

بررسی مؤلفه‌های بعد دینی هویت ملی؛ راهبردها و راهکارها

* علی پرنوره

** حمید هوشنگی

E-mail: a.poornoor@gmail.com

E-mail: h.houshangi@isu.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۴/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۰۴

چکیده

بعد دینی هویت ملی از عوامل مبنایی مؤثر در ثبات نظام‌های سیاسی و اجتماعی است، بنابراین یکی از اهداف و حوزه‌های اصلی جامعه‌پذیری سیاسی احصاء و تقویت و بازتولید شاخص‌های این مقوله است. این مقاله می‌کوشد با استفاده از روش نخبگی، مطالعات راهبردی و محیط‌شناسی مبتنی بر تکنیک SWOT راهبردهای تقویت بعد دینی هویت ملی احصاء و اولویت‌بندی شوند. براساس نتایج حاصله، راهبردهای اولیه بر حفظ کیان خانواده، تقویت و تصحیح کارکردهای مدارس و دانشگاه‌ها، ابزار هنری و علمی، فعال‌سازی مراجع اجتماعی، یکپارچه‌سازی نهادهای رسمی و اجرای درست قانون تأکید دارند و راهبردهای ثانویه مواردی همچون ترویج خودباوری، اشاعه روحیه‌ی جهادی، صیانت و ترویج مدل مردم‌سالاری دینی، افزایش کارآمدی نظام، مشارکت شایستگان اقوام، وحدت مسلمانان و تعامل فعال با جهان اسلام را برجسته می‌سازد.

کلید واژه‌ها: هویت، هویت ملی، هویت دینی، SWOT.

* دکتری علوم راهبردی و مدرس دانشگاه، نویسنده‌ی مسؤول

** استادیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق(ع)

مقدمه و طرح مسأله

هویت از مفاهیم بنیادینی است که در جامعه‌شناسی آن را به معنی «چیستی» می‌دانند و تعبیر پاسخ به ماهیت را برای آن بازگو کرده‌اند (لکزایی، ۱۳۹۰: ۱۲۰). در مفهوم هویت دو بعد ذهنی و عینی با همدیگر ممزوج می‌باشند، به طوری که ویژگی‌های باطنی در ورای پاسخ به کیستی یا هویت و بیان مشخصات ظاهری مکنون است که شناخت آنها نوعی نگرش و گرایش ایجاد گفتمان‌های مسلط بر رفتارهای اجتماعی را فراهم می‌سازد. در واقع واقعیت ذهنی را باید در خودآگاهی و واقعیت عینی و در بستر کنش اجتماعی جست‌وجو کرد و بر این اساس هویت، آگاهی شخص، گروه و جامعه به خود است که در کنش‌های اجتماعی به صورت تدریجی شکل می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۳: ۳۱). یا در تعریف جنکینز «هویت، معانی ذهنی شامل ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، طرز تلقی‌ها و آگاهی‌های مختص به یک «خود» فردی یا اجتماعی و احساس تعلق و تعهد نسبت به آن است» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳).

از سوی دیگر، سؤال از کیستی، پاسخی پایدار و عمیق از دین دریافت می‌کند؛ چرا که دین شامل آموزه‌هایی با منشاء الهی بوده و فرد دیندار هویت خود را در نسبت با مبداء و معاد تعریف می‌کند و بر اثر پیروی از دستورات آن، خود و جامعه را به سوی کمال رشد می‌دهد. دین ابتدا بر تربیت انسان و سپس تشکیل روح دینی جمعی تأکید دارد. با توجه به موضوع مقاله، واژه هویت با قید دینی تعریف می‌شود، یعنی خودآگاهی (هویت‌یابی) ذیل گفتمان اسلام شکل می‌گیرد و با این رویکرد، هویت امری فطری و به معنی خودشناسی و تعیین نسبت انسان با خدا و دیگران است. به این ترتیب تقویت بعد دینی هویت ملی شامل تلاش برای ارتقاء وضعیت کیفیت مؤلفه‌هایی مثل اعتقادات، اخلاق و رفتار است که به نحوی ارتقاء وضعیت اجتماعی و سیاسی را در پی دارد. از منظر راهبردی مطالعه‌ی وضع موجود (نقطه عزیمت هویت دینی) و حرکت در جهت ارتقای جایگاه مطلوب آن مسأله‌ای اساسی است که باید مورد توجه قرار گیرد. بنابراین این مقاله، با هدف شناسایی آخرین وضعیت معرف‌های موضوع در جامعه، از منظر نخبگان و احصاء و اولویت‌بندی راهبردهای تقویت مؤلفه‌های بعد دینی هویت ملی تدوین شده است.

