

### **کمپین کارت قرمز و سفر استانی رئیس‌جمهور**

کمتر از یک هفته از بازی جنجالی تراکتور و نفت گذشته بود که موعد سفر استانی رئیس‌جمهور به استان آذربایجان شرقی در روز چهارشنبه ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۴ فرا رسید. بخشی از شبکه رسانه‌ای تراکتور که عمدتاً هم شامل شبکه‌های اجتماعی می‌شد با ابداع حرکتی به نام «کمپین کارت قرمز» مردم تبریز را دعوت به نشان دادن کارت قرمز به رئیس‌جمهور در جریان سفر وی به تبریز کردند. کمپین کارت قرمز حاوی چندین معنا و نماد بود:

۱. نمادی از کارت قرمزی که داور در بازی تراکتور - نفت به آندرانیک تیموریان بازیکن تاثیرگذار تراکتور نشان داد.

۲. نمادی از رنگ قرمز تراکتورسازی

۳. نمادی از نه گفتن به رئیس‌جمهور به دلیل وعده‌های چهارگانه‌ی محقق نشده‌ی وی به مردم آذربایجان (به تعبیر رسانه‌ها و افراد قوم‌گرا)

تصاویر موجود از صحنه‌های استقبال از رئیس‌جمهور چه در حین حرکت از فرودگاه تا محل سخنرانی عمومی و چه در ورزشگاه محل سخنرانی نشانگر آن است که صدها نفر از مردم تبریز کارت قرمز در دست دارند و آنرا به رئیس‌جمهور نشان می‌دهند. این حرکت خلاقانه و معنی‌دار در مدت کوتاهی از طریق رسانه‌های تراکتوری تبلیغ شد و تبدیل به نماد اعتراضی جدیدی در تاریخ باشگاه تراکتورسازی شد. این حرکت خلاقانه‌ی اعتراضی نشان داد که هواداران تراکتور علاوه بر شیوه‌های تشویقی در ابداع شیوه‌های اعتراضی هم خلاقیت قابل توجهی دارند. نمادی که بعید است به این زودی از عرصه‌ی اجتماعی آذربایجان زوده شود. احتمالاً با شروع لیگ برتر فوتبال و یا سفرهای آتی رئیس‌جمهور مجدداً شاهد حضور این نماد خواهیم بود.

علیرغم نارضایتی از اتفاقات بازی تراکتورسازی اما استقبال مردمی چشمگیری از رئیس‌جمهور در تبریز صورت گرفت که به گفته‌ی مردم بخشی از آنها فقط برای بیان اعتراض و خواسته‌ی خود در مورد رسیدگی به اتفاقات تراکتورسازی به مراسم سخنرانی آمده بودند.

علاوه بر کمپین کارت قرمز مردم تبریز مطالبه‌ی خود را بارها با شعار «آذربایجان اوياخدی، تیراخورا دایاقدی» [آذربایجان بیدار است، حامی تراکتور است] هم بیان کردند. این شعار در واقع شکل تغییر یافته‌ی شعار معروف آذربایجان اوياقدی، اینقیلابا دایاقدی» [آذربایجان بیدار است، حامی انقلاب است] بود که سال‌هاست در جریان راه‌پیمایی‌های رسمی در شهرهای آذری‌نشین فریاد زده می‌شود. به هنگام سخنرانی رئیس‌جمهور در ورزشگاه باغشمال تبریز چندبار بلندگوی مراسم شعار «آذربایجان بیدار است، حامی انقلاب است» را تکرار کرد ولی مردم در پاسخ شعار را تغییر می‌دادند و فریاد می‌زدند «آذربایجان بیدار است، حامی تراکتور است». به این ترتیب رایج‌ترین شعار انقلابی و رسمی آذربایجان توسط مردم تبریز به خاطر تراکتورسازی تغییر یافت تا مردم عمق نارضایتی خود از اتفاقات بازی تراکتور را نشان دهند.

