



www.shahrsazonline.com



مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران

شناسایی وضعیت و ابعاد هویت اجتماعی شهروندان تهرانی و راه‌های ارتقای آن

تیر ماه ۱۳۹۰

گروه مدیریت مطالعات و برنامه‌ریزی امور اجتماعی و فرهنگی

مجری طرح: حسین اکبری

ناظر عالی: معاونت پژوهشی؛ دکتر موسی کمانرودی - دکتر مرتضی قورچی

ناظر علمی: شرکت مهندسی مشاور سبزاندیش پایش (ساپ)

ناظرین داخلی: مهندس محبوبه ایزدپناه - مهندس اردلان قره‌گزلو - دکتر کامبیز مصطفی‌پور

کارشناسان داخلی: مهندس کورش علی رضایی پرتو - مهندس جمال رشیدی - مهندس حمیده فرهمندیان

گرافیک و صفحه‌آرایی: یعقوب قاسمی، اکرم رحیمی

نشانی: تهران، خیابان شریعتی، پل رومی، خیابان شهید اکبری، نبش خیابان شهید آقابزرگی، شماره ۳۲

تلفن: ۰۳-۲۲۳۹۲۰۸۰ <http://rpc.tehran.ir>

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران است و استفاده از مطالب آن صرفاً با ذکر

مأخذ بلامانع می‌باشد. ضمناً متن (WORD, PDF) بر روی سایت فوق قابل دریافت است.

سخن نخست

اندیشمند کرامی

با سلام

مدیریت بهینه، حفظ پویایی و ارتقاء نوآوری هر سازمان نیازمند تجربه و تحلیل صحیح محیط، انتخاب بهترین اهداف و راهبردها، ارتقاء توانمندی‌های سازمان و اقدام مؤثر در جهت تأمین هدف‌های تدوین شده است.

بی‌شک دستیابی به این مهم، فارغ از مطالعه، پژوهش و تدبر و تحقیق در امور امکان‌پذیر نمی‌باشد. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران با توجه به فلسفه وجودی و ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خود به مدیریت فرایندهای پژوهشی و انجام مطالعه و پژوهش در خصوص مسائل مدیریت شهری می‌پردازد، تا انجام فرایندهای پیش‌گفته را برای مدیران، صاحب‌نظران و پژوهشگران حوزه مدیریت شهری تسهیل نماید.

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع این مرکز، تحریر و نشر گزارش‌های موضوعی و نتایج حاصل از مطالعات تخصصی را وظیفه خود دانسته و بر این باور است که بواسطه چنین اقدامات و گزارش‌هایی، زمینه دستیابی به توسعه پایدار شهری در سایه مدیریت یکپارچه ممکن می‌شود.

امید است با بهره‌مندی از نظرات ارزشمند جنابعالی، در ارائه موثرتر این آثار، گام برداریم.

محمود عسکری آزاد

رئیس مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران

چکیده

از جمله پیامدهای مهم حاصل از ورود به دوره مدرنیته، افزایش شهرنشینی و تکثر و تنوع در بنیان‌های هویتی شهروندان، به خصوص در کلانشهرهاست. شهرنشینی نیز در ایران طی چند دهه اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. این امر به ویژه در مورد شهر تهران کاملاً مشهود است. امروزه تهران به علت مهاجرت بی‌رویه، به شهری با تنوعات فرهنگی و قومی بالا تبدیل شده است. چنین وضعیتی باعث گردیده تا ماهیت روابط اجتماعی در شهر تهران دگرگون شود. گزارش حاضر به بررسی «وضعیت و عوامل موثر بر هویت اجتماعی در شهر تهران» پرداخته است تا ماهیت و ابعاد هویت شهروندان تهرانی را نشان دهد. هویت اجتماعی مفهومی است که از دیدگاه‌های مختلفی به آن پرداخته شده است. متفکرین گوناگون با توجه به نحله فکری خود، نگاهی خاص به این مقوله دارند. به طور کلی هویت اجتماعی ماهیت و وضعیت تعلق شهروندان را به مقولات اجتماعی مختلف نشان می‌دهد که در این تحقیق، «هفت» بعد برای هویت اجتماعی تعریف و مورد بررسی قرار گرفته است:

الف) هویت جنسیتی؛

ب) هویت خانوادگی؛

ج) هویت محله‌ای؛

د) هویت اجتماعی شهری؛

ذ) هویت قومی؛

هـ) هویت ملی؛

و) هویت دینی.

نمونه مورد بررسی ۶۶۰ نفر از شهروندان ۱۵ سال به بالای ساکن مناطق ۲۲گانه شهر تهران بودند که با استفاده از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه، داده‌های مورد نیاز گردآوری شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از ابعاد هفتگانه هویت اجتماعی، هویت جنسیتی ۸۲/۹ درصد شهروندان، هویت خانوادگی ۹۲/۷ درصد شهروندان، هویت محله‌ای ۵۰ درصد شهروندان، هویت اجتماعی شهری ۳۶/۲ درصد شهروندان، هویت قومی ۴۷ درصد شهروندان، هویت ملی ۸۸/۲ درصد شهروندان و هویت دینی ۵۶/۷ درصد شهروندان در حد بالایی است و سایر شهروندان دارای هویت متوسط یا پایین هستند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که «جنسیت» و «رضایت از زندگی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت جنسیتی، «رضایت از زندگی» و «رضایت از وضعیت مالی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت خانوادگی، «ارزیابی از ناپه‌نجاری‌های اجتماعی در محله» و «اعتماد به سایر شهروندان» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت محله‌ای، «رضایت اجتماعی» و «اعتماد اجتماعی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت اجتماعی شهری، «تحصیلات» و «احساس نابرابری اجتماعی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت قومی، «نگرش به غرب»، «تحصیلات» و «احساس امیدواری به آینده» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت ملی، و نیز مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت دینی شهروندان نگرش به غرب و احساس امیدواری است.

در انتها با تحلیل یافته‌ها، نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری ابعاد مختلف هویت اجتماعی شهروندان تهرانی استخراج و دست‌آخر راهکارهایی جهت ارتقای آنها ارائه گردیده است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	مقدمه و بیان مسئله
۱۰	ضرورت و اهمیت تحقیق
۱۱	اهداف مطالعه
۱۲	مفاهیم و دیدگاهها
۱۲	هویت اجتماعی
۱۵	روش‌شناسی تحقیق
۱۵	مشخصات پاسخگویان
۱۷	یافته‌های تحقیق
۱۷	وضعیت هویت اجتماعی در شهر تهران
۱۷	هویت جنسیتی
۱۷	هویت خانوادگی
۱۹	هویت محله‌ای
۲۲	هویت اجتماعی شهری
۲۴	هویت قومی
۲۶	هویت ملی
۲۹	هویت دینی
۳۰	شناخت نگرش‌ها، قوت‌ها و ضعف‌های هویت اجتماعی
۳۰	هویت خانوادگی
۳۳	هویت محله‌ای
۳۴	هویت اجتماعی شهری
۳۵	هویت قومی
۳۷	هویت ملی
۳۹	هویت دینی
۳۹	تحلیل یافته‌ها و ارائه راهکارهای ارتقا هویت اجتماعی در شهر تهران
۴۰	راهکارهای تقویت هویت جنسیتی

۴۰ راهکارهای تقویت هویت خانوادگی
۴۱ راهکارهای تقویت هویت محله‌ای
۴۲ راهکارهای تقویت هویت ملی
۴۲ راهکارهای تقویت هویت دینی
۴۳ بررسی گزینه‌های مناسب و عملی برای رفع تنگناهای موجود در مسائل مربوط به هویت شهری
۴۴ تحلیل براساس SWOT
۴۴ تحلیل محیط داخلی (نقاط قوت)
۴۴ تحلیل محیط داخلی (نقاط ضعف)
۴۵ تحلیل محیط خارجی (نقاط فرصت)
۴۶ تحلیل محیط خارجی (نقاط تهدید)
۴۶ راهبردها
۴۶ راهبردهای SO
۴۷ راهبردهای WO
۴۸ راهبردهای ST
۴۹ راهبردهای WT
۵۱ منابع

مقدمه و بیان مسئله

هویت اجتماعی به این دلیل که پاسخگوی سئوالات اساسی در بعد تکالیف جامعه‌ای می‌باشد برای افراد جامعه فراهم‌کننده پایه و پشتوانه فکری برای رفتار و اندیشه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. این در حالی است که امروزه افزایش ارتباطات جهانی و جهانی‌شدن، باعث ایجاد تغییرات فرهنگی بسیاری در جوامع مختلف شده است. رواج ارزش‌های گوناگون، قرار گرفتن در معرض اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف، انسان امروزی را در چنان از خودبیگانگی فرو برده که خود را به فراموشی سپرده است. شخصیت انسان امروزی معجونی است از کثرت ارزش‌ها و هنجارهای (ناهمخوان) که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است. تحولات سریع اجتماعی و فرهنگی، احساس بی‌قدرتی سیاسی و گرفتار شدن در روند اقتصاد جهانی شده، شخصیت انسان امروزی را در چنان بی‌ثباتی قرار داده که نمی‌داند «کیست» و «چه می‌خواهد» و «به کجا می‌رود». بنابراین امروزه با توجه به کثرت هویت‌های کسب شده توسط فرد در جامعه، هویت ملی دچار نقصان شده و پایه و اساس شخصیت متعهد به جامعه مورد تهدید قرار گرفته است.

این روند به ویژه در کشورهای در حال توسعه نمود بیشتری دارد. این جوامع که تا چندی پیش دارای ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های ویژه خود بوده‌اند، با هجوم انواع مظاهر فرهنگی - اجتماعی غرب، دچار نوعی تناقض و بی‌هویتی شده‌اند. همان‌گونه که «کاترین تهرانیان» اشاره می‌کند، به عنوان یک نتیجه عصر مدرن، هویت ملی معمولاً با دو نیروی متناقض اصلی معین می‌شود: نیروهای جهانی شدن^۱ از یک سو و نیروهای محلی‌گرایی^۲ از سوی دیگر، که به طور همزمان هویت ملی را کامل و تکه تکه می‌کنند و هر دو پدیده به وسیله روندهای ارتباطات رسانه‌ای تقویت می‌شوند (تهرانیان، ۱۹۹۸: ۲۱۱).

شناخت هویت اجتماعی در هر شهر، ارتباط نزدیکی با هویت مدنی و تجربه فرآیندهای زندگی شهری دارد. به عبارت دیگر درک از هویت اجتماعی و مدنی زمانی میسر است که تصویری درست از مفهوم هویت نزد ما وجود داشته باشد. هویت در دوران اخیر، به یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین مسایل حوزه‌های مختلف فرهنگ و زندگی مردم در جوامع جدید به ویژه در کشورهایمانند ایران تبدیل شده است. به دلیل اهمیتی که این موضوع در سرنوشت سیاسی و اجتماعی توده‌ها و نیز استقلال و آزادی آنان دارد مورد توجه و علاقه منتقدان و نویسندگان اجتماعی و فرهنگی قرار گرفته است. در برابر جریان

1- Globalization

2- Locality

توفنده امواج فرهنگی بیرونی، موضوع بازشناسی هویت و احیای آن در نواحی شهری به رسالتی مهم در برنامه‌ریزی شهری، سیاست‌گذاری شهری و تعیین ساختار فرهنگی در شهرهای بزرگ و کوچک تبدیل شده است. به نظر می‌رسد با توجه به ظهور شکل‌های مختلف از مسخ هویت اجتماعی و فرهنگی در مناطق شهری و آثار و نتایج منفی آن در کارکرد عناصر اجتماعی و روان‌شناختی در شهرها، لازم است این مساله به ویژه در ارتباط با فضای جغرافیایی و مکانی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. در طی دهه‌های اخیر، شهرها و فضاهای شهری در سیر تحول و فرآیند گذار نوین خود به تبع تحولات ناشی از اندیشه جهانی شدن، دستخوش تغییرات و دگرگونی‌های شگرفی شده‌اند. در این روند، رابطه گذشته و کنونی فضاهای شهری از هم گسیخته و در ارتباط معنا میان انسان و محیط زندگی او، فاصله و شکاف مهمی ایجاد شده است. شکاف موجود مقدمه جدایی مکانی و شکل‌گیری فضاهای شهری عاری از پیوستگی‌های اجتماعی است. از نظر جغرافیای اجتماعی، تعلق انسان به محیط زندگی از جمله عوامل عمده و زمینه‌ساز تولید روابط مشترک جمعی است. افراد انسانی بر حسب شرایط مختلف در طول تاریخ توانسته‌اند با اسکان در حوزه‌های خاص جغرافیایی، امکان حیات جمعی را برای خود ایجاد و گسترش دهند. ایجاد فاصله فضایی میان انسان و محیط از جمله عوارض و نتایج توسعه صنعتی تلقی می‌شود که در آن محیط‌های اجتماعی یکی از عناصر اساسی پیوند درونی خود را از دست داده‌اند. شرایط فوق در بعد عمومی شکل شهر و محیط‌های انسان ساخت به سمت متحدالشکل شدن، گمنامی شهرنشینان، شباهت امور، عام شدن وضعیت‌ها، عدم تشخیص و تمایز، استانداردیزه شدن و جهان شمولی و جهانی شدن حرکت کرده است و در بعد محلی، چپستی فضاهای شهری تحت تاثیر طرح‌های شهری جنبش مدرن مورد پرسش قرار گرفته و دستخوش تغییرات وسیع شده است. دخالت عقلانی و صنعتی انسان در محیط سبب شده که مقوله هویت از ابعاد فیزیکی و اکولوژیک آن فراتر رفته و به ابعاد فرهنگی و اجتماعی نزدیک‌تر شود.

ضرورت و اهمیت تحقیق

هویت به عنوان شالوده هستی‌شناختی یک فرد جزء اساسی‌ترین مسائلی است که نسل امروز با آن درگیر است. پاسخگویی به سوالات درباره‌ی «خود» و «ریشه خود» با وجود هجوم انواع عناصر ناهمخوان، اهرمی است که سرنوشت آینده هر اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ زیرا اعضای اجتماع در صورتی می‌توانند در راه آبادانی و سازندگی اجتماع خود گام بردارند که به آن احساس تعلق داشته باشند.

دانستن اینکه «من» که هستم؟ دانستن این است که «من» کجا قرار دارم. هویت من به وسیله پابندی‌ها و تشخیص‌هایی تعریف می‌شود که فراهم‌کننده‌ی چارچوب یا افقی است که از درون آن می‌توانم در هر مورد تلاش کنم و به تعیین آنچه خوب یا ارزشمند است یا باید انجام پذیرد و یا باید از آن حمایت یا با آن مخالفت کنم بپردازم. دانستن این که «من کیستم؟» جهت‌گیری به سمت فضایل اخلاقی است که در آن پرسش‌هایی مربوط به خوب و بد، اصلی و فرعی پدیدار می‌شوند. بخشی از چنین رهیافتی به مفهوم هویت، معطوف به رشد تاریخی پای‌بندی‌های جهان شمول و تشخیص‌هایی خاص مانند ملیت است. بخش دیگر مساله به پرسش درباره‌ی «چه کسی» مربوط می‌شود که به معنای قرارداد یک فرد به مثابه‌ی هم‌سخنی بالقوه در اجتماع هم‌سخنان است. این امر با درک هویت خویش در آینه روابطمان با دیگران و نقش‌های اجتماعی‌مان سر و کار دارد. به منظور پاسخ‌گویی به چنین پرسشی لازم است که فرد موقعیت خویش را بشناسد (توحیدفام، ۱۳۸۰: ۳).