سؤالات تحقیق

- ۱- مؤلفه‌های بعد دینی هویت ملی کدام‌اند؟
- ۲- راهبردهای تقویت بعد دینی هویت ملی چیست؟

پیشینه‌ی تحقیق

آثار متعددی در رابطه با موضوع مقاله وجود دارد که به تعدادی از آنها که رابطه نزدیکی با موضوع دارند اشاره می‌شود.

گلاک و استارک (۱۹۶۵) در کتاب «دین و جامعه در تنش» به مدلی دست یافته‌اند که طی آن ابعاد دین را شامل بُعد اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی بر شمرده‌اند. محمود رئوفی (۱۳۸۹) طی مقاله‌ای با عنوان «مؤلفه‌های هویت دینی»، هویت دینی را شامل مؤلفه شناختی، مؤلفه عاطفی، مؤلفه اجتماعی و مؤلفه فرهنگی معرفی می‌کند. شجاعی زند (۱۳۸۴) نیز در مقاله خود با عنوان «مدلی برای سنجش دینداری در ایران»، وجوه هویت دینی را وجوه مناسکی، اخلاقی و شریعت معرفی می‌کند. جوانی (۱۳۸۴) نیز در مقاله «هویت دینی یا هویت‌های دینی»، در یک نگاه کلی چهار رهیافت فقهی، اخلاقی، ایدئولوژیک و عرفانی را برای تحلیل هویت برمی‌شمارد.

چارچوب نظری

دین، ایمان به خدا و رعایت دستورات اوست. آموزه‌هایش به سه بخش اعتقادی، اخلاقی و رفتاری قابل تقسیم‌اند. مسائلی مانند توحید، نبوت، وحی و معاد در قسمت اعتقادی، کسب فضائل و رفع رذایل در بخش اخلاقی و از جمله مقرراتی است که رفتار انسان را در رابطه با خود، خدا و اجتماع تنظیم می‌کند. به عبارت دیگر دین «مجموعه عقاید، اخلاق و قوانین و مقرراتی است که برای اداره امور جامعه انسانی و پرورش انسان‌ها است» (جوادی‌آملی، ۱۳۹۰: ۱۱۱). هم‌چنین می‌توان دین را مجموعه‌ای جامع از بایدها و نبایدهای ارزشی برای هدایت انسان دانست که ایمان به خداوند را به‌عنوان محور دین و فرآیندی چندبعدی همانند نگرش‌ها، باورها، عواطف، تجارب و مناسک در برمی‌گیرد (خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹: ۲).

دیدگاه‌های مختلفی درباره مؤلفه‌های دین وجود دارد؛ بنابراین هویت دینی و بالتبع دینداری از منظر هر یک از دیدگاه‌ها ابعاد مختلفی دارد. از منظر گلاک و استارک (۱۹۶۵) در همه ادیان دنیا، به رغم تفاوت‌هایی که در جزئیات وجود دارد، عرصه‌های مشترکی برای تجلی دینداری وجود دارد. این عرصه‌ها را می‌توان ابعاد مرکزی و محوری دینداری محسوب کرد که عبارت‌اند از:

۱- بعد اعتقادی یا باورهای دینی که متشکل از باورهایی است که انتظار می‌رود پیروان آن دین بدان‌ها اعتقاد داشته باشند.

۲- بعد مناسکی یا اعمال دینی شامل اعمال دینی مشخص همچون عبادت، نماز، شرکت در آیین دینی خاص و روزه گرفتن است که انتظار می‌رود در هر دین به‌جا آورده شوند.

۳- بعد تجربی یا عواطف دینی ناظر به عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن ارتباط باخدا و یا واقعیتی غایی یا اقتداری متعالی است.

۴- بعد فکری یا دانش دینی، مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های مبنایی در مورد شناخت هر دین است که پیروان باید آنها را بدانند.

۵- بعد پیامدی یا آثار دینی ناظر به اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان است.