دیگر شعاری که در این سخنرانی فریاد زده شد «آذربایجان میلیتی، چکنمز بو ذیللتی» [ملت آذربایجان نمی‌تواند این ذلت را تحمل کند] بود. پیش از سخنرانی رئیس‌جمهور؛ در جریان سخنرانی استاندار و نماینده ولی فقیه هم مردم مستمراً شعارهایی در حمایت از تراکتور سر می‌دادند. در جریان سخنرانی رئیس‌جمهور هم چندین مرتبه مردم با شعار «یالاندی، یالاندی» [دروغ، دروغه] به سخنان رئیس‌جمهور واکنش نشان دادند. با وجود نگرانی‌هایی قبلی و علیرغم وجود این حواشی سفر رئیس‌جمهور به تبریز بدون چالش‌چندانی انجام شد و تبری‌های ناراضی با شیوه‌هایی مسالمت‌آمیز و ابتکاری خواسته‌های خود را در برابر دیدگان رئیس‌جمهور مطرح کردند.

## جمع بندی

تقریباً می توان گفت تمام رسانه‌هایی که با گرایش‌ها و انگیزه‌های مختلف به تراکتورسازی می‌پردازند در این نظر باهم متفق‌القول‌اند که تراکتورسازی پدیده‌ای فراتر از یک تیم فوتبال است. تمامی این رسانه‌ها با اصل قرار دادن سکوهایی تراکتور و به حاشیه راندن تیم فوتبال این باشگاه از تراکتور تصویر رسانه‌ای منحصر به فردی خلق کرده‌اند که نتیجه‌اش رونق گرفتن کسب و کار خود رسانه‌هاست. حتی در این پژوهش هم در سطور فوق آنچه که درباره‌ی تراکتور گفته شد، تراکتوری بود که رسانه‌های مختلف از آن ساخته بودند، طبق جمله‌ی معروف ژان بودریار که جنگ خلیج فارس را جنگی ساخته شده توسط رسانه‌ها نامید، تیراخور را هم می‌توان تیمی برآمده از بازنمایی رسانه‌ها دانست.

رسانه‌های جریان قوم‌گرا، تراکتور را تبلور هویتی و ملی ترک‌های ایران نشان می‌دهند و سعی در هدایت آن به سمت ایدئولوژی خود دارند. رسانه‌های ضدجریان قوم‌گرا هم با پذیرش تصویری که قوم‌گرایان از تراکتور به عنوان تبلور هویتی نشان می‌دهند سعی در مقابله با این هدف دارند و مردم آذری ایران را وفادار به ایران و تمامیت ارضی ایران نشان می‌دهند. رسانه‌های سراسری داخل کشور هم که ایدئولوژی سیاسی خاصی ندارند برایشان اصل فروش بیشتر محصول تولیدی‌شان است و برای این هدف از حاشیه‌های تراکتور استفاده می‌کنند و بر آنها دامن می‌زنند.