در یک کلام می‌توان گفت: اینکه «من کیستم» و «چه بوده‌ام» تعیین‌کننده «چه خواهم شد» است. بنابراین آگاهی و تقویت هویت اجتماعی می‌تواند تضمین‌کننده احساس پیوند و از خودگذشتگی به اجتماع باشد. در شهرهای امروزی مانند تهران که در روند رشد سریع و برق‌آسای چند دهه به یک ابرشهر تبدیل شده است، اهمیت این امر دو چندان است. شهروندان این کلانشهر با مهاجرت از نقاط دیگر به مکان جدیدی پا گذاشته و زندگی می‌کنند در حالی که هویت‌شان در مکان دیگری شکل یافته است و در شهر جدید با اقتضائات و عناصر هویتی جدید و بعضاً ناهمخوان با هویت قبلی خود مواجه شده‌اند. بنابراین افراد در این مسیر یا باید هویتی جدید را شکل دهند و یا دچار نوعی سردرگمی هویتی شوند. البته با توجه به لایه لایه بودن هویت اجتماعی، این سردرگمی در برخی از لایه‌ها به ویژه آنها که با زندگی شهری گره خورده‌اند، نمود بیشتری دارد. این سردرگمی در وهله اول نمی‌تواند پیوند و تعلق برای فرد به همراه آورد و یک شهروند در این کلانشهر ساکن می‌شود که فاقد پیوستگی لازم با شهر خود است.

اهداف مطالعه

هدف اصلی پژوهش حاضر، «شناسایی و ارزیابی ابعاد و عناصر هویت اجتماعی و راهکارهای ارتقای آن در بین شهروندان تهرانی» است. در ذیل این هدف کلی، اهداف جزئی زیر دنبال می‌شوند:

- بررسی ابعاد و مولفه‌های هویت اجتماعی؛

- شناسایی ویژگی‌ها و مولفه‌های هویت اجتماعی در شهر تهران (تعریف شهروندان از هویت و تعیین جایگاه خود در مقولات هویتی)؛
- شناسایی (تطبیقی) خطوط تمایز یا اشتراک هویت مدنی در تهران با سایر ابعاد هویت اجتماعی (هویت ملی، هویت قومی) در این شهر؛
- شناسایی گزینه‌های مناسب و عملی برای رفع تنگناهای موجود در مسایل مربوط به هویت اجتماعی در شهر تهران.

مفاهیم و دیدگاه‌ها:

هویت اجتماعی

پیشینه مسئله هویت^۱ به آغاز تاریخ انسان باز می‌گردد. انسان‌ها از دیرباز، به دنبال تعریف و شناسایی خویش، قبیله، قوم و ملت و نیز کشف تمایزات خود از دیگران بوده‌اند. مفهوم هویت، در حقیقت پاسخی به سؤال «چه کسی بودن» و «چگونه شناسایی شدن» است. پاسخ به این سؤالات است که یک فرد چگونه خود را از هم نوع خود متمایز می‌کند؛ ارزش‌های او را از ارزش‌های دیگری ممتاز می‌نماید؛ تعلق خود را به گروه خاصی نشان می‌دهد، و بالاخره هویت جمعی‌اش را تعریف می‌کند و نشان می‌دهد که او کیست و به چه جامعه‌ای تعلق دارد و دارای چه ارزش‌هایی است. سؤالاتی پیش گفته در درون چارچوب‌های سیاسی و اجتماعی مختلف، پاسخ‌های متفاوتی را دریافت می‌کند. بر این اساس هویت فردی و جمعی انسان‌ها تا حد بسیاری محصول شرایط اجتماعی و سیاسی آنهاست و این همزیستی اجتماعی - سیاسی انسان‌هاست که پرسش‌ها و نیز پاسخ‌های آنان را درباره‌ی خودشان شکل می‌دهد. هویت اجتماعی در کلی‌ترین مفهوم آن به خودآگاهی یک شخص در رابطه با دیگری اشاره دارد؛ با این وجود در روان‌شناسی اجتماعی، با یک مفهوم خاص‌تر؛ یعنی خودآگاهی در چارچوب عضویت یک فرد در گروه‌های اجتماعی مختلف، تداعی می‌شود. این مفهوم‌پردازی از واژه هویت بیش‌تر مرهون مطالعات «جی. اچ. مید»^۲ است که بر مفهوم اجتماعی «خود» تأکید می‌کند. به باور او «تجربه افراد از خودشان، از منظر اجتماعی است که به آن تعلق دارند. این مسئله برای تشخیص جنبه عمومی (یا اجتماعی) هویت از جنبه خصوصی‌تر آن (یا شخصی)، اهمیت دارد» (احمدلو، ۱۳۸۱: ۸۳).

1- Identity

2- G.H.mead

هر شخص از طریق محیط اجتماعی که بدان تعلق دارد یا رجوع می‌کند، هویت خود را می‌سازد و توسعه می‌دهد. از دیدگاه اریکسون، شرایط اجتماعی سومین عامل در شکل دادن و سامان دادن به شخصیت افراد می‌باشد. «هویت اجتماعی یک فرد به خصوصیات و مشخصات و تفکراتی اشاره می‌کند که فرد آنها را از طریق اشتراکات اجتماعی و عضویت در گروه‌ها و مقوله‌های اجتماعی کسب می‌کند» (احمدلو، ۱۳۸۱: ۸۳). با توجه به چنین تعریفی، هویت اجتماعی را می‌توان نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرآیند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی دارای چه ویژگی‌هایی است و چه جایگاهی دارد؟ به بیان دیگر، فرآیند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنش‌گر اجتماعی فراهم می‌سازد تا برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود، پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. در واقع، هویت معطوف به بازشناسی مرز میان خودی و بیگانه است که عمدتاً از طریق همسنجی‌های اجتماعی و انفکاک درون گروه از برون گروه‌ها ممکن می‌شود. اهمیت تمایزات، تنش‌ها و ستیزهای گروهی، حتی در شرایط عدم تضاد منافع، از این جنبه هویت ناشی می‌شود (گل‌محمدی، ۱۳۸۰: ۱۹۶). بنابراین هویت اجتماعی هویتی است که فرد در فرآیند اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها یا واحدهای اجتماعی موجود در جامعه، کسب می‌کند و مشخص‌ترین آنها، گروه یا واحد اجتماعی یا حوزه و قلمروی است که «خود» با ضمیر «ما» به آن اشاره می‌کند و خود را از لحاظ عاطفی و تعهد و تکلیف، متعلق و منتسب و مدیون به آن می‌داند (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۴۲).

افراد جامعه، این هویت جمعی را در فرآیند اجتماعی شدن و زندگی در جامعه کسب می‌کنند و هویت جمعی آنان بستگی به نوع ارتباطی دارد که آنان به تبع نظام شخصیتی خویش و در بستر یک نظام اجتماعی مشخص با جامعه خود برقرار می‌کنند. هرکس معمولاً با استفاده از ضمیر «ما» خود را متعلق و منتسب به یک واحد اجتماعی و مکلف به تبعیت از ارزش‌ها و هنجارهای آن می‌داند. بنابراین تعلق «من» به «ما» به مثابه هویت بخشیدن به «من» است (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۲۷).

همچنان که مباحث مربوط به هویت و ابعاد و مولفه‌های آن نشان می‌دهند، هویت اجتماعی دارای ابعاد مختلفی است. براساس نظریه هویت اجتماعی، افراد به گروه‌ها و مقولات مختلف احساس تعلق دارند. این گروه‌ها و مقولات در هر جامعه‌ای به ویژه جامعه معاصر دارای تنوع فراوانی هستند. بنابراین افراد مختلف دارای هویت‌های اجتماعی متنوعی هستند. در حقیقت هویت اجتماعی افراد از لایه‌های مختلفی تشکیل شده که با توجه به وضعیت جامعه و فرد در هر موقعیتی، برخی از این هویت‌ها برجسته می‌شوند. بنابراین

یکی از مسائل مرتبط با هویت اجتماعی، برجستگی هویتی است؛ به عبارت دیگر در سطح فردی هویت چندلایه است؛ یعنی هر فرد همزمان به چند مقوله و چند گروه از مردم وابسته است و اگرچه ممکن است این هویت‌ها با یکدیگر همسو باشند؛ ولی این به معنای انطباق کامل آنها یکدیگر نیست.

از سوی دیگر فرد در جامعه معاصر به گروه‌های مختلفی تعلق دارد. این پیوستگی می‌تواند هم با احساس تعلق همراه باشد و هم بدون آن. بر این اساس تمام گروه‌هایی که فرد در آن عضویت و به آن متعلق است، هویت اجتماعی فرد را نمی‌سازند. تنها مقولاتی که فرد به آن احساس تعلق نماید، شامل هویت اجتماعی می‌شود. در حقیقت هویت اجتماعی، هویتی است که فرد در فرآیند اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها یا واحدهای اجتماعی موجود در جامعه، کسب می‌کند و مشخص‌ترین آنها، گروه یا واحد اجتماعی یا حوزه و قلمروی است که خود با ضمیر «ما» به آن اشاره می‌کند و خود را از لحاظ عاطفی و تعهد و تکلیف، متعلق و منتسب و مدیون به آن می‌داند.

بنابراین در هر جامعه‌ای اعضای آن به اقتضای عضویت و مشارکتی که در گروه‌ها و «ما»های مختلف دارند، از طریق فرآیند جامعه‌پذیری، اعم از رسمی و غیررسمی، صاحب هویت‌های جمعی گوناگون می‌شوند.

بر این اساس هویت اجتماعی هر فردی براساس این عضویت‌ها و احساس تعلق‌ها شکل می‌گیرد. برخی از این مقولات مانند گروه دوستان، کوچک و برخی مانند ملت، بزرگ و فراگیر هستند. گسترش و تقویت هر کدام از این مقولات تأثیرات متفاوتی برای جامعه و فرد به همراه دارند. هر چه افراد به گروه‌های کوچک‌تر و خاص‌گراتر احساس تعلق بیشتری نمایند از احساس تعلق آنها به هویت‌های کلی و کلان کاسته می‌شود و عام‌گرایی جای خود را به خاص‌گرایی می‌دهد. به ویژه در جامعه معاصر که تنوع بسیاری در وابستگی‌های گروهی در قالب گروه‌های حرفه‌ای، شغلی، قومی، زبانی و ... ایجاد شده است. نکته مهم در این زمینه این است که احتمال دارد در برخی از موارد، عضویت در مقولاتی در فرد برجسته‌تر باشد که با هویت‌های کلان‌تر مانند هویت ملی در تضاد و تقابل قرار داشته باشد. در اینجا اجتماع ملی به هزینه این هویت‌های کوچک، تضعیف می‌شود.

از سوی دیگر تعلق به گروه‌ها و مقولات اجتماعی که همسو با منافع ملی و فردی باشند می‌توانند بالقوه به عنوان منبع سرمایه اجتماعی، منبع حمایتی عمده‌ای برای افراد محسوب شوند. در حقیقت هر چه لایه‌های هویت اجتماعی منسجم‌تر باشند، تناقضات فردی کاهش یافته و در نهایت فرد احساس امنیت و آسایش بیشتری در زندگی خواهد داشت. بنابراین هویت اجتماعی اگر دارای لایه‌های متناقضی

باشد، بالقوه می‌تواند به عنوان منبع تناقض‌های شخصیتی فرد محسوب شود و شخصیت فرد را دچار سرگردانی و حیرانی و در نهایت بحران هویت نماید.

بنابراین از آنجایی که هویت اجتماعی به عنوان یک مفهوم کلی می‌تواند در بردارنده احساس تعلق به مقولات اجتماعی متفاوتی باشد، بالتبع ابعاد و مولفه‌های هویت اجتماعی نیز متنوع است. با این حال بسیاری از مقولات اجتماعی مقولاتی فراگیر نبوده و تعداد افرادی که در این مقولات عضویت دارند اندک است. بنابراین در بررسی هویت اجتماعی اولویت با ابعاد و مولفه‌هایی است که فراگیر بوده و در میان تمام یا لاقط اکثریت افراد جامعه مشترک باشند. با این اوصاف در مطالعه حاضر چند هویت اجتماعی فراگیر یعنی هویت جنسیتی، خانوادگی، محله‌ای، شهری، قومی، ملی و دینی کانون توجه قرار گرفته که در بین اکثر شهروندان تهرانی قابل بررسی است.

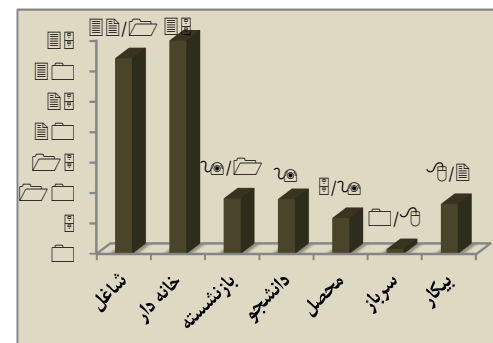
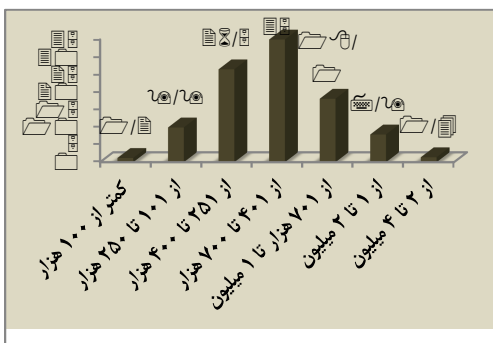
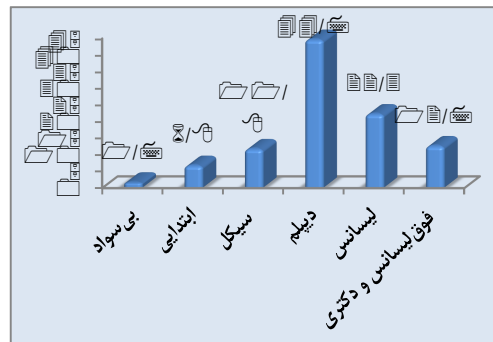
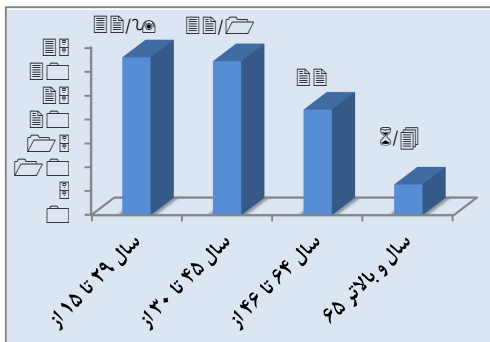
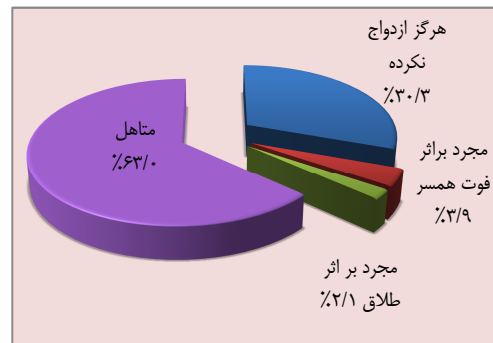
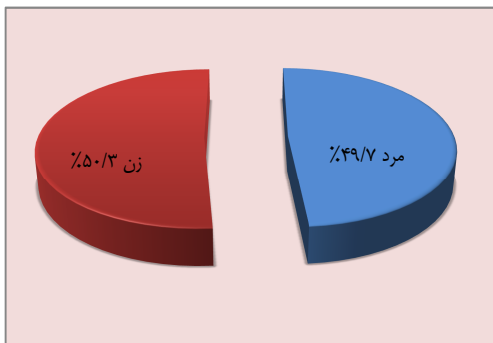
روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی است. روش تحقیق با توجه به ماهیت تحقیق و اطلاعات مورد نیاز، از ترکیب مطالعه اسنادی و مطالعه پیمایشی و بر مبنای ابزار پرسش‌نامه تشکیل شده است. جامعه آماری تحقیق نیز شامل کلیه افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله مناطق ۲۲گانه شهر تهران است که از بین آنها تعداد ۹۲۰ نفر به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. در نهایت پرسش‌نامه‌ها پس از بازبینی اولیه و خارج کردن پرسش‌نامه‌های مخدوش، کدگذاری شده و به منظور تحلیل، وارد نرم‌افزار Liser1، spss و excel گردید. داده‌ها پس از پردازش اولیه در محیط‌های مذکور، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و یافته‌ها در قالب جداول و نمودارهای مناسب ارائه شده‌اند.