هم‌چنین برخی دیگر از محققان، مقوله دینداری را از سه وجه مدنظر قرار داده‌اند. در این رابطه می‌توان به نظریه شجاعی‌زند (۱۳۸۴) استناد کرد. وی عقیده دارد دینداری وجوه مختلفی دارد که در شاخص‌سازی و مطالعه تمامی این وجوه باید مدنظر قرار گیرند. این وجوه عبارت‌اند از: وجه مناسکی دین، وجه اخلاقی دین و وجه شریعت دین. این سه وجه دینداری هم‌جنبه رفتاری و هم‌وجه عاطفی و معرفتی دارند. در کنار این سه بعد، بعد شریعت عمدتاً جنبه‌ی رفتاری دارد. فرد مؤمن موظف و مکلف به عمل به آن است. این بعد بیشتر ناظر بر شکل‌دهی و سامان بخشی روابط اجتماعی است. برخی محققان برای مطالعه و سنجش دینداری بر شاخص‌های بیرونی و ظاهری (رفتار فرد) و بعضی دیگر بر شاخص‌ها و ملاک‌های درونی و ذهنی فرد تأکید دارند؛ اما به نظر می‌رسد جامع‌ترین مطالعه آن است که به هر دو دسته از شاخص‌ها توجه شود. از منظر مطالعه دینداری، این مقوله دو بعد اساسی دارد:

۱- **بعد عقیدتی:** در انسان‌شناسی دینی فراموش کردن خود (از خودبیگانگی) نتیجه‌ی فراموش کردن خدا است؛ بنابراین در اسلام خودشناسی مقدمه توحید و معرفت ذات حق به‌شمار می‌رود. در واقع وجه اعتقادی، جهت‌دهنده‌ی رفتار فرد مسلمان است. این بعد مختص حوزه تکالیف دینی نیست، بلکه تمام جنبه‌ها زندگی فرد مؤمن را در برمی‌گیرد (میرمحمدی، ۱۳۹۱: ۱۴).

۲- **بعد رفتاری:** این بعد ناظر بر جنبه‌های بیرونی و عینی است که در جنبه‌های رفتاری و کنش‌های دینی مؤمنان تجلی می‌کند؛ به‌عبارت دیگر جنبه‌های قابل مشاهده دینداری در کردار انسان‌ها تبلور می‌یابد. این مقوله عمدتاً از منظر اجتماعی قابل پیگیری است.

در کنار هم قرار گرفتن دو مفهوم هویت و دین سازه‌ی هویت دینی را تشکیل می‌دهد که هویت‌یابی واقعی برای انسان را، تنها در تعالی انسان به سوی اهداف معنوی ممکن می‌داند. بنابراین «هویت دینی به‌عنوان یکی از ابعاد هویت اجتماعی متضمن سطحی از دینداری است که با «ما»ی جمعی یا همان اجتماع دینی یا امت، مقارنه دارد و نشان‌دهنده‌ی احساس تعلق به دین، جامعه دینی و تعهد به دین و جامعه دینی است» (چیت‌سازقمی، ۱۳۸۳: ۱۹۴).

در رویکردی دیگر، مؤلفه‌های هویت دینی در قالب دو بخش ذاتی و پیامدی قابل تمیز است. مؤلفه‌های ذاتی هویت دینی به مؤلفه‌هایی اطلاق می‌شود که جزو جدانشدنی هویت دینی است و مشتمل بر دو مؤلفه‌ی شناختی و عاطفی است. مؤلفه شناختی شامل ارزش‌ها، هنجارها، باورها، ایمان و اعتقادات است. به منظور سنجش مؤلفه شناختی، معرف‌هایی از قبیل اعتقاد به خداوند، اعتقاد به مسأله‌ی نبوت و امامت، اعتقاد به کتاب آسمانی قرآن کریم، باور به مسأله‌ی معاد، اعتقاد به مهدویت، اعتقاد به مرجعیت و تقلید مطرح است. مؤلفه عاطفی نیز مشتمل بر احساسات، نیازها و تمایلات است (رئوفی، ۱۳۸۹: ۱۰۸). البته منظور از احساسی که در اینجا ذکر شده، احساسی است که ریشه‌ی معرفتی و شناختی دارد، نه احساسی که صرفاً ریشه بیولوژیک و فیزیولوژیک دارد. به منظور سنجش مؤلفه‌ی عاطفی، معرف‌هایی از قبیل احساس تعلق به دین، احساس آرامش به هنگام نیایش و عبادت، احساس تقرب و نزدیکی به خداوند، احساس افتخار به مسلمان بودن، احساس غرور و افتخار از موفقیت مسلمانان، احساس بیزاری و تنفر از خدشه‌دار شدن اسلام و احساس همدردی و مسؤولیت در قبال سایر مسلمانان مطرح می‌شود.