بخشی از جذابیت و شور و هیجان تراکتور برای هوادارانش را باید ناشی از مقطعی دانست که این تیم به لیگ برتر صعود کرد. در سال ۱۳۸۸ در جریان تبلیغات انتخاباتی؛ شیوه‌های تبلیغاتی نامزدهای اصلی بیش از انتخابات گذشته خیابانی شده بود و شور و هیجانی جامعه را فرا گرفته بود که پیش از آن در سایر انتخابات سابقه نداشت. تبریزی‌ها که برای تبلیغ کاندیداهای مدنظرشان در حال شادی‌های خیابانی بودند با صعود تیم شهرشان به لیگ برتر این شادی انتخاباتی را با فوتبال هم ترکیب کردند. یک کاندیدای ریاست‌جمهوری ترک و یک تیم ترک باهم تلفیق شدند تا قالب و زمینه‌ای باشند برای ابراز شادی‌های اجتماعی و جمعی در جامعه‌ای که چندان مجال و عرصه‌ای برای ابراز آنها نیست. شاید اگر تراکتور در هر سالی غیر از ۸۸ لیگ برتری می‌شد اینچنین برای تبریزی‌ها شورانگیز نبود. تبریزی‌ها که به اندازه‌ی کافی برای تبلیغ هم‌استانی‌شان در خیابان‌ها بودند و او را بهانه‌ای برای رقص آذری و پایکوبی در خیابان‌های تبریز کرده بودند، با اتفاق خوشایند دیگری مواجه شدند که بر شادی آنها افزود. کاندیدای هم‌زبان‌شان فرجام خوشی نیافت ولی تیم‌شان هنوز بود و تا حدی می‌شد شادی‌های خیابانی و جمعی روزهای انتخابات ۱۳۸۸ را در بازی‌های تراکتورسازی تکرار کرد و تداوم بخشید. این تغییر مسیر چه آگاهانه و چه ناآگاهانه اتفاق افتاد و شادی‌های جمعی آن روزهای اولیه صعود تراکتورسازی به لیگ برتر تا چندین سال پس از آن هم به همراه تراکتور باقی ماند. صعود تراکتور در سال ۱۳۸۸ برای تبریزی‌ها بسیار شبیه آن هفته رویایی بود که در سال ۱۳۹۲ تمام مردم ایران تجربه کردند. مردم ایران که با اعلام خبر پیروزی حسن روحانی در خیابان‌ها بودند و شور و هیجان جمعی را تجربه می‌کردند با فاصله‌ای چند روزه دوباره برای صعود تیم ملی به جام جهانی به خیابان ریختند تا مجالی برای تخلیه‌ی تمام شادی‌ها و هیجان‌های جمعی پیدا کنند که حاکمیت چندان مجالی برای بروز آنها نمی‌دهد.

اگر تراکتور اینقدر برای آذری‌ها شورانگیز است شاید به خاطر آن است که نطفه‌ی تراکتور در لیگ برتر ایران در سال ۱۳۸۸ با شادی و شور جمعی حاکم در جامعه‌ی آن روز بسته شد و به همین دلیل هوادارانش نه به خاطر هویت ترکی و حفظ فرهنگ آذربایجان بلکه برای شادی جمعی و ابراز تمام مطالبات اجتماعی نادیده گرفته شده - که منحصر

به قوم خاصی هم نیست - آن نطفه‌ی اجتماعی و جمعی تراکتور را بال و پر دادند و تیراختور را به پدیده‌ای فراتر از فوتبال تبدیل کردند.

تراکتور بیش از آنکه عرصه‌ی تبلور خواسته‌های قومی آذری‌ها باشد عرصه‌ی تبلور خواسته‌های اجتماعی و سیاسی بخشی از جامعه‌ی ایران است. فقط آذری‌ها نیستند که مطالباتی اجتماعی از حاکمیت دارند؛ بلکه تمام مردم ایران مطالباتی از دولت دارند. در فضای اجتماعی ایران که کمتر می‌توان مطالبه‌ای جمعی را از دولتمردان خواست و آزادانه هر حرفی را زد؛ ورزشگاه‌ها جزو معدود فضاهایی است که ایرانی می‌تواند بدون واژه هر خواسته و سخنی را بگوید. ورزشگاه‌های ایرانی بیش از آنکه فضایی برای تماشای فوتبال باشند؛ فضایی برای تخلیه هیجان‌های فرو خفته‌ای است که در جایی جز ورزشگاه نمی‌توان آنها را بروز داد.<sup>۱</sup> در ساختار سیاسی موجود ایران که برگزاری تجمع غیردولتی و اعتراضی به ندرت امکان‌پذیر است و احزاب سیاسی محدودیت‌هایی برای برگزاری تجمعات سیاسی به خصوص در شهرستان‌ها دارند طبیعتاً در هر فضایی که گروهی از شهروندان دور هم جمع شوند ناخواسته این انبوهه به سمت مطالبات سیاسی و اجتماعی کشیده خواهد شد. سعی برای جلوگیری از بیان مطالبات مردمی از مسیرهای مناسب و متعارف نظیر رسانه‌ها، تشکل‌ها و احزاب موجب می‌شود مسیر بیان این مطالبات به سمت مسیرهای نامتعارفی چون ورزشگاه‌ها کشیده شود و شیوه‌هایی بیان و نوع مطالبات هم رادیکال‌تر شود. تلقی هر تجمع غیرحاکمیتی به تجمعی ضدحاکمیتی و پایین بودن آستانه تحمل باعث مواجهه ناصحیح با پدیده‌هایی چون تراکتورسازی و مطالبات فرهنگی اقوام ایرانی می‌شود و نتیجه‌ای جز بروز چالش‌ها و بحران‌های جدی ندارد.