مشخصات پاسخگویان

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۵۰/۳ درصد از جمعیت مورد بررسی را زنان و ۴۹/۷ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. ۶۳ درصد از کل جمعیت نمونه مورد بررسی متأهل، ۳۰/۳ درصد هرگز ازدواج نکرده و بقیه مجرد بر اثر فوت یا طلاق همسر هستند. ۳۲/۹ درصد نمونه در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند، ۳۲/۱ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال سن دارند و ۲۲ درصد ۴۶ تا ۶۴ سال. همچنین ۶/۴ درصد هم بیشتر از ۶۵ سال سن دارند. ۴۴/۷ درصد پاسخگویان دارای مدرک دیپلم هستند، ۲۲/۳ درصد لیسانس و ۱۲/۷

درصد مدرک فوق‌لیسانس و دکتری دارند و بقیه پاسخگویان یعنی ۲۱/۳ درصد دارای تحصیلات کمتر از دیپلم هستند. ۳۵ درصد پاسخگویان دارای درآمد ماهانه ۴۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان هستند که بیشترین فراوانی را دارا می‌باشند. همچنین ۲۶/۵ درصد ماهانه درآمدی بین ۲۵۱ تا ۴۰۰ هزار تومان دارند. سایر گروه‌های درآمدی در نمودار مربوطه آمده است. ۳۲/۱ درصد پاسخگویان شاغل و ۳۵ درصد خانه‌دار هستند. وضعیت فعالیت‌ها نیز در نمودار مربوطه آمده است.



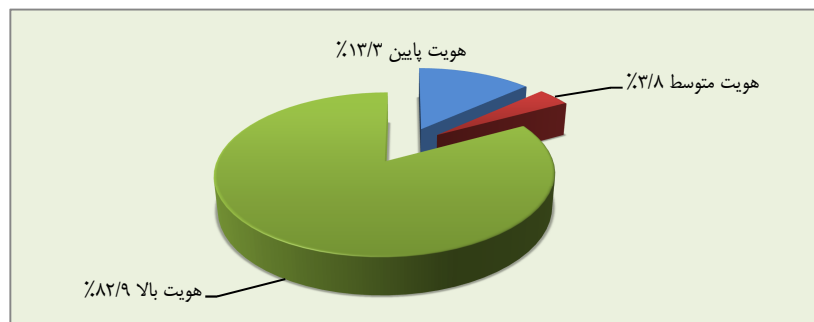
یافته‌های تحقیق:

وضعیت هویت اجتماعی در شهر تهران

- هویت جنسیتی

در مطالعه حاضر هویت جنسیتی با یک سوال مورد سنجش قرار گرفته است. که در نمودار زیر وضعیت پاسخگویان براساس آن آورده می‌شود.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت جنسیتی



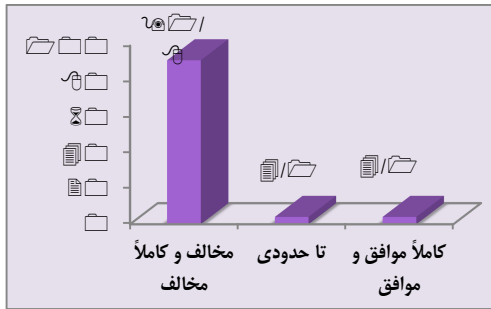
همچنان که نمودار فوق نشان می‌دهد ۸۲/۹ درصد پاسخگویان دارای هویت جنسیتی بالایی هستند و جنسیت خود را پذیرفته و به آن علاقه دارند اما ۱۳/۳ درصد از جنسیت خود ناراضی بوده و آرزو می‌کنند که کاش دارای جنس مخالف باشند.

- هویت خانوادگی

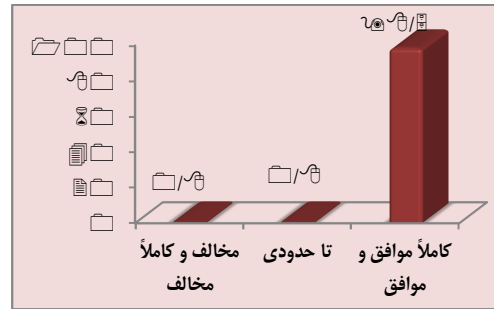
در مطالعه حاضر هویت خانوادگی با شش سوال مورد سنجش قرار گرفته است که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این شش سوال آورده می‌شود.

توزیع فراوانی پاسخ‌ها به معرف‌های هویت خانوادگی

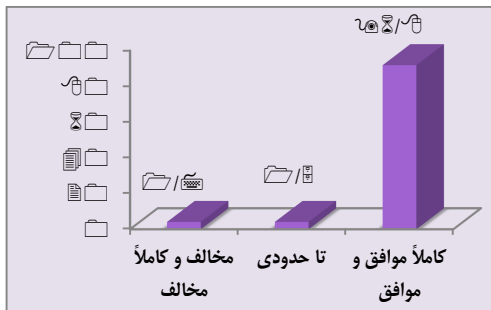
جو خانواده من صمیمی و رفاقتی نیست



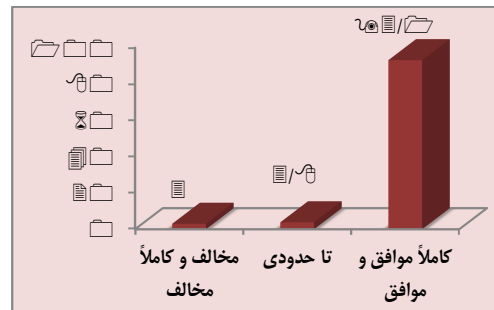
هرجایی که باشم همیشه به فکر خانواده‌ام هستم



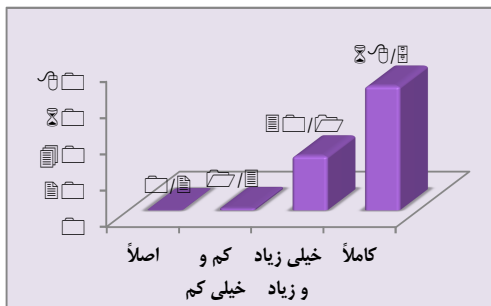
من به خانواده‌ام عشق می‌ورزم



هنگامی که در کنار خانواده‌ام هستم احساس لذت و شادمانی می‌کنم



میزان اعتماد به اعضای خانواده



با خانواده‌تان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید

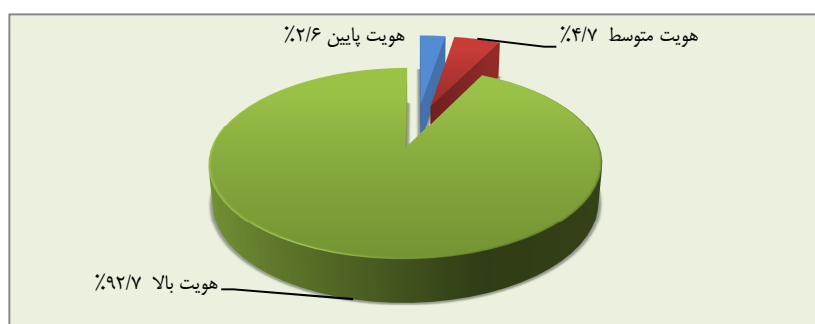


همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهند، ۹۸/۵ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که همیشه به فکر خانواده خود هستند. همچنین ۹۱/۸ درصد اعلام کرده‌اند که جو خانواده آنها صمیمی و رفاقتی است. ۹۳/۱ درصد نیز در کنار خانواده خود احساس لذت و شادمانی دارند و ۹۶/۸ درصد هم به خانواده خود عشق می‌ورزند. بنابراین تنها تعداد کمی از پاسخگویان به فکر خانواده خود نیستند (۰/۸ درصد)، جو خانواده‌شان صمیمی و رفاقتی نیست (۴/۱ درصد)، در کنار خانواده خود احساس لذت و شادمانی ندارند (۳

درصد) و به خانواده خود عشق نمی‌ورزند (۱/۷ درصد). همچنین بیش از ۹۵ درصد پاسخگویان با خانواده خود احساس نزدیکی دارند و ۹۸/۶ درصد نیز به اعضای خانواده خود اعتماد دارند. بنابراین می‌توان دید که علی‌رغم ادعاهای فراوان نسبت به تضعیف پایگاه خانواده در شهر تهران، هنوز خانواده مهم‌ترین مأمّن شهروندان تهرانی محسوب می‌شود. نمودارهای فوق دو نکته مذکور را نشان می‌دهند.

از ترکیب معرف‌های شش‌گانه هویت خانوادگی، متغیر (سازه) هویت خانوادگی ساخته شده است. همچنان‌که جدول پیرو نشان می‌دهد ۲/۶ درصد پاسخگویان دارای هویت خانوادگی پایین، ۴/۷ درصد دارای هویت خانوادگی متوسط و ۹۲/۷ درصد دارای هویت خانوادگی بالا می‌باشند. بنابراین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان دارای هویت خانوادگی بالایی هستند. نمودار زیر نتایج هویت خانوادگی را نشان می‌دهد.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت خانوادگی

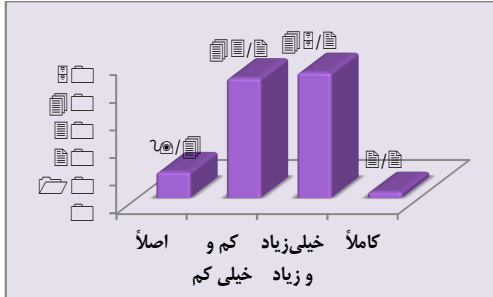


- هویت محله‌ای

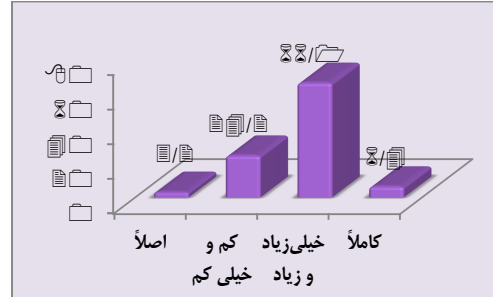
در مطالعه حاضر هویت محله‌ای با نه سوال مورد سنجش قرار گرفته است. که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این نه سوال آورده می‌شود.

توزیع فراوانی پاسخ‌ها به معرف‌های هویت محله‌ای

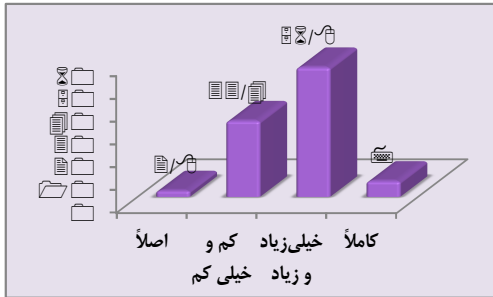
اهالی محله‌تان چقدر در حل مشکلات به هم کمک می‌کنند؟



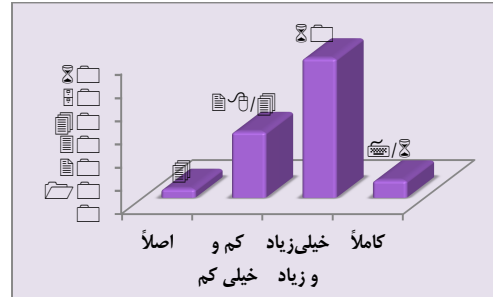
در محله همسایه‌ها چقدر به حقوق هم احترام می‌گذارند؟



با محله‌تان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید؟



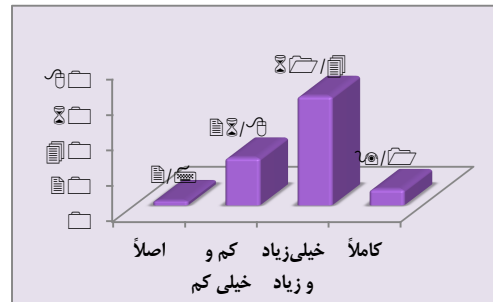
از زندگی در محله‌تان تا چه حد رضایت دارید؟



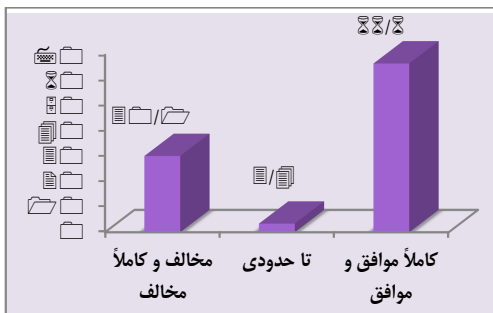
میزان اعتماد به اهالی محله



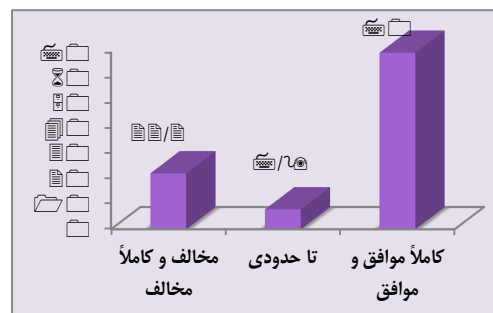
میزان اعتماد به همسایگان



در صورت فراهم شدن شرایط، محله‌ام را تغییر خواهیم داد



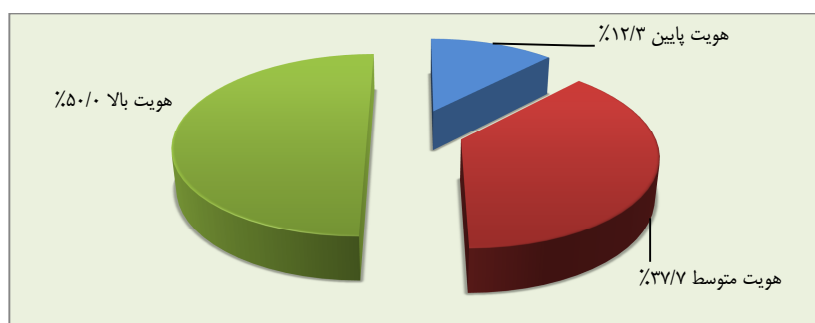
در این محله خاطرات خوبی از گذشته داریم و یادآوری آنها برایم لذت‌بخش است



همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهند، ۷۲/۵ درصد پاسخگویان معتقدند که همسایه‌ها در حد زیاد یا خیلی زیاد به حقوق هم احترام می‌گذارند. ۲۷/۷ درصد این اعتقاد را ندارند. ۴۷/۴ درصد هم اعلام کرده‌اند که اهالی محله در حل مشکلات به هم بسیار کمک می‌کنند ولی ۵۲/۶ درصد معتقد به این امر نبوده‌اند. ۶۷/۶ درصد از زندگی در محله‌شان رضایت دارند در حالی که ۳۲/۴ درصد از زندگی در محله فعلی‌شان راضی نیستند یا دارای رضایت کمی هستند. ۶۳/۸ درصد هم اعلام کرده‌اند که با محله‌شان احساس نزدیکی می‌کنند. با این حال ۷۰/۵ درصد به همسایگان خود اعتماد دارند و حدود ۳۰ درصد اعتماد اندکی به همسایگان دارند. به طور کلی حدود ۵۰ درصد از پاسخگویان اهالی محله را قابل اعتماد می‌دانند و ۵۰ درصد اعتماد چندانی به اهالی محله خود ندارند. با این اوصاف در حالی که ۷۰ درصد پاسخگویان خاطرات خوبی از گذشته در محله دارند اما ۶۶/۶ درصد اعلام کرده‌اند که در صورت فراهم شدن شرایط، محله‌شان را تغییر خواهند داد.