البته هویت دینی علاوه بر مؤلفه‌های ذاتی، مؤلفه‌های دیگری دارد که گرچه جزء مؤلفه‌های ذات هویت دینی نیستند، اما بر پیامدها و آثار هویت دینی دلالت دارند که از آنها به مؤلفه‌های پیامدی هویت دینی تعبیر می‌شود که مشتمل بر دو مؤلفه اجتماعی و فرهنگی است. به منظور سنجش مؤلفه اجتماعی، معرف‌هایی از قبیل رعایت امانتداری و دستگیری از محرومان، رعایت حدود شرعی در زندگی، مدنظر قرار دادن دین‌مداری به‌عنوان یک شاخص در مسأله انتخاب دوست، مدنظر قرار دادن دین‌مداری به‌عنوان یک شاخص در مسأله‌ی انتخاب همسر، لزوم هماهنگی میان ارزش‌های شغلی با ارزش‌های دینی و عدم تخطی از احکام اقتصادی دین به هنگام دادوستد و معاملات

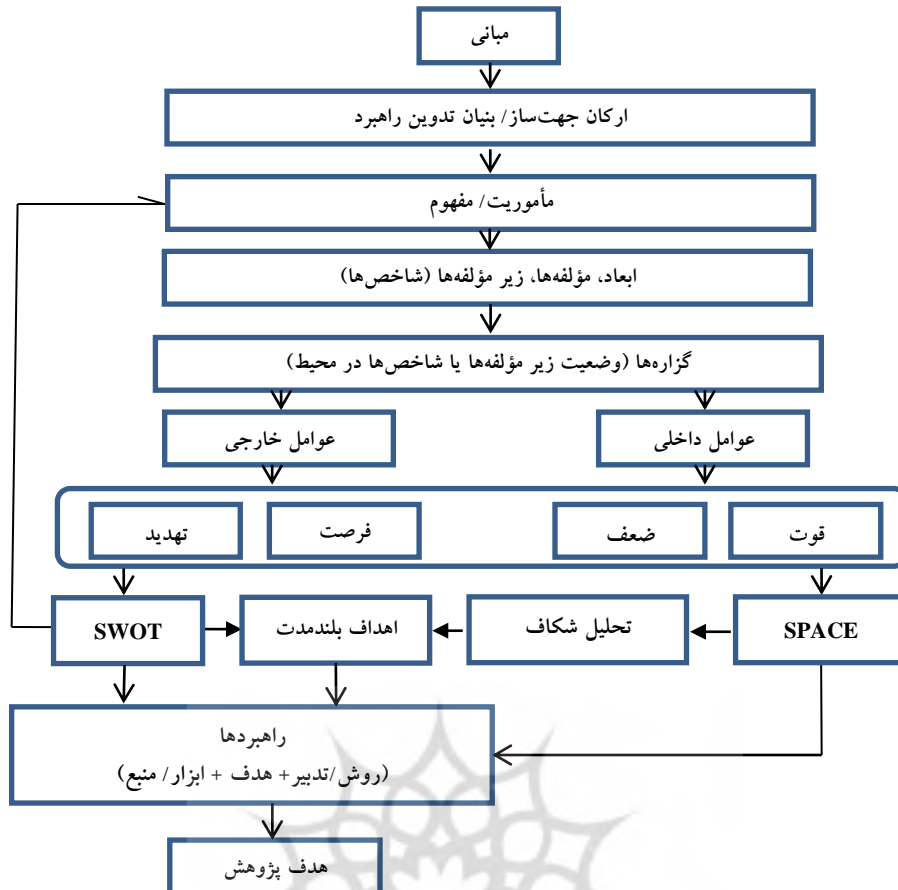
تجاری بیان می‌شود. مؤلفه فرهنگی حاوی مجموعه‌ای از عناصر نمادین و سمبولیک است که میراث سنتی خاصی را تشکیل می‌دهد. آیین‌ها و رموز آیینی، سبک غذا خوردن، لباس پوشیدن و نیز هنر و آفریده‌های زیباشناختی و نظایر آن که با نظام اعتقادات فرد مرتبط‌اند، مجموعاً مؤلفه فرهنگی را تشکیل می‌دهند. به منظور سنجش مؤلفه فرهنگی، معرف‌هایی از قبیل التزام به پوشش اسلامی، شرکت در مراسم و آیین‌های مذهبی از جمله مراسم دهه محرم ذکر شده است (رئوفی، ۱۳۸۹: ۱۰۸).

در این مقاله، مدل ذاتی - پیامدی هویت دینی به‌عنوان نظریه مختار استفاده شده است.