ابعاد مختلف فوتبال ایرانی مقیاسی کوچک از ابعاد مختلف جامعه‌ی ایرانی است. مقیاس بزرگتر بازیکن، مربی، داور، مدیر، دلال، فساد، خبرنگار و هر آنچه که در فوتبال ایرانی حضور دارد را می‌توان در جامعه‌ی ایران هم یافت. به همین دلیل است که وقتی ۹۰ فوتبالی ساخته می‌شود و ابعاد پنهان فوتبال ایران را نشان می‌دهد اینچنین پربیننده می‌شود و تابوشکنی در صداوسیما محسوب می‌شود ولی وقتی ۹۰ سیاسی ساخته می‌شود و مقیاس‌های بزرگتر همین ابعاد مختلف فوتبال ایرانی را در جامعه ایرانی نشان می‌دهد با آن برخورد جدی می‌شود.

طرفداران تراکتور بیش از آنکه برای هویت جویی قومی به ورزشگاه بیایند برای شادی و هیجان جمعی به ورزشگاه می‌آیند ولی تصویرسازی رسانه‌ای از سکوه‌های ورزشگاه آنچنان است که شعارها و پلاکاردهای قومیتی اصل قرار می‌گیرد و شادی و نشاط جمعی حاصل از بازی‌های تراکتور در حاشیه قرار می‌گیرد.

اگر از سال ۱۳۸۸ از سکوه‌های تراکتور شعارهای قومیتی و هویتی شنیده می‌شود بیشتر به خاطر آن است که فعالان قومی در آن سال‌ها به جز ورزشگاه جایی برای بیان خواسته‌هایشان نداشتند. تا قبل از سال ۱۳۸۸ نشریات محلی، دانشجویی و انجمن‌های ادبی و فرهنگی متعددی وجود داشت که فعالان قومی مطالبات خود را از طریق آنها بیان می‌کردند ولی پس از سال ۱۳۸۴ که فضای سیاسی و اجتماعی و نشریات به سمت محدود شدن رفتند بسیاری از این رسانه‌ها و محافل داخلی بسته شدند تا عملاً جایی جز ورزشگاه برای بیان مطالبات قومی وجود نداشته باشد. برخی از این فعالان قومی از کشور خارج شدند و به جای رسانه‌های داخلی در رسانه‌های خارجی به فعالیت پرداختند و آنهایی

<sup>۱</sup> فیلم «آفساید» جعفر پناهی به خوبی این بعد از فضای ورزشگاه‌های ایران را نشان داده است.

هم که در ایران باقی ماندند سکوت چندساله‌ی خود را در بازی‌های تراکتور شکستند و به جای رسانه‌ها و محافل معمول یک تیم فوتبال را رسانه و محفل خود کردند.