از ترکیب معرف‌های نه‌گانه هویت محله‌ای، متغیر (سازه) هویت محله‌ای ساخته شده است. همچنان که نمودار زیر نشان می‌دهد ۱۲/۳ درصد پاسخگویان دارای هویت محله‌ای پایین، ۳۷/۷ درصد دارای هویت محله‌ای متوسط و ۵۰ درصد دارای هویت محله‌ای بالا هستند. بنابراین نیمی از پاسخگویان دارای هویت محله‌ای بالایی هستند و نیمی دیگر دارای هویت محله‌ای متوسط یا پایین هستند. نمودار زیر نتایج هویت محله‌ای را نشان می‌دهد.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت محله‌ای



هویت اجتماعی شهری

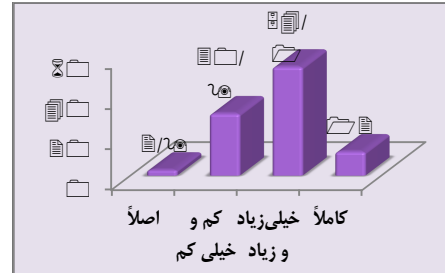
در مطالعه حاضر هویت اجتماعی شهری با هشت سوال مورد سنجش قرار گرفته است که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این هشت سوال آورده می‌شود.

توزیع فراوانی پاسخ‌ها به معرف‌های هویت اجتماعی شهری

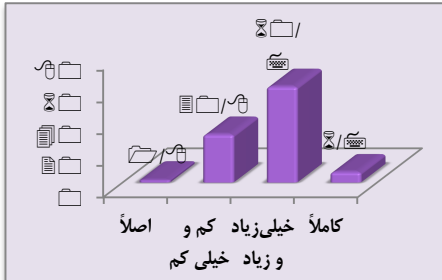
محیط شهر تهران را تا چه حد برای زندگی مساعد می‌دانید؟



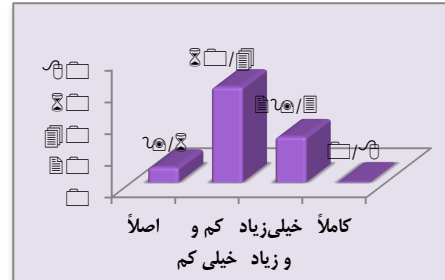
از زندگی در تهران تا چه اندازه رضایت دارید؟



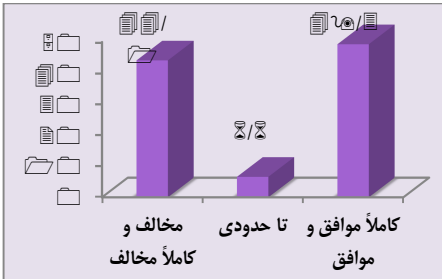
با شهروندان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید؟



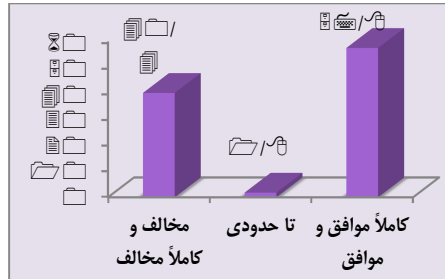
به نظر تان مردم تهران چقدر به حقوق هم احترام می‌گذارند؟



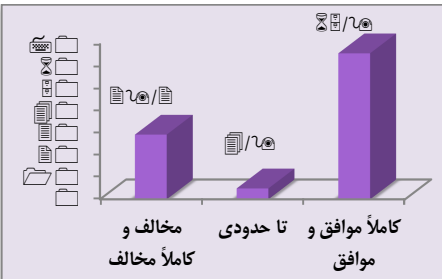
اگر لازم باشد حاضریم عوارض و مالیات بیشتری برای آبادانی شهرم بپردازیم



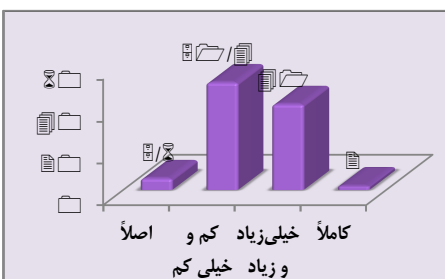
اگر شرایط مساعد ترجیح می‌دهم جایی غیر از تهران زندگی کنم



در کل به تهرانی بودن خود افتخار می‌کنم



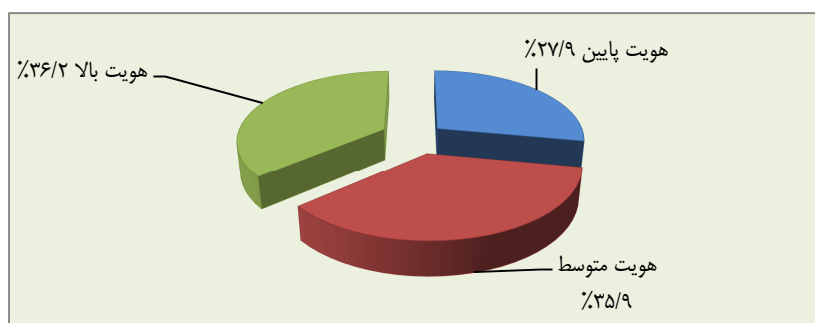
میزان اعتماد به هم‌شهریان



همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهد، دو سوم پاسخگویان یعنی ۶۶/۳ درصد اعلام کرده‌اند که از زندگی در شهر تهران رضایت دارند و ۳۲/۷ درصد اظهار نارضایتی کرده‌اند. همچنین ۵۸ درصد محیط تهران را برای زندگی مساعد می‌دانند و ۴۲ درصد آن را نامساعد ارزیابی کرده‌اند. بیش از ۷۰ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که مردم تهران به حقوق یکدیگر احترام نمی‌گذارند و ۵۷ درصد معتقد بودند که به مردم تهران نمی‌توان اعتماد کرد. با این حال ۶۷/۴ درصد با تهران احساس نزدیکی دارند. براساس نتایج ۵۷/۸ درصد اعلام کرده‌اند که اگر شرایط مساعد باشد ترجیح می‌دهند جایی غیر از تهران زندگی کنند. البته ۴۰ درصد با این عقیده مخالف بودند. همچنین حدود نیمی از پاسخگویان (۴۹/۳ درصد) اعلام کرده‌اند که حاضرند عوارض و مالیات بیشتری برای آبادانی شهر تهران بپردازند. با این حال ۴۴ درصد حاضر نیستند عوارض و مالیات بیشتری برای آبادانی شهر تهران بپردازند. همچنین مطابق با نتایج ۷۰ درصد پاسخگویان به تهرانی بودن خود افتخار می‌کنند ولی ۲۲/۲ درصد تهرانی بودن را برای خود افتخاری نمی‌دانند.

از ترکیب معرف‌های نه گانه هویت اجتماعی شهری، متغیر (سازه) هویت اجتماعی شهری ساخته شد. همچنان که نمودار زیر نشان می‌دهد ۲۷/۹ درصد پاسخگویان دارای هویت اجتماعی شهری پایین، ۳۵/۹ درصد دارای هویت اجتماعی شهری متوسط و ۳۶/۲ درصد دارای هویت اجتماعی شهری بالا می‌باشند. بنابراین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان دارای هویت اجتماعی شهری پایین هستند. نمودار زیر نتایج هویت اجتماعی شهری را نشان می‌دهد.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت اجتماعی شهری

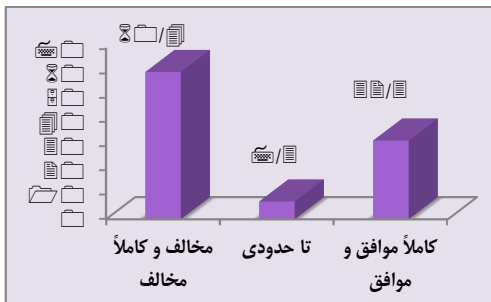


- هویت قومی

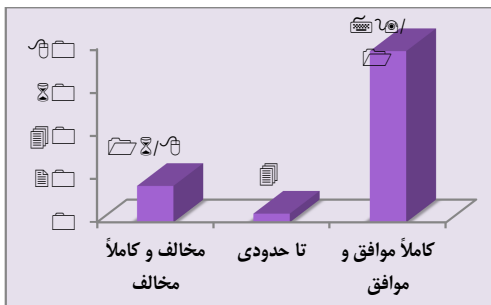
در مطالعه حاضر هویت قومی با هشت سوال مورد سنجش قرار گرفته است. که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این هشت سوال آورده شده است.

توزیع فراوانی پاسخ‌ها به معرف‌های هویت قومی

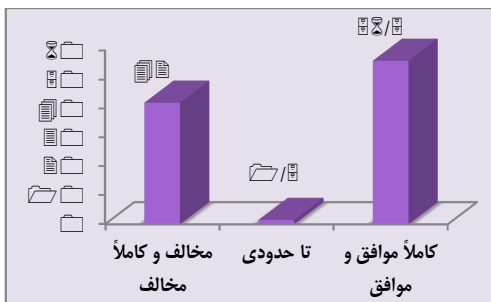
من وقت زیادی را صرف آگاهی و شناخت تاریخ و سنت‌های (قومیت‌ها مثلاً فارس‌ها یا کردها و ...) می‌کنم



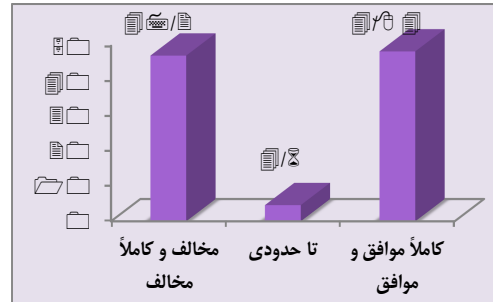
من از اینکه به گروه قومی (قومیت‌ها مثلاً فارس‌ها یا کردها و ...) متعلق هستم، احساس شادمانی می‌کنم



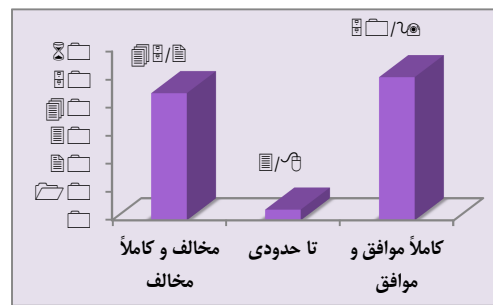
در ازدواج قومیت همسرم برایم مهم نبوده یا نیست



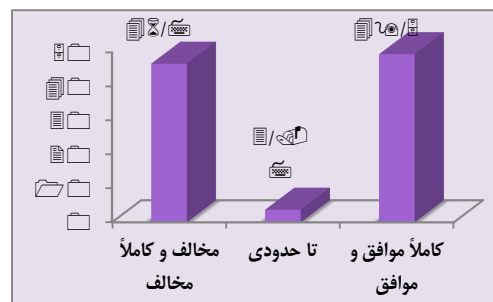
بیشتر ترجیح می‌دهم با (قومیت‌ها مثلاً فارس‌ها یا کردها و ...) رفت و آمد نمایم



تمایل دارم در گروه‌هایی که بیشتر اعضای آن از (قومیت‌ها مثلاً فارس‌ها یا کردها و ...) هستند، فعالیت نمایم



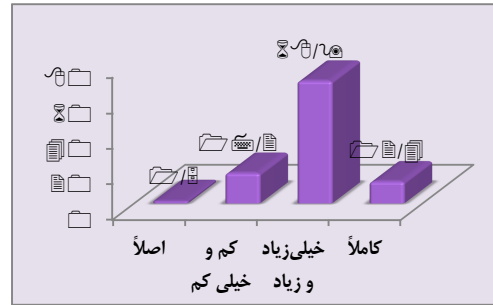
ترجیح می‌دهم که همسایه‌هایم از (قومیت‌ها مثلاً فارس‌ها یا کردها و ...) باشند



میزان اعتماد به هم‌قومیتی‌هایتان



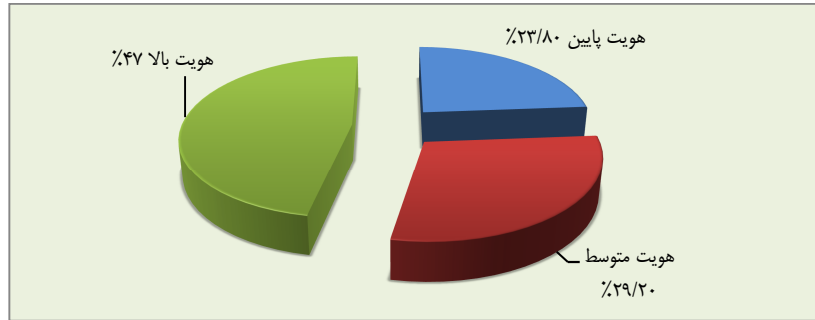
با قومیت‌تان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید



همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهد، تقریباً نیمی از پاسخگویان (۴۸/۴) ترجیح می‌دهند که با هم‌قومیتی‌های خود بیشتر رفت و آمد نمایند و نیمی (۴۷/۲) چنین تمایلی ندارند. حدود یک سوم (۳۲/۳) پاسخگویان وقت زیادی را صرف آگاهی و شناخت تاریخ و سنت‌های قوم خود می‌کنند و دو سوم دیگر اعتقادی به انجام چنین کاری ندارند. نیمی از پاسخگویان (۵۰/۹) تمایل به فعالیت در گروه‌هایی که اکثریت آن را هم‌قومی‌های خود تشکیل می‌دهند، دارند. همچنین حدود نیمی از پاسخگویان (۴۹/۵) ترجیح می‌دهند که همسایه‌هایشان از گروه قومی خود باشد. ۴۶/۷ درصد چنین تمایلی ندارند. با این حال برای بیش از نیمی از پاسخگویان، قومیت ملاک مهمی در ازدواج محسوب نمی‌شود. هر چند در بعد احساسی هویت قومی قوی‌تر است؛ به طوری که حدود ۸۰ درصد از تعلق به گروه قومی خود احساس شادمانی دارند. نمودارهای فوق وضعیت مذکور را نشان می‌دهند. همچنین بیش از ۷۰ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که با قومیت خود احساس نزدیکی زیادی دارند و تنها ۱۸/۷ درصد اعلام کرده‌اند که با قومیت‌شان احساس نزدیکی ندارند یا در صورت وجود چنین احساسی، بسیار کم‌رنگ است. با این حال ۶۳ درصد به هم‌قومیتی‌های خود اعتماد زیادی دارند و ۳۳ درصد نیز اعتماد کمی دارند.