روش تحقیق

برای نیل به اهداف تحقیق از روش ترکیبی استفاده شده است. ابتدا معرف‌ها و شاخص‌های مؤلفه‌های احصاء شده از مدل ذاتی - پیامدی هویت دینی به دست آمده و با بهره‌گیری از پیمایش از نخبگان، جایگاه هر یک از شاخص‌ها در بعد دینی هویت ملی مشخص شد. برای انجام پیمایش تعداد ۲۵ نفر از نخبگان فرهنگی، امنیتی، دانشگاهی و سیاسی به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و هدفمند انتخاب شدند. روایی و پایایی پرسشنامه با فرمول الفای کرونباخ محاسبه و عدد ۸۸ را نشان داده است. در ادامه براساس تعریفی منتخب از مدیریت راهبردی یعنی ایجاد کشش و جوشش در مقادورات یک سازمان (نقاط قوت و فرصت)، گویه‌های استخراجی پرسشنامه در دو دسته عوامل داخلی (قوت - ضعف) و خارجی (تهدید - فرصت) در ماتریس سوات قرار گرفته و نوع و ناحیه‌ی راهبردها مشخص شد. در نهایت نیز با استفاده از روش دیوید و تعریف مأموریت، اهداف، محیط و راهبردها تعیین و هدف پژوهش محقق شد. در ضمن از ماتریس space برای تشخیص موقعیت‌ها استفاده شد.

نمودار شماره ۱: فرآیند تدوین راهبرد



یافته‌های تحقیق

الف) یافته‌های مرتبط با تعیین وزن شاخص‌های مؤلفه‌های بعد دینی هویت ملی و اجرای SWOT مبتنی بر مدل مفهومی مؤلفه‌های ذاتی - پیامدی هویت دینی، شاخص‌های ذیل با رویکرد راهبردی برای مؤلفه‌های شناختی و عاطفی (ذاتی) و همچنین مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی (پیامدی) به نخبگان عرضه شد که مورد تأیید قرار گرفت.

جدول شماره ۱: مؤلفه و شاخص‌های راهبردی هویت دینی

مؤلفه	شاخص	بهره‌گیری
شناختی	هویت دینی در جهان اسلام، آگاهی سیاسی و دینی مردم، هویت‌طلبی در جهان اسلام، تکلیف‌گرایی، ارزش‌های اسلامی - اخلاقی	
عاطفی	احساس مسلمانان نسبت به همدیگر، پایبندی به ارزش‌ها و هنجارهای دینی، اخلاق محوری	
اجتماعی	کارکردهای اجتماعی دین، ارتباط سازمان‌های مردم‌نهاد مذهبی، جرائم و آسیب‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، امنیت اجتماعی و...	
فرهنگی	الگوی امتزاج هویت دینی و ملی، باز تولید اخلاق اسلامی، نفوذ ایدئولوژی غرب، تعارض فرهنگی، فرهنگ کار و تلاش، میزان مطالعه در جامعه و...	

شاخص‌های فوق از سوی نخبگان در قالب محیط داخلی (قوت، ضعف) و محیط خارجی (تهدید، فرصت) آرایش یافته و ارزیابی شدند که نتایج آن در جدول‌های ذیل ذکر شده است.

جدول شماره ۲: محاسبه امتیاز وضع موجود و شرایط آتی در قبال فرصت‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی	میزان تأثیر در تقویت هویت دینی (وزن AHP)	توانایی بهره‌گیری جامعه از عامل مزبور	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
			نمره (۱-۹) مثبت	نمره (۱-۹) مثبت
۱	هویت دینی در جهان اسلام	۰/۳۱۹۲۸	۵	۱/۵۹۶۴
۲	احساس مسلمانان نسبت به همدیگر	۰/۱۴۱۱۸	۴	۰/۵۶۴۷۲
۳	آگاهی دینی و سیاسی مردم	۰/۱۱۴۸۸	۷	۰/۸۰۴۱۶
۴	کارکردهای اجتماعی دین	۰/۰۹۴۹۸	۷	۰/۶۶۴۸۶
۵	پایبندی به ارزش‌ها و هنجارهای دینی	۰/۰۷۴۴۸	۶	۰/۴۴۶۸۸
۶	اخلاق محوری در جامعه	۰/۰۷۰۹۸	۵	۰/۳۵۴۹
۷	ارتباط سازمان‌های مردم‌نهاد مذهبی با هم	۰/۰۵۱۰۸	۶	۰/۳۰۶۴۸
۸	هویت‌طلبی در جهان اسلام	۰/۰۴۹۲۸	۷	۰/۳۴۴۹۶