انگیزه‌ی مردم آذربایجان از حضور در بازی‌های تراکتورسازی و حضور فعالان قومی در همین بازی‌ها بسیار شبیه انگیزه‌های این دو دسته از حضور در مراسمی است که به نام زادروز بابک خرم‌دین در قلعه‌ی بابک واقع در کلیبر برگزار می‌شد. در چند سال آخر منتهی به سال ۱۳۸۵ هزاران نفر از مردم آذربایجان به اسم زادروز بابک خرم‌دین در آخر هفته‌ی اول تیر ماه در قلعه‌ی بابک واقع در منطقه‌ی کلیبر استان آذربایجان شرقی جمع می‌شدند و همراه با موسیقی، رقص و شعر آذری و بسیاری تفریحات دیگر به شادی جمعی می‌پرداختند. هدف و انگیزه‌ی واقعی اکثریت افراد حاضر در آنجا چیزی جز تفریح، طبیعت‌گردی، کوه‌نوردی، لذت بردن از رقص و موسیقی آذری و شادی جمعی و عمومی نبود و کمتر اهداف و مطالبات سیاسی برایشان مهم بود ولی فعالان قومی با بیان مطالبات و شعارهای سیاسی در جمع افراد حاضر در قلعه بابک سعی در هدایت آن به سمت مسائل سیاسی و قومیتی داشتند. بیان شعارهای قومیتی و تجزیه‌طلبانه در قلعه بابک موجب شد محوطه قلعه بابک و بخشی از جنگل‌های ارسباران به بسیج واگذار شود تا آنجا را تبدیل به اردوگاه نظامی کند و کلا کسی اجازه ورود به آنجا را نداشته باشد. در حالی که هدف و انگیزه‌ی اصلی و اکثریت افراد حاضر در قلعه‌ی بابک چیزی جز شادی و تفریح جمعی نبود؛ به دلیل تحركات قوم‌گرایانه‌ی معدود افرادی در آنجا کل قلعه‌ی بابک منطقه نظامی شد و این مسیر شادی اجتماعی بسته شد. تا اینکه سه سال بعد از این اتفاق در سال ۱۳۸۸ با باز شدن فضای اجتماعی به دلیل انتخابات شادی دوباره به سطح عمومی جامعه بازگشت و صعود تراکتور هم به لیگ برتر این شیرینی را برای مردم تبریز تکمیل کرد. دوباره شیوه‌های شادی و نشاط جمعی رایج در قلعه بابک در بازی‌های تراکتور مجال بروز پیدا کرد. با هر پیروزی تراکتور همانند مراسم قلعه بابک رقص و موسیقی آذری در عرصه‌ی عمومی مجال حضور می‌یافت و مردم نه برای تراکتور که برای شادی و روحیه خودشان به خوشحالی می‌پرداختند. جریان اقلیت حاضر در قلعه بابک یعنی قوم‌گرایان هم که درهای قلعه بابک، نشریات و انجمن‌هایشان را بسته می‌دیدند به سمت ورزشگاه سوق یافتند و سعی در بهره‌برداری سیاسی از جمع حاضر در سکوهای تراکتور کردند. به نظر می‌رسد همراهی هواداران تراکتور با شعارهای قوم‌گرایانه بیش از آنکه ناشی از تعلق خاطر آنها به این قبیل شعارها باشد؛ ناشی از جو ورزشگاهی و انبوه توده‌های حاضر در کنار هم است. همچنین تعطیلی نشریات و محافلی که محلی برای فعالیت جریان‌های قوم‌گرا باشد جایی جز ورزشگاه برای این جریان نمی‌گذارد.

اگر نیمی از ورزشگاه تبریز با هواداران راهی شده از مناطقی غیر از تبریز پر می‌شود بیش از هر چیز به خاطر آن است که استان و شهر آنها تیمی در لیگ برتر و حتی لیگ دسته اول ایران ندارد. در سال‌های نخست حضور تراکتور در لیگ برتر سکوهای این تیم حتی در بازی‌های غیرحساس با تیم‌های معمولی لیگ برتر هم پر می‌شد، ولی به تدریج آن هیجان و شور اولیه کاهش یافت و بازی‌های تراکتور برای تبریزی‌هایی که بارها به ورزشگاه رفته بودند تکراری و عادی شد. در سال‌های نخست بازگشت تراکتور به لیگ برتر به دلیل تازگی و بدیع بودن آن برای تبریزی‌ها ورزشگاه را همیشه پر می‌کردند ولی رفته رفته که تکراری شد و به حد کافی لذت حضور در ورزشگاه را تجربه کردند مثل سایر پدیده‌ها برایشان عادی شد. آمار نشانگر آن است که میزان حضور هواداران تراکتور در بازی‌های این تیم با تیم‌های شهرستانی کاهش یافته و فقط در بازی‌های حساسی چون بازی با پرسپولیس، استقلال و سپاهان است که ورزشگاه