از ترکیب معرف‌های نه‌گانه هویت قومی، متغیر (سازه) هویت قومی ساخته شد. همچنان که نمودار زیر نشان می‌دهد ۲۳/۸ درصد پاسخگویان دارای هویت قومی پایین، ۲۹/۲ درصد دارای هویت قومی متوسط و ۴۷ درصد دارای هویت قومی بالا می‌باشند. بنابراین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان دارای هویت قومی متوسط یا بالا هستند. نمودار زیر نتایج هویت قومی را نشان می‌دهد.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت قومی

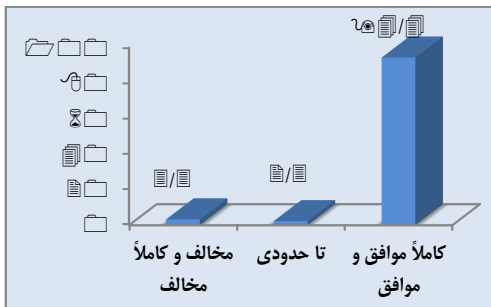


- هویت ملی

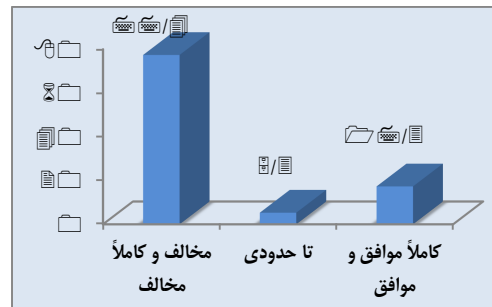
در مطالعه حاضر هویت ملی با ده سوال مورد سنجش قرار گرفته است که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این ده سوال آورده می‌شود.

توزیع فراوانی پاسخ‌ها به معرف‌های هویت ملی

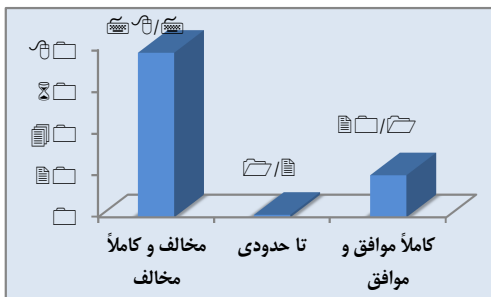
مراسم‌هایی چون نوروز، چهارشنبه سوری و ... از میراث ارزشمند ایرانیان می‌باشند



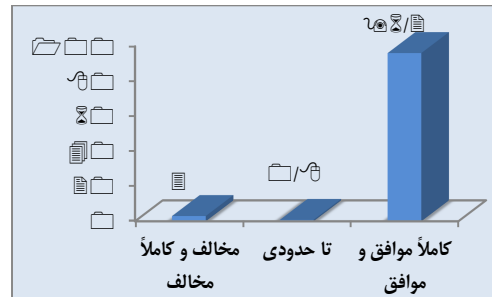
علاقه‌ای به موسیقی اصیل ایرانی ندارم



خیلی وقت‌ها به خودم می‌گویم ای کاش در ایران به دنیا نیامده بودم

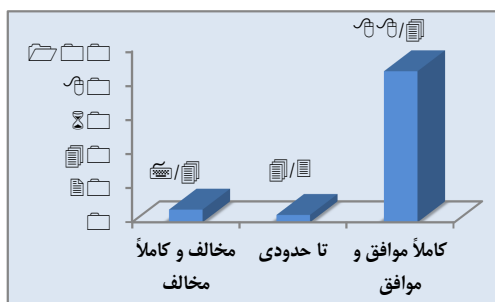


من به عنوان یک ایرانی هرگز اجازه نمی‌دهم یک وجب از خاک کشورم به دست بیگانگان بیفتد

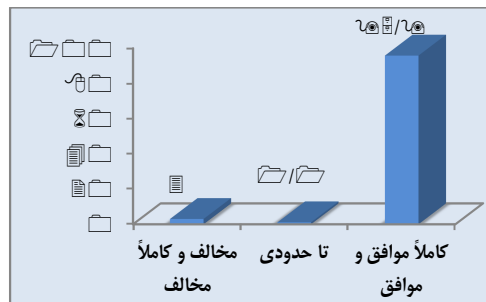


با شنیدن سرود جمهوری اسلامی ایران به ایرانی بودن

خودم افتخار می‌کنم

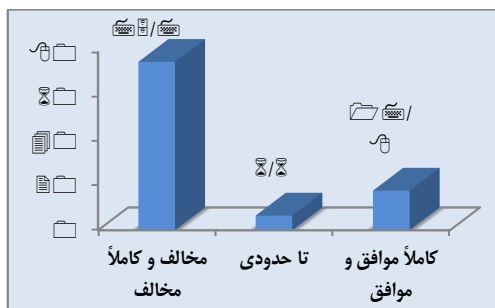


به سرزمین ایران عشق می‌ورزم



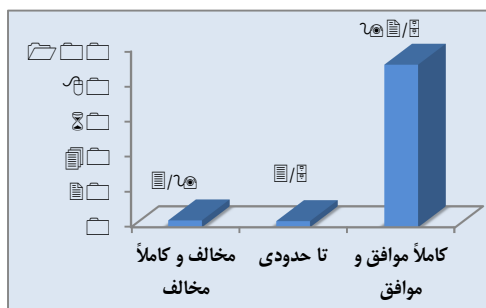
آداب و رسوم بر جای مانده از گذشتگان، باعث

عقب‌افتادگی جامعه می‌شود

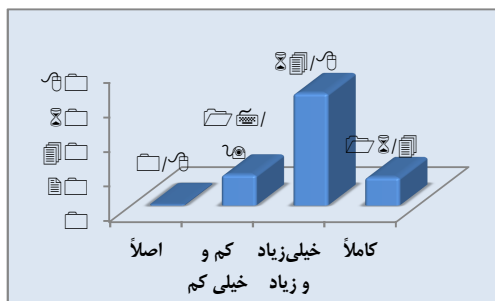


از خواندن اشعار شاعرانی مانند فردوسی و حافظ و ...

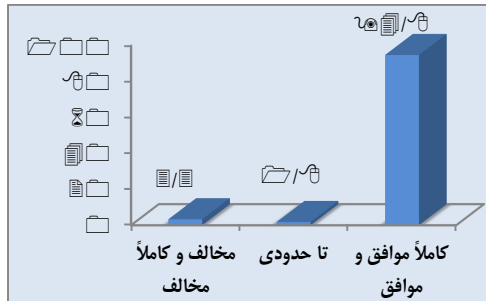
احساس غرور و شرف می‌کنم



با کشورتان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید



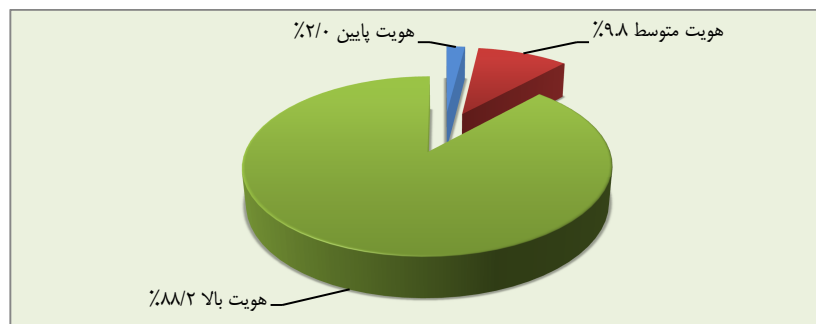
تمدن ایران از برجسته‌ترین تمدن‌های جهان است



همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهد، ۷۷/۴ درصد پاسخگویان به موسیقی اصیل ایرانی علاقه دارند. ۹۴/۴ درصد مراسم‌هایی چون عید نوروز، چهارشنبه سوری و ... را از میراث ارزشمند ایرانیان می‌دانند. ۹۶/۲ درصد اعلام کرده‌اند که به عنوان یک ایرانی هرگز اجازه نمی‌دهند یک وجب از خاک کشور به دست بیگانگان بیفتد. ۷۸/۷ درصد با این جمله که «خیلی وقت‌ها به خودم می‌گویم که ای کاش در ایران به دنیا نیامده بودم» مخالف بوده‌اند. ۹۶ درصد پاسخگویان به سرزمین ایران عشق

می‌ورزند و ۸۸/۴ درصد با شنیدن سرود جمهوری اسلامی ایران به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند. ۹۲/۵ درصد نیز از خواندن اشعار شاعرانی مانند فردوسی و حافظ و ... احساس غرور و شرف می‌کنند. ۷۵/۷ درصد پاسخگویان معتقد هستند که آداب و رسوم بر جای مانده از گذشتگان، باعث عقب‌افتادگی جامعه نمی‌شود. به عقیده ۹۴/۸ درصد تمدن ایرانی از برجسته‌ترین تمدن‌های جهان است. در کل نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۸۱/۲ درصد با کشور خود یعنی ایران احساس نزدیکی می‌کنند. از ترکیب معرف‌های نه گانه هویت ملی، متغیر (سازه) هویت ملی ساخته شد. همچنان که نمودار زیر نشان می‌دهد ۲ درصد پاسخگویان دارای هویت ملی پایین، ۹/۸ درصد دارای هویت ملی متوسط و ۸۸/۲ درصد دارای هویت ملی بالا هستند. بنابراین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان دارای هویت ملی بالایی هستند. نمودار زیر نتایج هویت ملی را نشان می‌دهد.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت ملی

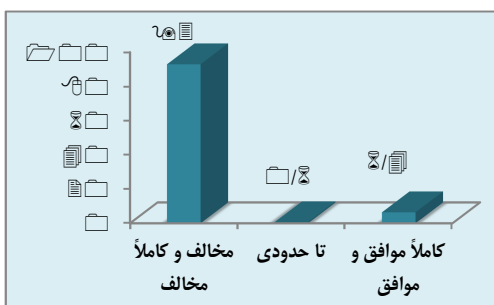


- هویت دینی

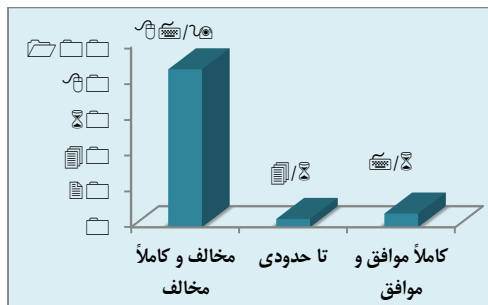
در مطالعه حاضر هویت دینی با هفت سوال مورد سنجش قرار گرفته است، که در نمودارهای زیر نتایج مربوط به این هفت سوال آورده شده است.

توزیع فراوانی پاسخها به معرفهای هویت دینی

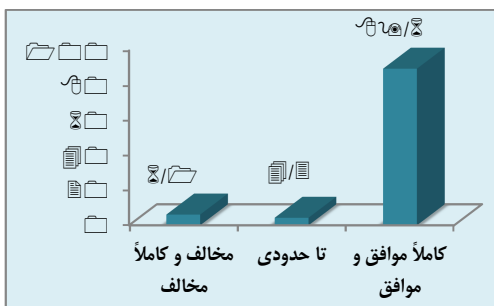
با پیشرفت علم دیگر نیازی به اعتقادات دینی نیست



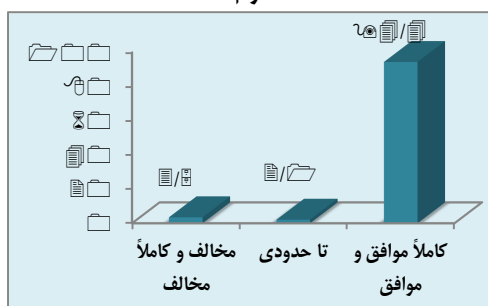
علاقه چندانی برای زیارت اماکن مقدس ندارم



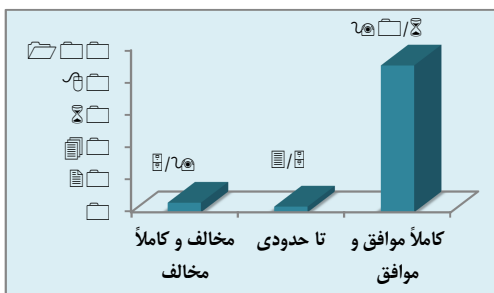
پایبند بودن به اعتقادات مذهبی برای من بسیار مهم است



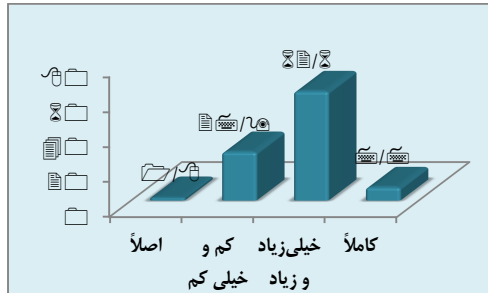
من اعیاد مذهبی مانند عید قربان و عید فطر را دوست دارم



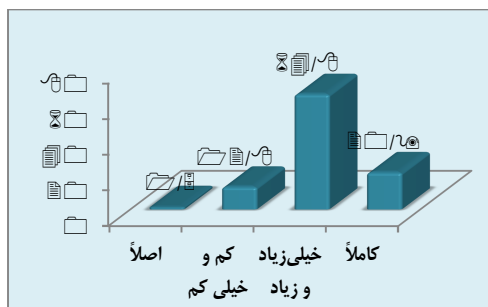
از این که مسلمانم به خود می‌بالم



شما خودتان را تا چه حد فردی مذهبی می‌دانید؟



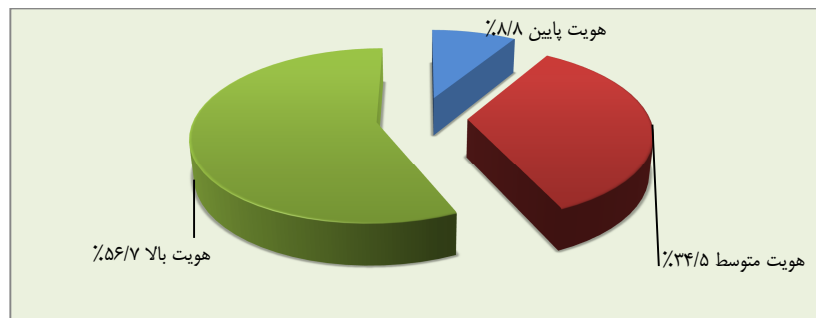
با مذهب‌تان چقدر احساس نزدیکی می‌کنید



همچنان که نمودارهای فوق نشان می‌دهد، ۸۷/۹ درصد به زیارت اماکن مقدس علاقه دارند. ۹۳ درصد مخالفند که با پیشرفت علم دیگر نیازی به اعتقادات دینی نیست. ۹۴/۴ درصد اعیاد مذهبی را دوست دارند و برای نزدیک به ۹۰ درصد پایبندی به اعتقادات مذهبی مهم است. در کل ۹۰/۶ درصد به مسلمان بودن خود می‌بالند و به آن افتخار می‌کنند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۷۰/۳ درصد در حد زیادی خود را فردی مذهبی می‌دانند و ۲۹/۷ درصد در حد کم و خیلی کم و یا اصلاً خود را فردی مذهبی می‌دانند. همچنین ۸۵/۷ درصد به میزان زیادی با مذهب خود احساس نزدیکی دارند. عدم احساس نزدیکی با مذهب در ۱۴/۳ درصد پاسخگویان وجود دارد.