۰/۳۵۷۴۴	۸	۰/۲۶۸۰۸	۶	۰/۰۴۴۶۸	فرهنگ کار و تلاش	۹
۰/۲۷۴۲۶	۷	۰/۱۹۵۹	۵	۰/۰۳۹۱۸	تکلیف‌گرایی	۱۰
۷/۲		۵/۵		۱	جمع	

همان‌طور که جمع امتیاز موزون نشان می‌دهد، نظر خبرگان در ارتباط با جامعه ایران از فرصت‌ها ۵/۵ است که نشان می‌دهد واکنش بین متوسط تا خوب است و با توجه به پتانسیل جامعه انتظار می‌رود که در آینده این امتیاز به ۷/۲ ارتقاء یابد، یعنی واکنش به سمت خوب میل کند.

در بین تهدیدهای احصاء شده تعداد ۶ تهدید انتخاب، سپس با استفاده از تکنیک AHP میزان تأثیر آنها در تقویت هویت دینی به روش خبرگی اندازه گرفته شد. در این راستا به توانائی احتراز جامعه ایران از عوامل مزبور به روش خبرگی در شرایط موجود و آتی به روش خبرگی امتیاز داده شد.

جدول شماره ۳: محاسبه امتیاز وضع موجود و شرایط آتی در قبال تهدیدات

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی	میزان تأثیر در تقویت هویت دینی (وزن) (AHP)	توانائی احتراز جامعه از عامل مزبور	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
			عدد نمره (۱-۹) منفی	عدد نمره (۱-۹) منفی
۱	جرایم و آسیب‌های اجتماعی	۰/۲۱۰۵۶۷	۱/۴۷۳۹۶۹	۵-
۲	ارزش‌های اسلامی و اخلاقی در جامعه	۰/۱۷۳۵۶۷	۱/۲۱۴۹۶۹	۴-
۳	اعمال خلاف عرف و اخلاق در جامعه	۰/۱۷۰۳۶۷	۱/۰۲۲۲۰۲	۵-
۴	احساس امنیت اجتماعی	۰/۱۵۵۴۶۷	۰/۹۳۲۸۰۲	۴-
۵	عافیت‌طلبی	۰/۱۴۷۷۶۷	۰/۷۳۸۸۳۵	۴-
۶	سرمایه اجتماعی	۰/۱۴۲۲۶۷	۰/۷۱۱۳۳۵	۴-
	جمع	۱	۶/۰۹۴۱۱۲	۴/۳۸۰۹۴۲

همان‌طور که جمع امتیاز موزون نشان می‌دهد نظر خبرگان در ارتباط با توان جامعه ایران از تهدیدات فراروی ۶/۰۹ منفی است که نشان دهنده‌ی واکنش بین متوسط تا خوب است و با توجه به پتانسیل جامعه انتظار می‌رود که در آینده این امتیاز به ۴/۳ منفی کاهش یابد، یعنی واکنش به سمت خوب میل کند.

در بین قوت‌های احصاء شده تعداد ۹ قوت انتخاب، سپس با استفاده از تکنیک AHP میزان تأثیر آنها در تقویت هویت دینی به روش خبرگی اندازه گرفته شد. در این راستا به توانایی بهره‌گیری جامعه از عوامل مزبور به روش خبرگی در شرایط موجود و آتی به روش خبرگی امتیاز داده شد.

جدول شماره‌ی ۴: محاسبه امتیاز وضع موجود و شرایط آتی در قبال قوت‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی قوت‌ها	توانایی بهره‌گیری جامعه از عامل مزبور		میزان تأثیر در تقویت هویت دینی وزن AHP		
		در شرایط موجود				
		در شرایط آتی	در شرایط موجود			
		عدد موزون	نمره (۱-۹) مثبت	عدد موزون	نمره (۱-۹) مثبت	
۱	الگوی امتزاج هویت دینی و ملی در ایران	۱/۸۸۱۴۲۴	۸	۱/۴۱۱۰۶۸	۶	۰/۲۳۵۱۷۸
۲	ایجاد باور و اعتماد به نفس	۱/۶۳۱۸۲۴	۸	۱/۴۲۷۸۴۶	۷	۰/۲۰۳۹۷۸
۳	پیوستگی مردم و حاکمیت	۱/۱۱۹۰۲۴	۸	۰/۹۷۹۱۴۶	۷	۰/۱۳۹۸۱۷۸
۴	پرستیژ ملی	۰/۹۵۵۳۴۶	۷	۰/۸۱۸۸۶۸	۶	۰/۱۳۶۴۷۸
۵	اقتدار حکومت	۰/۵۷۲۴۴۶	۷	۰/۴۰۸۸۹	۵	۰/۰۸۱۷۷۸
۶	بازتولید اخلاق	۰/۴۹۱۰۲۴	۸	۰/۳۶۸۲۶۸	۶	۰/۰۶۱۳۷۸
۷	وحدت ملی	۰/۴۸۶۲۲۴	۸	۰/۳۶۴۶۶۸	۶	۰/۰۶۰۷۷۸
۸	قدرت مردم	۰/۴۰۵۴۲۴	۸	۰/۳۵۴۷۴۶	۷	۰/۰۵۰۶۷۸
۹	فقرزدایی	۰/۲۰۹۱۴۶	۷	۰/۱۴۹۳۹	۵	۰/۰۲۹۸۱۷۸
	جمع	۸/۷		۳/۶		۱