تبریز آکنده از جمعیت می‌شود. در همین بازی‌های حساس هم طبق گفته‌های مدیران ورزشی تبریز بیشتر تماشاگران از شهرهایی غیر از تبریز به ورزشگاه می‌آیند. در حالی که خود ساکنین تبریز به دلیل دسترسی راحت‌تر به ورزشگاه باید طبیعتاً انگیزه‌ی بیشتری برای حضور در بازی‌های تراکتور داشته باشند اما روند تدریجی عادی شدن این تیم و از بین رفتن تازگی سال‌های نخست صعود به لیگ برتر؛ رفته رفته تراکتورسازی را به ماهیت صرف فوتبالی‌اش در تبریز باز می‌گرداند.

تراکتور در لیگ ۹۳-۹۴ برای تبریزی‌ها بیش از سال‌های قبل فقط فوتبال بود و برای مردم سایر مناطق آذری نشین هم بیشتر بدان دلیل مهم است که شهر و استان خودشان تیمی در لیگ برتر فوتبال ندارد و در غیاب یک دلمشغولی جمعی، تراکتورسازی بهانه‌ای برای شادی و سرگرمی جمعی بود. دو سال قبل تیم فوتبال شهرداری اردبیل از دسته دوم لیگ فوتبال ایران به دسته اول صعود کرد و همین صعود باعث شد تا تعداد هواداران این تیم در استان اردبیل افزایش پیدا کند. این تیم تا هفته‌های پایانی لیگ دسته یک ۹۳-۹۴ امید صعود به لیگ برتر را هم داشت و قطعاً در صورت صعود این تیم به لیگ برتر بخشی از هواداران تراکتور که در استان اردبیل هستند، حمایت خود را از تراکتور به سمت شهرداری اردبیل معطوف می‌کردند. البته برای طرفدار شدن شهرداری اردبیل باید برخی از ویژگی‌هایی که برای تراکتورسازی تشریح شد نظیر اسم جذاب، شعارهای ترکی فوتبالی و ... را هم دارا باشد و گرنه سرنوشتی همچون تیم شهرداری تبریز و گسترش فولاد خواهد داشت که علیرغم حضور در لیگ برتر چندان هواداری ندارند. تقویت توان فنی شهرداری اردبیل از طریق جذب مربی و بازیکنان بهتر در صعود این تیم به لیگ برتر موثر خواهد بود و باعث کاستن از حاشیه‌های سکوه‌های تیم تراکتور خواهد شد. مشابه این طرح را می‌توان برای تیم‌هایی از استان‌های آذربایجان غربی و زنجان هم اجرا کرد البته با همان شروطی که گفته شد یعنی اسمی جذاب و برآمده از فرهنگ بومی مردم آن منطقه. این طرح در صورتی که بدون دقت لازم اجرا شود چه بسا موجب خواهد شد حوادث رخ داده در سکوه‌های تراکتور در سکوه‌های این تیم‌ها هم تکرار شود ولی اگر تجربه‌ی به دست آمده از بازی‌های تراکتور به خوبی در مورد این تیم‌ها هم اعمال شود می‌توان از بروز حاشیه‌های غیرفوتبالی در سکوه‌های این تیم جلوگیری کرد، همانگونه که در سال‌های اخیر حاشیه‌های غیرفوتبالی تراکتور کاهش یافته بود و آن را به فوتبال صرف تقلیل داده بود. کاهش تدریجی تماشاگران تراکتورسازی همراه با کاستن شدن از میزان شعارهای قومیتی در سکوه‌های این تیم است. در واقع تراکتورسازی تا قبل از رخدادهای عجیب بازی نفت و تراکتور در حال بازگشت به ماهیت صرف فوتبالی‌اش بود ولی آن بازی عجیب مجدداً تراکتورسازی را درگیر حاشیه‌های غیرفوتبالی کرد و دوباره توپ این تیم را به زمین سیاست فرستاد. یکی از مدعاهای همیشگی جریان قوم‌گرا این است که حاکمیت ایران (فارس‌ها) مانع قهرمانی و سربلندی تراکتور می‌شود، در صورت قهرمانی تراکتور در لیگ برتر این مدعا برای همیشه باطل می‌شد و بهانه‌ی دیگری برای قوم‌گرایان وجود نداشت که از طریق آن تراکتور را درگیر حاشیه‌های سیاسی کنند. همانگونه که قهرمانی تراکتور در جام حذفی سال گذشته این مدعای قوم‌گرایان را باطل کرد، در صورت قهرمانی تراکتور در لیگ برتر دیگر برای همیشه بطلان ادعاهای قوم‌گرایان ثابت می‌شد اما آن وقایع عجیب در بازی نفت و تراکتور بیش از هر کس به سود قوم‌گرایان بود تا با تکیه بر آن بر صحت مدعای خود تاکید ورزند.