از ترکیب معرف‌های هفت‌گانه هویت دینی، متغیر (سازه) هویت دینی ساخته شد. همچنان که نمودار زیر نشان می‌دهد ۸/۸ درصد پاسخگویان دارای هویت دینی پایین، ۳۴/۵ درصد دارای هویت دینی متوسط و ۵۶/۷ درصد دارای هویت دینی بالا می‌باشند. بنابراین بیشتر پاسخگویان دارای هویت دینی بالایی هستند.

وضعیت پاسخگویان براساس هویت دینی



شناخت نگرش‌ها، قوت‌ها و ضعف‌های هویت اجتماعی

در این بخش با توجه به نتایج تحقیق به بررسی نقاط قوت و ضعف ابعاد مختلف هویت اجتماعی شهروندان تهرانی پرداخته می‌شود.

– هویت خانوادگی

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هویت خانوادگی شهروندان تهرانی به صورت کلی بالاست. همچنان که نتایج نشان می‌دهد شهروندان تهرانی دارای احساس تعلق بالایی به خانواده خود هستند.

برای تقریباً تمام شهروندان مورد بررسی خانواده دارای اهمیت بالایی می‌باشد. علی‌رغم تغییراتی که در ساختار خانواده‌های تهرانی و نوع روابط آنها ایجاد شده است هنوز جو خانواده برای پاسخگویان صمیمی و رفاقتی است و شهروندان به خانواده و اعضای آن علاقمند هستند. بررسی میزان اعتماد به اقشار مختلف نشان می‌دهد که شهروندان تهرانی بیشترین اعتماد را به خانواده خود دارند. در نظریه‌های جامعه‌شناسی اعتماد به عنوان سیمان روابط اجتماعی مطرح است و بالا بودن آن در میان اعضای خانواده نشان‌دهنده محکم بودن نسبی روابط اجتماعی در میان اعضای خانواده است.

این احساس تعلق به خانواده در میان مردان و زنان مورد بررسی تفاوت چندانی ندارد و هر دو گروه به میزان برابری به خانواده و اعضای آن احساس نزدیکی و علاقه دارند. این احساس تعلق بالا در میان گروه‌های تحصیلی و سنی مختلف نیز تفاوت چندانی ندارد. هر چند خانواده‌های قدیمی‌تر تهران دارای هویت خانوادگی قوی‌تری نسبت به مهاجران معناداری هستند.

در کنار نقاط قوت اشاره شده، هویت خانوادگی در شهر تهران دارای نقاط ضعفی نیز می‌باشد. از مهم‌ترین نقاط ضعف هویت خانوادگی در شهر تهران مطابق با تحقیقات می‌توان به افزایش آسیب‌های اجتماعی به ویژه طلاق در شهر تهران اشاره کرد. بالا رفتن سن ازدواج در کنار بالا رفتن سن فرزندآوری در خانواده‌های تهرانی در حال افزایش است. افزایش اشتغال زنان و افزایش نقش نهادهای ثانویه در تربیت فرزندان باعث کاهش هویت خانواده در شهر تهران شده است. هر چند در مطالعه حاضر در بررسی ما هویت خانوادگی در شهر، احساس تعلق شهروندان به خانواده در حد بالایی است ولی بررسی و مشاهده دقیق‌تر نشان می‌دهد که با توجه به روندهای کنونی در جامعه ایران و به ویژه شهرهای بزرگی چون تهران، هویت خانوادگی با چالش‌های اساسی روبروست.

به طور کلی نقاط قوت و ضعف هویت خانوادگی را می‌توان چنین خلاصه کرد:

www.shahrsazionline.com

نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری هویت خانوادگی

نقاط قوت	
۱	بالا بودن احساس تعلق شهروندان به خانواده
۲	مهم بودن خانواده برای شهروندان
۳	صمیمی و رفاقتی بودن محیط خانواده برای شهروندان
۴	علاقه شهروندان به خانواده و اعضای آن
۵	بالا بودن میزان اعتماد شهروندان به خانواده خود
۶	احساس تعلق برابر مردان و زنان نسبت به خانواده
۷	احساس تعلق گروه‌های تحصیلی مختلف به خانواده در شهر تهران تفاوت خاصی ندارد
۸	احساس تعلق گروه‌های سنی مختلف به خانواده در شهر تهران تفاوت خاصی ندارد
۹	خانواده‌های قدیمی‌تر تهرانی دارای احساس قوی‌تری نسبت به خانواده هستند
نقاط ضعف	
۱	افزایش آسیب‌های اجتماعی مرتبط با خانواده مانند طلاق
۲	بالا رفتن سن ازدواج و تشکیل خانواده در شهر تهران
۳	بالا رفتن سن فرزندآوری در خانواده‌های تهران
۴	بالا رفتن نسبت اشتغال زنان و کاهش اوقات گذراندن وقت با خانواده
۵	افزایش نقش نهادهای ثانویه در ترتیب فرزندان و کاهش نقش خانواده
آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری	
۱	افزایش سن ازدواج و تأخیر در ازدواج
۲	افزایش سن فرزندآوری و صاحب فرزند شدن
۳	ورود عناصر فرهنگی غربی و افزایش نگرش مثبت به غرب
۴	افزایش نارضایتی از زندگی
۵	افزایش نارضایتی و ناامنی مالی در خانواده‌های شهر
۶	گسترش روحیه غم و انزوا و عدم احساس شادمانی در میان شهروندان
۷	گسترش روحیه ناامیدی و یأس نسبت به آینده
۸	گسترش بی‌اعتمادی اجتماعی در شهر

– هویت محله‌ای

بررسی وضعیت هویت محله‌ای شهروندان تهرانی نشان می‌دهد که در سطح محله اکثریت شهروندان به حقوق یکدیگر احترام می‌گذارند اما در کنار این احترام میزان مشارکت اهالی محلات تهران در حل مشکلات پایین است. بیش از نیمی از پاسخگویان معتقد هستند که اهالی محله در حد پایینی در حل مشکلات به همدیگر همیاری می‌رسانند. رضایت از زندگی در محله به عنوان یکی از اصلی‌ترین اجزای سازنده هویت محله‌ای محسوب می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که اکثریت شهروندان از زندگی در محله‌شان رضایت دارند و تقریباً اکثریت شهروندان با محله خود احساس نزدیکی می‌کنند. بررسی میزان اعتماد در محلات شهر نیز نشان داد که اعتماد به همسایه‌ها در حد مناسبی است در حالی که اعتماد به کلیت اهالی محله در حد پایینی است. با این حال اکثریت شهروندان از محله خود خاطرات خوبی دارند و احساس نزدیکی به محله ناشی از این خاطرات خوب از گذشته در محله است.

با تمام تفاسیر فوق یکی از عناصر مهم هویت محله‌ای، عدم تمایل به ترک محل زندگی است. از این جنبه یافته‌های تحقیق نشان داد که علی‌رغم احساس تعلق مناسب شهروندان به محله خود، اکثریت آنها تمایل به تغییر محل سکونت‌شان دارند و در صورت فراهم شدن شرایط محله خود را تغییر خواهند داد. این امر نشان می‌دهد که میان وضعیت موجود و ایده‌آل شهروندان تفاوت زیادی وجود دارد. هر چند که آنها وضعیت موجود را نسبتاً مطلوب ارزیابی می‌کنند ولی تمایل زیادی به تغییر این وضعیت دارند.

نقاط قوت و ضعف هویت محله‌ای

نقاط قوت	
۱	احترام به حقوق یکدیگر در محله
۲	رضایت از زندگی در محله
۳	احساس نزدیکی با محله خود
۴	اعتماد مناسب به همسایه‌ها
۵	داشتن خاطرات خوب از محله
نقاط ضعف	
۱	اعتماد متوسط به کلیت اهالی محله
۲	پایین بودن مشارکت اهالی در حل مشکلات
۳	تمایل به ترک محله

آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری	
۱	عدم گسترش استانداردهای محلات مطابق با رشد انتظارات شهروندان
۲	افزایش سن ازدواج و تأخیر در تشکیل خانواده مستقل
۳	افزایش مهاجرت به شهر
۴	جابجایی زیاد شهروندان در محلات مختلف
۵	اجاره‌نشینی و عدم مالکیت واحد مسکونی ثابت
۶	گسترش نارضایتی از اوضاع جاری جامعه
۷	گسترش احساس نابرابری اجتماعی در میان شهروندان
۸	گسترش نارضایتی از زندگی در میان شهروندان
۹	گسترش روحیه غم و اندوه در میان شهروندان
۱۰	افزایش روحیه ناامیدی و یأس نسبت به آینده
۱۱	افزایش مشکلات و معضلات شهری
۱۲	وجود انواع ناهنجاری‌ها و آسیب‌های اجتماعی در شهر
۱۳	وجود انواع ناهنجاری‌ها و آسیب‌های اجتماعی در محلات
۱۴	گسترش روحیه بی‌اعتمادی به سایر افراد به ویژه اهالی محله

- هویت اجتماعی شهری

بررسی هویت شهری شهروندان تهرانی نشان داد که تقریباً یک سوم شهروندان دارای هویت شهری بالا هستند. بررسی اجزای تشکیل دهنده هویت شهری در شهر تهران نشان داد که اکثریت شهروندان از زندگی در شهر تهران رضایت دارند و بیشتر آنها محیط شهر تهران را برای زندگی مساعد می‌دانند. بنابراین اکثریت شهروندان با شهر خود احساس نزدیکی می‌کنند و نیمی از آنها حاضرند برای آبادانی شهر تهران مالیات بیشتری بدهند. بررسی یافته‌های تحقیق نشان داد که علی‌رغم جنبه‌های مثبت در هویت شهری، شهروندان تهرانی نسبت به سایر شهروندان دیدگاه مثبتی ندارند و این جنبه از هویت شهری یعنی احساس تعلق به سایر شهروندان در حد پایینی است. به طوری که تقریباً نیمی از شهروندان به سایر شهروندان اعتماد دارند. به عقیده پاسخگویان میزان احترام مردم تهران به حقوق همدیگر اندک است.

علی‌رغم جنبه‌های مثبت هویت شهری در شهر تهران، به دلیل مشکلات زندگی در شهر تهران، بیشتر شهروندان ترجیح می‌دهند جایی غیر از تهران زندگی کنند.

نقاط قوت و ضعف هویت شهری

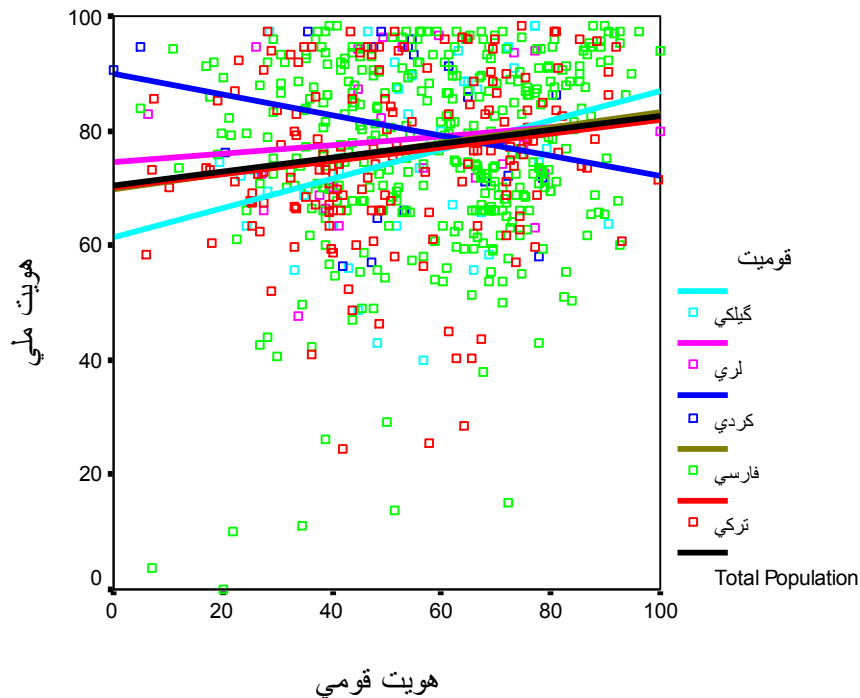
نقاط قوت	
۱	رضایت اکثریت شهروندان از زندگی در تهران
۲	مساعده دانستن نسبی محیط شهر تهران برای زندگی
۳	احساس نزدیکی اکثریت شهروندان تهرانی به شهر تهران
۴	آمادگی نیمی از شهروندان برای پرداخت مالیات بیشتر برای آبادانی شهر تهران
نقاط ضعف	
۱	پایین بودن میزان اعتماد شهروندان به سایر شهروندان
۲	احترام اندک مردم تهران به حقوق یکدیگر
۳	تمایل به ترک تهران و زندگی در مکان دیگری
آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری	
۱	افزایش مهاجرت به شهر تهران
۲	افزایش سن ازدواج و تأخیر در تشکیل خانواده
۳	افزایش اجاره‌نشینی
۴	کاهش امنیت مالی و عدم رضایت از وضعیت مالی
۵	نارضایتی از وضعیت جامعه
۶	نارضایتی از زندگی شهروندان
۷	گسترش روحیه غم و اندوه در میان شهروندان
۸	افزایش روحیه ناامیدی و یأس نسبت به آینده در میان شهروندان
۹	گسترش انواع آسیب‌های اجتماعی و جرایم در شهر
۱۰	گسترش انواع آسیب‌های اجتماعی و جرایم در محله زندگی

- هویت قومی

هویت قومی یکی از لایه‌های هویتی ایرانیان محسوب می‌شود. دلیل این امر ترکیب قومی جامعه ایران است. در مورد نقش هویت قومی و مثبت یا منفی بودن آن مباحث بسیاری تاکنون مطرح شده

است. نگاه غالب در بحث هویت قومی آن را در مقابل هویت ملی قرار می‌دهد و نوعی نگاه گریز از مرکز در کانون توجه قرار دارد. ولی نگاه دیگر نه به تقابل هویت قومی و ملی، بلکه نوعی همزیستی مسالمت‌آمیز را مدنظر قرار می‌دهد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از میان پنج گروه قومی عمده مورد بررسی در مطالعه، تنها در کردها رابطه بین هویت قومی و هویت ملی معکوس است و در سایر گروه‌های قومی رابطه مثبتی بین هویت قومی و هویت ملی وجود دارد. نمودار زیر رابطه بین هویت قومی و هویت ملی را در میان ۵ گروه قومی اصلی را نشان می‌دهد.