همان‌طور که جمع امتیاز موزون نشان می‌دهد نظر خبرگان در ارتباط با توان بهره‌گیری جمهوری اسلامی ایران از قوت‌های موجود در شرایط موجود ۶/۳ است که نشان دهنده‌ی واکنش خوب است و با توجه به پتانسیل جمهوری اسلامی ایران انتظار

می‌رود که در آینده این امتیاز به $7/8$ ارتقاء یابد، یعنی واکنش به سمت بسیار خوب میل کند.

در بین ضعف‌های احصاء شده تعداد ۹ ضعف انتخاب، سپس با استفاده از تکنیک AHP میزان تأثیر آنها در تقویت هویت دینی و ملی به روش خبرگی اندازه گرفته شد. در این راستا به توانائی بهره‌گیری جمهوری اسلامی ایران از عوامل مزبور به روش خبرگی در شرایط موجود و آتی به روش خبرگی امتیاز داده شد.

جدول شماره ۵: محاسبه امتیاز وضع موجود و شرایط آتی در قبال ضعف‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ج.ا.ایران ضعف‌ها	میزان تأثیر در تقویت هویت دینی وزن AHP	توانائی از بین بردن عامل مزبور توسط جامعه	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
			نمره (۱-۹) منفی	نمره (۱-۹) منفی
۱	نفوذ ایدئولوژی فرهنگ بیگانه	۰/۱۶۱۴۷۸	۸-	۱/۲۹۱۸۲۴
۲	تعارض فرهنگی	۰/۱۴۵۳۷۸	۶-	۰/۸۷۲۲۶۸
۳	نارضایتی عمومی	۰/۱۴۲۸۷۸	۶-	۰/۸۵۷۲۶۸
۴	نفوذ فرهنگی	۰/۱۱۲۴۷۸	۷-	۰/۷۸۷۳۴۶
۵	رشد گروه‌های غیررسمی	۰/۱۱۲۰۷۸	۶-	۰/۶۷۲۴۶۸
۶	بی‌تفاوتی و فردگرایی	۰/۱۱۱۹۷۸	۵-	۰/۵۵۹۸۹
۷	آسیب‌ها جرائم اجتماعی	۰/۰۹۶۹۷۸	۷-	۰/۶۷۸۸۴۶
۸	تجملات	۰/۰۶۷۶۷۸	۷-	۰/۴۷۳۷۴۶
۹	مطالعه در جامعه	۰/۰۴۹۰۷۸	۵-	۰/۲۴۵۳۹
	جمع	۱		۶/۴۳۹۰۴۶
				۴/۶۹۳۴۹۸

همان‌طور که جمع امتیاز موزون نشان می‌دهد، نظر خبرگان در ارتباط با توان جامعه از ضعف‌های موجود در شرایط موجود $6/5$ منفی است که نشان دهنده‌ی واکنش بین متوسط تا خوب است و با توجه به پتانسیل جامعه انتظار می‌رود که در آینده این امتیاز به $4/9$ منفی کاهش یابد، یعنی واکنش به سمت خوب میل کند.