اتفاقات بازی تراکتور و نفت به نحوی بود که حتی کسانی را هم که فوتبالی نبودند و چندان درگیر بازی‌های تراکتور نبودند را هم به واکنش وا داشت. این اتفاقات باعث شد تا غیرفوتبالی‌ها هم شواهد را برای پذیرش مدعی قوم‌گرایان مبنی بر وجود توطئه‌ای در خصوص جلوگیری از موفقیت تراکتور به صورت خاص و ترک‌ها به صورت اعم؛ کافی بدانند و تمام اتفاقات را برنامه‌ریزی شده تلقی کنند. بعد از آن هم که نتیجه‌ی بررسی کمیته تحقیق وزارت ورزش بعد از حدود یک ماه تحقیق به صدور احکامی نظیر محرومیت داور، ناظر، گوینده‌ی ورزشگاه، رئیس کمیته داوران و توییح برخی مسئولان ورزشی تبریز منجر شد؛ همچنان مسئله‌ی اصلی یعنی معرفی عامل پخش خبر دروغ تساوی ۲-۲ بازی سپاهان و سایپا نامشخص باقی ماند تا آذری‌ها این احکام را ناکافی و نمایشی تلقی کنند. همچنان گره اصلی ماجرا ناگشوده مانده است و تا زمانی که عامل یا عاملان پخش خبر دروغ تساوی ۲-۲ بازی اصفهان معرفی نشود نمی‌توان پرونده این بازی را مختومه دانست. احکام محرومیت هم فقط شامل حال افراد رده‌پایین شده است و نامی از مسئولان رده بالای وزارت ورزش و فدراسیون فوتبال در آن دیده نمی‌شود. این نوع رسیدگی نه تنها بر حل شبهات کمکی نکرد بلکه بر مشکلات هم افزود و به نوعی نشان‌گر سرپوش گذاشتن بر ماجرا بود تا روشن کردن ابهامات آن. تیراخور و حتی مسائل قومیتی مسئله و مطالبه‌ی اول مردم آذربایجان نیست، همانند سایر مردم ایران داشتن رفاه، زندگی باکیفیت و شرایط اقتصادی مناسب مطالبه‌ی اول مردم آذربایجان است ولی در صورتی که این مطالبات اولویت‌دار دچار اخلال شود؛ نارضایتی جمعی شکل می‌گیرد و در نبود مجراهای اعتراضی مناسب چه بسا این مطالبات به کانال قومیتی کشیده شود و از این طریق بیان شود.