رابطه بین هویت قومی و هویت ملی



یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نیمی از شهروندان ترجیح می‌دهند با هم‌قومی‌های خود رفت و آمد نمایند. بیشتر شهروندان تهرانی تلاش چندانی برای آگاهی و شناخت تاریخ و سنت‌های قومیت خود ندارند. نیمی از شهروندان ترجیح می‌دهند در گروه‌هایی که اکثریت اعضای آن از هم قومیت‌هایشان باشد، فعالیت نمایند. در همین راستا نیمی از شهروندان ترجیح می‌دهند که همسایه‌هایشان از هم قومیتی‌هایشان باشد. با این حال برای بیش از نیمی از شهروندان، قومیت در انتخاب همسر مهم نیست و اکثر شهروندان به هم قومیتی‌هایشان اعتماد دارند.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که اکثر شهروندان از تعلق به گروه قومیتی‌شان احساس شادمانی می‌کنند و بیشتر آنها با قومیت خود احساس نزدیکی می‌کنند.

- هویت ملی

نتایج تحقیق نشان داد که هویت ملی و مؤلفه‌های تشکیل دهنده آن در میان شهروندان تهرانی بالاست. مطابق با نتایج، شهروندان تهرانی علاقه زیادی به میراث گذشته ایرانی از قبیل موسیقی و مراسم‌های سنتی دارند. آنها دارای عرق ملی بالایی هستند و آماده فداکاری برای میهن خود می‌باشند. علاقه و عشق به سرزمین ایران در میان شهروندان بالاست و آنها به نمادهای ملی مانند سرود ملی افتخار می‌کنند. نتایج تحقیق نشان داد که شهروندان تهرانی علاقه زیادی به مؤلفه‌های هویت ملی مانند زبان فارسی، سرزمین و تاریخ دارند و داشتن پشتوانه تاریخی برای شهروندان تهرانی مهم است. در کل نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شهروندان تهرانی دارای احساس نزدیکی بالایی با کشور خود هستند.

نقاط قوت و ضعف هویت ملی

نقاط قوت	
۱	بالا بودن میزان هویت ملی و مؤلفه‌های تشکیل دهنده آن در میان شهروندان تهرانی
۲	علاقه به میراث گذشته ایرانی از قبیل موسیقی و مراسم‌های سنتی
۳	دارا بودن عرق ملی بالا
۴	آمادگی فداکاری برای میهن
۵	بالا بودن علاقه و عشق به سرزمین ایران
۶	افتخار به نمادهای ملی مانند سرود ملی
۷	علاقه زیاد به مؤلفه‌های هویت ملی مانند زبان فارسی، سرزمین و تاریخ
۸	افتخار به پیشینه تاریخی ایران
۹	دارا بودن احساس نزدیکی بالا با کشور
نقاط ضعف	
۱	-
۲	-

آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری	
افزایش مهاجرت بی‌رویه به شهر تهران	۱
گسترش فساد اداری در شهر	۲
ورود عناصر هویتی غربی و گرایش شهروندان به این عناصر	۳
گسترش نارضایتی از اوضاع جامعه	۴
گسترش نارضایتی از زندگی	۵
افزایش احساس نابرابری اجتماعی در میان شهروندان	۶
نارضایتی از وضعیت مالی و عدم امنیت مالی و اقتصادی	۷
افزایش روحیه ناامیدی و یأس نسبت به آینده	۸
گسترش روحیه غم و اندوه در میان شهروندان	۹
افزایش مشکلات و معضلات شهری در تهران	۱۰
گسترش بی‌اعتمادی عمومی نسبت به سایر اعضای جامعه	۱۱

- هویت دینی

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هویت دینی اکثر شهروندان تهرانی در حد بالایی است. همچنان که نتایج نشان داد بعد اعتقادی هویت دینی تقریباً تمام شهروندان تهرانی بالاست. بیشتر شهروندان تهرانی به زیارت اماکن مقدس علاقه دارند و معتقدند که دین در کنار علم دارای کارایی است. بیشتر آنها به اعیاد مذهبی علاقمند هستند و برای اکثریت آنها پایبندی به اعتقادات مذهبی مهم است. اکثریت قریب به اتفاق شهروندان تهرانی به مسلمان بودن خود افتخار می‌کنند. با این حال دو سوم شهروندان تهرانی خود را مذهبی می‌دانند و اکثریت آنها با مذهب خود احساس نزدیکی می‌کنند.

نقاط قوت هویت دینی

نقاط قوت	
۱	بالا بودن هویت دینی اکثریت شهروندان تهرانی
۲	بالا بودن بعد اعتقادی هویت دینی تقریباً تمام شهروندان تهرانی
۳	علاقه به زیارت اماکن مقدس
۴	اعتقاد به کارایی دین در کنار علم
۵	علاقمندی به اعیاد مذهبی
۶	مهم بودن پایبندی به اعتقادات مذهبی برای اکثریت شهروندان تهرانی
۷	افتخار اکثریت قریب به اتفاق شهروندان تهرانی به مسلمان بودن خود
۸	مذهبی دانستن دو سوم شهروندانی تهرانی خود را
۹	احساس نزدیکی با مذهب اکثریت شهروندان
آسیب‌ها و موانع شکل‌گیری	
۱	افزایش مهاجرت بی‌رویه به شهر تهران
۲	گسترش فساد اداری
۳	ورود عناصر فرهنگی غرب و گرایش شهروندان به آنها
۴	گسترش نارضایتی از اوضاع جامعه
۵	افزایش احساس نابرابری اجتماعی
۶	گسترش نارضایتی از زندگی شخصی
۷	نارضایتی از وضعیت مالی و عدم امنیت مالی و اقتصادی
۸	گسترش روحیه یأس و ناامیدی به آینده
۹	گسترش روحیه اندوه و غم در جامعه

تحلیل یافته‌ها و ارائه راهکارهای ارتقاء هویت اجتماعی در شهر تهران

در قسمت‌های قبلی این فصل به جمع‌بندی و تحلیل یافته‌ها پرداخته شد و نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و موانع ابعاد مختلف هویت اجتماعی برشمرده شدند. در این قسمت با توجه به این نقاط قوت و

ضعف و آسیب‌ها و موانع پیش رو راهکارهایی جهت ارتقای ابعاد مختلف هویت اجتماعی ارائه می‌شود. شایان ذکر است که با توجه به ماهیت هویت قومی راهکاری در این زمینه ارائه نخواهد شد زیرا با توجه به شرایط جاری کشور، تقویت هویت قومی می‌تواند به کاهش تعلقات ملی منجر شود. همچنین با توجه به اهمیت هویت اجتماعی شهری، راهکارهای مربوط به آن در قالب مدل SWOT و به طور مفصل‌تر ارائه خواهد شد.

راهکارهای تقویت هویت جنسیتی

- ۱- کاهش تبعیض‌ها و نابرابری‌های جنسیتی در جامعه
- ۲- ارتقای عزت نفس شهروندان به ویژه زنان از طریق ارائه فرصت‌ها و امکانات برابر با مردان
- ۳- ایجاد اشتغال و اجرای برنامه‌های کاهش بیکاری در جامعه به ویژه برای جوانان
- ۴- ارتقای سطح زندگی شهروندان از طریق افزایش استانداردهای زندگی آنها
- ۵- تلاش در جهت رفع مشکلات مالی و افزایش رضایت از وضعیت مالی شهروندان
- ۶- طراحی و اجرای برنامه‌هایی جهت افزایش روحیه شادمانی در جامعه به ویژه در میان جوانان
- ۷- زمینه‌سازی در جهت بروز استعدادهای فردی شهروندان
- ۸- افزایش ارائه تسهیلات برای تامین امکانات روزمره زندگی برای شهروندان

راهکارهای تقویت هویت خانوادگی

- ۱- فراهم آوردن تسهیلات ویژه برای ازدواج و آسان‌سازی امر ازدواج برای جوانان
- ۲- فراهم ساختن تصویری مثبت نسبت به آینده و ایجاد فضای امید
- ۳- تشویق جوانان به ازدواج از طریق برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی و ارائه برنامه‌های حمایتی
- ۴- فراهم ساختن امکانات اصلی برای ازدواج از قبیل مسکن و شغل
- ۵- تشویق خانواده‌های جوان به فرزندآوری از طریق حمایت‌های مالی و معنوی
- ۶- تقویت عناصر فرهنگی بومی و مقابله با تهاجم فرهنگی غرب به ویژه در زمینه ارزش‌های خانوادگی
- ۷- کاستن از نارضایتی‌های شهروندان از زندگی به ویژه نارضایتی از وضعیت مالی
- ۸- ترسیم آینده‌ای امیدبخش برای اعضای جامعه به ویژه جوانان و انجام اقدامات عملی در این زمینه

- ۹- گسترش شبکه‌های اجتماعی در میان شهروندان به منظور افزایش تعامل و در نهایت افزایش اعتماد عمومی در جامعه
- ۱۰- بررسی عمیق و علمی و ارائه راهکارهای عملی برای جلوگیری از فروپاشی خانواده‌ها و کنترل افزایش نگران‌کننده نرخ طلاق در جامعه
- ۱۱- ارائه آموزش‌های تربیتی و روان‌شناختی به اعضای خانواده در جهت تعامل صحیح با یکدیگر

راهکارهای تقویت هویت محله‌ای

- ۱- تلاش در جهت بالا بردن کیفیت زندگی در محلات شهر و افزایش استانداردهای زندگی در آنها
- ۲- ارائه تسهیلات ویژه به خانواده‌ها برای تشکیل خانواده مستقل از قبیل مسکن
- ۳- کنترل جریان‌های مهاجرتی به شهر و ارائه آموزش‌های شهروندی به مهاجرین
- ۴- مشارکت دادن مهاجرین و تازه واردین به محلات در امور محله به منظور افزایش احساس تعلق آنان
- ۵- ارائه برنامه‌های اصولی جهت تثبیت جریان‌های جمعیتی در شهر و افزایش مدت استقرار خانواده‌ها در محله
- ۶- اجرای برنامه‌هایی جهت خانه‌دار شدن اقشار مختلف به ویژه قشر جوان و طبقه پایین و متوسط جامعه
- ۷- افزایش بهره‌وری نهادها و سازمان‌های مختلف اجتماعی در جهت رفع مشکلات مردم
- ۸- کاستن از نارسایی‌ها و مشکلات موجود در جامعه
- ۹- ارائه برنامه‌های منسجم جهت کاهش فواصل طبقاتی و افزایش عدالت توزیعی در جامعه
- ۱۰- ارائه برنامه‌هایی جهت افزایش روحیه شادمانی و امید به آینده در شهروندان
- ۱۱- تلاش در جهت کاهش مشکلات و معضلات شهری از قبیل ترافیک و آلودگی هوا
- ۱۲- تلاش در جهت کاهش انواع آسیب‌های اجتماعی و انحرافات در شهر و محلات و افزایش ضریب امنیت فکری، جسمی و مالی شهروندان
- ۱۳- اجرای برنامه‌هایی در محلات جهت افزایش تعامل میان اهالی محله و افزایش اعتماد بین آنها
- ۱۴- طراحی و اجرای برنامه‌هایی جهت مشارکت سازنده شهروندان در محلات
- ۱۵- سپردن اداره محلات به شهروندان، به منظور افزایش احساس تعلق و مسئولیت آنها به محله‌شان

راهکارهای تقویت هویت ملی

- ۱- کنترل مهاجرت به شهر و ارائه آموزش‌های شهروندی به مهاجرین
- ۲- رونق کسب و کار در جامعه و ارائه برنامه‌هایی جهت مهار تورم و گرانی و افزایش امنیت مالی در جامعه
- ۳- تلاش در جهت شفاف‌سازی قوانین و کاهش بروکراسی در ادارات جهت کاهش فساد اداری در جامعه
- ۴- تقویت بنیان‌های فرهنگی ملی در مقابل هجوم عناصر فرهنگی غربی
- ۵- افزایش امید به آینده در میان اقشار مختلف به ویژه جوانان با ارائه تصویری روشن از توسعه و پیشرفت جامعه
- ۶- افزایش احساس مثبت به عملکرد نهادهای دولتی از طریق عملکرد کارا و منطبق با منافع ملی آنان
- ۷- افزایش رضایت اجتماعی در جامعه
- ۸- کاهش مشکلات زندگی شهروندان و افزایش رضایت آنها از زندگی از طریق طراحی و اجرای برنامه‌های حمایتی
- ۹- تلاش در جهت کاهش فواصل طبقاتی و اجرای برنامه‌های حمایتی سازنده از اقشار آسیب‌پذیر
- ۱۰- افزایش امنیت مالی و رضایت از وضعیت مالی از طریق رونق فضای کسب و کار و اجرای برنامه‌های اقتصادی مناسب
- ۱۱- اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی و ارائه تسهیلات و حمایت‌هایی جهت افزایش روحیه شادمانی در میان افراد جامعه
- ۱۲- تلاش در جهت کاهش مشکلات و معضلات شهری از قبیل ترافیک و آلودگی هوا
- ۱۳- افزایش اعتماد عمومی در میان شهروندان از طریق برنامه‌های اجتماعی و ایجاد شبکه‌های اجتماعی به منظور افزایش تعاملات و پوشش‌های حمایتی از شهروندان
- ۱۴- شناساندن هر چه بیشتر بنیان‌های هویت ملی به اقشار جامعه به ویژه جوانان از طریق برنامه‌های فرهنگی و آموزشی

راهکارهای تقویت هویت دینی

- ۱- کنترل مهاجرت به شهر و ارائه آموزش‌های شهروندی به مهاجرین
- ۲- تلاش در جهت شفاف‌سازی قوانین و کاهش بروکراسی در ادارات جهت کاهش فساد اداری در جامعه

- ۳- تقویت بنیان‌های فرهنگی ملی در مقابل هجوم عناصر فرهنگی غربی
- ۴- افزایش رضایت اجتماعی در جامعه
- ۵- کاهش مشکلات زندگی شهروندان و افزایش رضایت آنها از زندگی از طریق طراحی و اجرای برنامه‌های حمایتی
- ۶- تلاش در جهت کاهش فواصل طبقاتی و اجرای برنامه‌های حمایتی سازنده از اقشار آسیب‌پذیر
- ۷- افزایش امنیت مالی و رضایت از وضعیت مالی از طریق رونق فضای کسب و کار و اجرای برنامه‌های اقتصادی مناسب
- ۸- اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی و ارائه تسهیلات و حمایت‌هایی جهت افزایش روحیه شادمانی در میان افراد جامعه
- ۹- افزایش احساس مثبت به عملکرد نهادهای دولتی از طریق عملکرد کارا و منطبق با منافع ملی آنان
- ۱۰- شناسایی کارکردهای دین در جامعه فعلی
- ۱۱- ارائه آموزه‌های دینی از طریق برنامه‌های به‌روز و جذاب به ویژه به نسل جوان
- ۱۲- توجه به نقش نهاد خانواده در تربیت دینی کودکان
- ۱۳- پرهیز از افراط و تفریط در ارائه آموزه‌های دینی

بررسی گزینه‌های مناسب و عملی برای رفع تنگناهای موجود در مسایل مربوط به هویت شهری

در دو قسمت قبلی نتیجه‌گیری، به بررسی نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و موانع هویت اجتماعی شهری در شهر تهران پرداخته شد. در این قسمت سعی می‌شود با تحلیل یافته‌ها به ارائه راهکارهایی برای ارتقای هویت اجتماعی شهری پرداخته شود. برای این منظور با تکیه بر برنامه‌ریزی استراتژیک SWOT راهکارهای مناسب استخراج خواهد شد.