مطالبات قومیتی در آذربایجان بیش از آنکه مطالبات سیاسی و اقتصادی باشد مطالبات فرهنگی است، مطالباتی نظیر تدریس زبان ترکی در مدارس، انتشار آزاد کتب و رسانه‌ها به زبان ترکی، تصویر ترک‌ها در رسانه‌ها به خصوص در صداوسیما، گرامیداشت مناسبت‌ها و سنن فرهنگی آذربایجان، استفاده از موسیقی و رقص آذری در عرصه‌ی اجتماعی، نامگذاری اماکن و مسائلی از این قبیل. برخلاف سایر مطالبات قومیتی موجود در سایر مناطق ایران نظیر بلوچستان، کردستان و خوزستان خواسته‌های اقتصادی و سیاسی به مراتب کم‌رنگ‌تر است، چرا که اساساً از نظر شاخص‌های اقتصادی و سیاسی آذربایجان وضعیت بهتری نسبت به کردستان، بلوچستان و خوزستان دارد و در برخی شاخص‌ها از متوسط کشوری هم بالاتر است. با پاسخ فرهنگی، غیرسیاسی و غیرانتظامی به مطالبات فرهنگی موجود در آذربایجان باید مانع انحراف و گسترش این مطالبات به سایر عرصه‌ها شد، در غیر این صورت پیوند مطالبات فرهنگی با نارضایتی‌ها و بحران‌های اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی پیش روی جمهوری اسلامی ایران شرایط را پیچیده‌تر خواهد کرد.

تدریس ادبیات اقوام ایرانی در مدارس در اصل ۱۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصریح شده است و همین ماده‌ی قانونی مطالبه‌ی اصلی جریان قومی در آذربایجان است. با اجرایی شدن این ماده‌ی قانونی بهانه‌ی بزرگی از جریان قوم‌گرای آذربایجان گرفته خواهد شد و از سوی دیگر مردم را هم به وجود ظرفیت‌های قانونی و مدنی برای برآورده‌سازی مطالبات اجتماعی و فرهنگی امیدوار خواهد کرد. در صورتی که این مطالبه‌ی اصلی و قانونی برآورده شود؛ با بروز هر چالشی در آذربایجان (نظیر وقایع تراکتورسازی) تا حد زیادی استرس و احتمال پیوند خوردن آن چالش با مسائل قومی وجود نخواهد داشت. تدریس ادبیات ترکی در مدارس به معنای خلع سلاح قوم‌گرایان در تبلیغات و



مدعاهای ضدایرانی است. اجرای این اصل به معنای امتیاز دادن به جریان‌های قوم‌گرا نیست بلکه به معنای اجرای یکی از اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران است. اگر حکومت‌ها در شرایط عادی به مطالبات قانونی مردمان‌شان پاسخ شایسته ندهند در شرایط بحرانی ناچار به دادن امتیازاتی به مخالفانشان می‌شوند که فراتر از مطالبات اولیه است.

در نهایت باید گفت که به نظر نمی‌رسد خود تیم تراکتورسازی و حواشی همراه آن به تنهایی برای بروز چالش‌هایی جدی در آذربایجان کافی باشد ولی ترکیب و انباشت این پدیده با مطالبات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، محیط‌زیستی و فرهنگی جامعه‌ی ایران - نه فقط استان‌های آذری - ممکن است نقش جرقه‌ای برای افروخته شدن هیزم‌های انباشته شده‌ای را ایفا کند که سمت و سو و ابعاد شعله‌ی آن غیرقابل پیش‌بینی است. اگر در میان مردم آذربایجان نارضایتی از حاکمیت وجود داشته باشد بیشتر ریشه در ناکارآمدی مدیریتی حاکمیت، مشکلات اقتصادی و کلان جامعه دارد و مطالبات قومی در حاشیه‌ی این مسائل قرار دارد. برخلاف تصویر ارائه شده توسط رسانه‌های جریان قوم‌گرا - و گاه رسانه‌های غیر قوم‌گرا - تراکتور نه ابزار هویتی و سیاسی مردم آذربایجان؛ بلکه غالباً ابزار نشاط جمعی و شادی عمومی آنهاست و انگیزه‌ی اکثریت مردم آذربایجان از هواداری این تیم بیشتر نوعی سرگرمی و فراغت است. باید اذعان کرد که مردم آذربایجان روایت رسانه‌های قوم‌گرا مبنی بر تعددی بودن اتفاقات بازی تراکتور و نفت را بیشتر پذیرفته‌اند و اعتمادی به روایت رسمی منتشر شده توسط ارگان‌های دولتی ندارند.

منابع

-