تحلیل براساس SWOT

تحلیل محیط داخلی (نقاط قوت)

ردیف	نقطه قوت	موقعیت
۱	رضایت اکثریت شهروندان از زندگی در تهران	S1
۲	مساعدة دانستن نسبی محیط شهر تهران برای زندگی	S2
۳	احساس نزدیکی اکثریت شهروندان تهرانی به شهر تهران	S3
۴	آمدگی نیمی از شهروندان برای پرداخت مالیات بیشتر برای آبادانی شهر تهران	S4
۵	تمایل شهروندان به مشارکت در امور شهری	S5
۶	وجود پتانسیل‌های مالی و انسانی برای ارتقاء کیفیت زندگی در شهر تهران	S6
۷	میزان رضایت تحصیلی، شغلی و اقتصادی متوسط رو به بالاست.	S7
۸	نسبت به اکثر نقاط کشور میزان رضایت از زندگی بیشتر است.	S8
۹	اعتماد زیاد به اعضای خانواده	S9
۱۰	همزیستی مسالمت‌آمیز اقوام مختلف در تهران	S10

تحلیل محیط داخلی (نقاط ضعف)

ردیف	نقطه ضعف	موقعیت
۱	پایین بودن میزان اعتماد شهروندان به سایر شهروندان	W1
۲	احترام اندک مردم تهران به حقوق یکدیگر	W2
۳	تمایل به ترک تهران و زندگی در مکان دیگری	W3
۴	افزایش مشکلات شهر تهران نسبت به ده سال گذشته از نظر شهروندان	W4
۵	تنها یک پنجم شهروندان امیدوار به حل مشکلات شهر تهران در آینده هستند	W5
۶	به نظر حدود دو سوم شهروندان تهرانی مشکلات شهر تهران در آینده بیشتر خواهد شد	W6
۷	میزان اعتماد بین شخصی در شهر تهران پایین است	W7
۸	به عقیده شهروندان اعتماد به مردم در مقایسه با قبل کاهش یافته است	W8
۹	عدم ارتباط مطلق حدود یک چهارم شهروندان با همسایگان خود	W9
۱۰	شهروندان معتقد به رواج صفات منفی در حد زیادی در میان سایر شهروندان هستند	W10
۱۱	رعایت پایین حقوق دیگران در شهر تهران از دیدگاه شهروندان تهرانی	W11
۱۲	پایبندی کم شهروندان به قوانین و مقررات شهری	W12

W13	بالا بودن میزان تخلفات رانندگی در شهر تهران	۱۳
W14	بالا بودن تخلفات ساختمانی و شهرسازی	۱۴
W9	پایبندی کم شهروندان به قوانین و مقررات شهری	۱۵

تحلیل محیط خارجی (نقاط فرصت)

ردیف	نقطه فرصت	موقعیت
۱	نیاز مسئولین شهری به افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان	O1
۲	توجه مسئولین شهری به اهمیت درگیری شهروندان در امور شهری	O2
۳	نیاز حکومت به حفظ یکپارچگی و اتحاد بین شهروندان از اقوام مختلف	O3
۴	وجود زمینه‌های مساعد همکاری بین شهروندان و مسئولین شهری	O4
۵	وجود عناصر هویت‌بخش فراوان در سطح شهر تهران	O5
۶	وجود امکانات و پتانسیل‌های فراوان در سطح شهر برای ارتقاء هویت اجتماعی شهروندان	O6
۷	وجود تفاهم و همزیستی مسالمت‌آمیز بین شهروندان از اقلیت‌های قومی و مذهبی از سالیان بسیار دور	O7
۸	وجود دستورات و تعالیم مذهبی مناسب	O8
۹	نگرش مثبت مسئولین کشور و شهری به فعالیت‌های سازنده شهروندان	O10
۱۰	امکان گسترش فضای مجازی و امکان ایجاد اجتماعات مجازی	O11
۱۱	امکان گسترش تعاملات مجازی از طریق اینترنت و اس ام اس	O12
۱۲	امکان ایجاد بستر خدمت‌رسانی مناسب‌تر به شهروندان از طریق شهر الکترونیک	O13
۱۳	اهتمام مسئولین شهری به ایجاد نظم و امنیت در شهر تهران	O14
۱۴	امکان کاهش مشکلات شهری از طریق برنامه‌ریزی اصولی	O15
۱۵	نیاز مسئولین شهری به تعهد شهروندان به پرداخت عوارض شهری	O16
۱۶	نیاز مسئولین شهری به کاهش قانون‌گریزی و جرایم در سطح شهر	O17
۱۷	تمایل مدیریت شهری به گسترش اخلاقیات در سطح شهر	O18
۱۸	تمایل مسئولین شهری به حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی و تاریخی شهر	O19
۱۹	نیاز مدیریت شهری به ارتقای شاخص‌های کیفیت زندگی در شهر تهران	O20
۲۰	نیاز مسئولین شهری و شهروندان به گسترش نشاط و شادمانی در شهر	O21

تحلیل محیط خارجی (نقاط تهدید)

موقعیت	نقطه تهدید	ردیف
T1	ارائه الگوهای استاندارد از سوی مدیران شهری برای تعاملات سنتی بین شهروندان	۱
T2	افزایش محلی‌گرایی و خاص‌گرایی محلی و عدم گسترش عام‌گرایی	۲
T3	امکان استفاده سیاسی از شکاف‌های قومی و طبقاتی شهروندان	۳
T4	تلقی منفی برخی از مسئولین از بعضی عناصر هویتی در شهر	۴
T5	دامن زدن به اختلافات قومی و مذهبی در میان شهروندان از سوی برخی مدیران شهری و کشوری	۵
T6	در پیش گرفتن سیاست همگون‌سازی فرهنگی و عدم توجه به تنوعات قومی و مذهبی	۶
T7	عدم استفاده از ظرفیت‌های مشورتی شهروندان در اداره امور شهری	۷
T8	عدم توجه مدیران شهری به تنوعات قومی و زبانی در شهر	۸
T9	عدم اطلاع و آشنایی مدیران شهری از ظرفیت‌های شهروندان در اداره امور شهری	۹
T10	عدم التزام برخی مسئولین شهری به رعایت حقوق شهروندی	۱۰
T11	عدم تبلیغات کافی در زمینه ایجاد احساس مثبت در میان شهروندان	۱۱
T12	عدم توزیع متوازن و عادلانه امکانات شهری در مناطق مختلف شهر	۱۲
T13	فقدان چارچوب‌های قانونی فراگیر و مناسب برای تنظیم مناسبات شهروندان و مدیران شهری و کشوری	۱۳
T14	ناهماهنگی و یا تداخل مسئولیت‌های نهادهای مرتبط با حوزه اجتماعی و فرهنگی شهری	۱۴
T15	نگاه امنیتی به تشکل‌ها و اجتماعات شهروندی	۱۵
T16	نگاه تبعیض‌آمیز مدیران شهری به مناطق شمال و جنوب شهر	۱۶
T17	نگاه دولتی به اداره هیات‌ها و تشکل‌های مذهبی محلات	۱۷
T18	نگاه قومی به تخصیص منابع و امکانات در مناطق و محلات	۱۸
T19	ورود عناصر هویتی بیگانه از طریق گسترش وسایل ارتباط جمعی	۱۹

راهبردها

راهبردهای SO

در قالب این راهبردها، با استفاده از نقاط قوت هویت اجتماعی شهری، از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری خواهد شد.

راهبردهای SO

ردیف	محورها	موقعیت
۱	زمینه‌سازی برای مشارکت فعال شهروندان در امور شهری	O20، O13، O10، O8 S6، S5
۲	بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود در شهر تهران برای افزایش احساس تعلق شهروندان به شهر تهران	S4، O21، O17، O7
۳	افزایش کیفیت زندگی شهروندان در مقابل افزایش تعهد آنها به مشارکت فعالانه در امور شهری	S5، S2، S3، O12، O2
۴	گسترش تعاملات بین شهروندان و مسئولین از طریق تکنولوژی‌های جدید مانند اینترنت	S9، S3، O4، O3، O1
۵	سازمان‌دهی تعامل بین شهروندان و مدیران شهری از طریق اجتماعات محلی	O13، O10، O8، O2 S6، O20
۶	گسترش اعتماد اجتماعی بین شهروندان و بین شهروندان و مسئولین شهری به منظور افزایش تعامل سازنده در اداره امور شهر	S9، O19، O6، O5
۷	افزایش تعاملات مثبت بین اقوام مختلف ساکن در شهر	S10، O18، O11
۸	افزایش ضریب امنیت اجتماعی در شهر تهران	S2، O15، O6، O5
۹	زیباسازی شهر تهران به منظور افزایش زیبایی بصری و افزایش روحیه نشاط در شهر	S2، S1، O16

راهبردهای WO

هدف این راهبردها این است که با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط خارج، سعی می‌گردد تا نقاط ضعف هویت اجتماعی شهری بهبود یابد.

راهبردهای WO

ردیف	محورها	موقعیت
۱	استفاده از امکانات و پتانسیل‌های شهر تهران برای افزایش رضایت از زندگی	W3، O12، O2، O1
۲	استفاده از ظرفیت‌های سرمایه اجتماعی سنتی در شهر	W2، O6، O8، O13 W9، W7
۳	افزایش امکان ارتباط مستقیم بین شهروندان و مدیران شهری	W4، O20، O13، O8 W15، W12، W5

،W11 ،O14 ،O15 ،O5 W2 ،W14 ،W13 ،W12	افزایش آموزش‌های شهروندی برای آگاهی شهروندان از حقوق و تکالیف شهروندی و قوانین و مقررات شهری	۴
،W4 ،O20 ،O13 ،O10 W5	افزایش تعامل سازنده بین شهروندان و مسئولین شهری	۵
،W7 ،W1 ،O18 ،O11 W11 ،W10	افزایش تعاملات بین شهروندان از اقوام مختلف	۶
W6 ،W5 ،O12 ،O2	ایجاد احساس امید به آینده در میان شهروندان با بهبود مستمر در خدمات و مشکلات شهری	۷
،W9 ،W7 ،O11 ،O3 W10	ایجاد فضاهای عمومی کافی در سطح شهر برای افزایش تعامل بین شهروندان با یکدیگر	۸
،W3 ،O4 ،O3 ،O2 ،O1 W5	بسترسازی برای گسترش شهر الکترونیک برای بهبود سطح خدمات‌دهی به شهروندان و رضایت از خدمات شهری	۹
،O20 ،O13 ،O10 ،O8 W9 ،W1	زمینه‌سازی برای محول نمودن پاره‌ای تصمیمات در سطح محلات به شهروندان	۱۰
W10 ،W6 ،O16	گسترش فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی شاد در سطح شهر	۱۱

راهبردهای ST

هدف این راهبردها این است که با استفاده از نقاط قوت هویت اجتماعی شهری، اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش داده یا از بین برد.

راهبردهای ST

ردیف	محورها	موقعیت
۱	استفاده از افراد تحصیل کرده و با تجربه در اداره امور شهر	S7 ،T9 ،T7 ،T13
۲	بهره‌گیری از ظرفیت محلات در تعمیق دوستی و رابطه بین شهروندان	،T15 ،T9 ،T7 ،T2 ،T1 S6 ،S5 ،S3 ،T17
۳	تلاش برای افزایش آگاهی شهروندان از زمینه‌های مشارکت و همکاری با مدیران شهری	،S3 ،T13 ،T9 ،T7 ،T1 S5 ،S4
۴	تلاش برای نزدیک کردن شهروندان از اقوام مختلف با ارائه برنامه‌های فرهنگی و تبلیغی	،T11 ،T8 ،T6 ،T5 ،T3 S10 ،T18
۵	توزیع متوازن امکانات در مناطق مختلف شهر و محلات با اکثریت قومی	S10 ،T18 ،T16 ،T12

	و مذهبی	
S3، S2؛ T19؛ T4	حفاظت از عناصر تاریخی و فرهنگی شهر و شناساندن آنها به شهروندان	۶
T15، T10، T9، T7، T1 S5، S4	حمایت از تشکل‌های غیردولتی NGOs برای مشارکت در امور شهری و انجام فعالیت‌ها	۷
T8، T6، T5، T3، T2 S10، T18، T10	در پیش گرفتن سیاست وحدت در کثرت و اهمیت دادن به فرهنگ‌های مادری شهروندان در کنار تقویت احساس تعلق به شهر تهران	۸

راهبردهای WT

هدف این راهبرد کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است.

راهبردهای WT

موقعیت	محورها	ردیف
W1، T14، T10، T1 W11، W10، W2	ارائه آموزش‌های لازم به شهروندان در زمینه نهادینه کردن رعایت حقوق دیگران و قوانین و مقررات	۱
W3، T13، T9، T7 W14، W12، W11	ارائه زمینه‌های جدید مشارکت شهروندان در اداره امور محلات و شهر	۲
W4، W3، T19، T4 W5	ارتقای بافت کنونی شهری و افزایش عناصر هویت‌بخش شهری به منظور سکونت پایدار شهروندان	۳
W3، W2، T11، T1 W12، W11، W10، W7	ایجاد احساس سرنوشت مشترک بین شهروندان و تلاش در فراگیر شدن این احساس	۴
T18، W11، W7، W3 T12، T16	ایجاد احساس عدالت توزیعی در میان اقشار مختلف در شهر	۵
T11، T10، T5، T3، T1 W2، W1، T19، T15 W10، W9، W8، W7 W11	ایجاد بسترهای ارتباطی برای افزایش تعامل انگیز شهروندان با یکدیگر	۶
T10، T9، T6، T5، T2 T19، T15، T14، T13 W10، W9، W1	ایجاد فرصت برای گروه‌های مختلف فرهنگی و پیشبرد ارتباطات میان فرهنگی در شهر	۷
W4، T13، T11، T1 W6، W5	تلاش در جهت افزایش امید به آینده با برنامه‌ریزی اصولی و افزایش کیفیت زندگی در شهر	۸

،T17 ،T15 ،T11 ،T2 ،W9 ،W7 ،W2 ،T18 W11	توسعه محله‌ای همراه با تاکید بر هویت محله‌ای	۹
،T11 ،T10 ،T9 ،T7 ،T1 ،W7 ،T16 ،T14 ،T13 W12	ضرورت افزایش اعتماد بین شهروندان و مدیران شهری	۱۰
،T13 ،T11 ،T9 ،T7 W6 ،W5 ،W4	کاهش مشکلات عدیده شهر تهران با مشارکت شهروندان	۱۱

مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران

منابع

- احمدلو، حبیب (۱۳۸۱): بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس
- توحیدفام، محمد (۱۳۸۰): معمای هویت، نامه پژوهش، سال ششم، شماره ۲۲ و ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۸۰ (صفحه ۱-۶)
- عبداللهی، محمد (۱۳۷۴): بحران هویت جمعی و دینامیسم و مکانیزم تحول آن در ایران و تاثیر آن بر دینامیسم مبادله فرهنگی ایران و جهان، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰): جهانی شدن و بحران هویت، فصلنامه ملی سال سوم، شماره ۱۰ (صفحه ۱۴-۲۰)
- Tehranian, Katherine, Kia, (1998): Global communication and pluralization of identities, vol. 30. Pp: 211-217