ب) یافته‌های مرتبط با ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک SPACE

فلسفه وجودی این ماتریس تعیین نوع راهبردها است. اطلاعات مورد نیاز برای تکمیل این ماتریس از جداول عوامل داخلی و خارجی به دست می‌آید. ماتریس مزبور چهار ناحیه دارد و هر ناحیه خود به چهار قسمت مساوی تقسیم شد. بنابراین از این طریق ۱۶ رویکرد راهبردی در این نمودار نمایش داده می‌شود؛ یعنی با توجه به موقعیت کشور، یکی از این ۱۶ رویکرد را باید انتخاب کرد. راهبردهای هر ناحیه ویژگی کلی مربوط به آن ناحیه را دارد، یعنی تهاجمی، تدافعی، رقابتی یا محافظه‌کارانه خواهند بود. علاوه بر این، با توجه به موقعیت، رویکردهای جزئی راهبردها نیز در آن ناحیه متفاوت است. مثلاً در ناحیه تهاجمی چهار رویکرد تهاجمی شدید، تهاجمی معطوف به قوت، تهاجمی معطوف به فرصت و تهاجمی خفیف متصور است. برای پیدا کردن موقعیت، در وضع موجود و مطلوب، امتیاز نقاط قوت با تهدید و فرصت با ضعف، جمع جبری می‌شوند. آنچه باعث می‌شود کشور، نتواند از فرصت‌ها استفاده کند، ضعف‌ها و آنچه باعث می‌شود نتواند از قوت‌های خود برای شکار فرصت استفاده کند، تهدیدهایش است. بنابراین جمع جبری نقاط قوت و تهدید و ضعف و فرصت، رویکرد تدوین راهبرد در سطح ملی را، مشخص می‌کند. شناسایی و ارزیابی وضعیت راهبردی نقشی تعیین‌کننده و محوری در تصمیم‌گیری‌های راهبردی دارد. در این مرحله‌ی مهم، وضعیت موجود و مطلوب (آینده) ایران در راستای تحقق رسالت و چشم‌انداز تعیین شده و در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدها و قوت‌ها و ضعف‌ها بر روی نمودار ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE) مشخص و توصیف و تفسیر و بر آن اساس چالش‌ها و مسائل و یا اولویت‌های راهبردی موجود در مسیر حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب احصاء می‌شود. در ادامه فرآیند، استراتژی‌ها یا اهداف راهبردی برای پاسخ به آنها اتخاذ خواهد شد. در این مرحله لازم است گام‌های زیر طی شود:

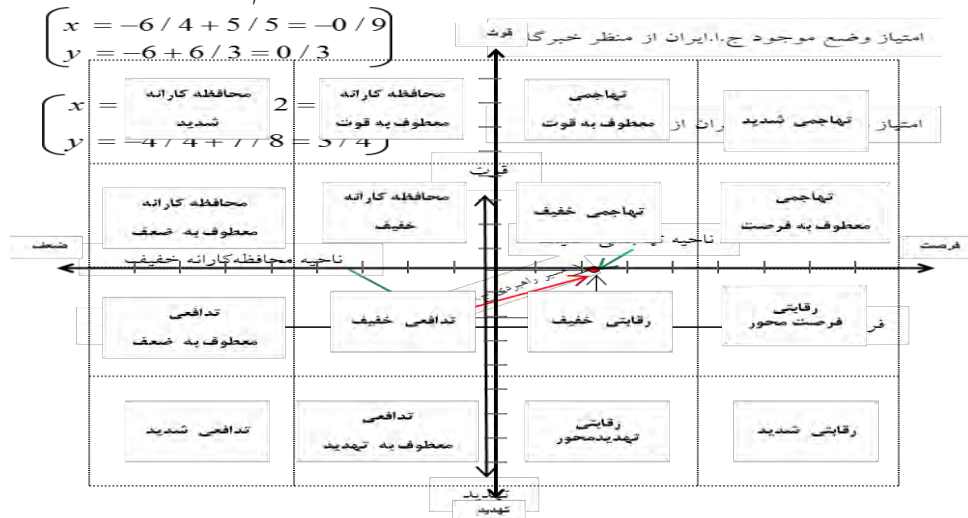
۱- تهیه ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک و تعیین و ترسیم وضعیت موجود و مطلوب (تحلیل شکاف)

۲- توصیف و تفسیر ماتریس (توصیف وضعیت‌های چهارگانه اصلی ماتریس (SPACE)

۳- احصای چالش‌ها و مسائل راهبردی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نمودار شماره ۲: ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام



همان‌طور که نمودار نشان می‌دهد شیب تحولات مثبت است؛ یعنی روند تقویت هویت دینی رو به افزایش است و واکنش کشور روزبه‌روز در قبال بهره‌گیری از فرصت‌ها و خنثی کردن تهدیدات از وضعیت مناسب‌تری برخوردار است. در واقع نتایج تحلیل و بررسی‌های محیطی حاکی از این است که در راستای تقویت هویت باید راهبردهایی انتخاب شود که از جنس محافظه‌کارانه خفیف باشند تا از این طریق توازن بین توانایی و فرصت‌ها و تهدیدات برقرار شود.

با توجه به این نکته اساسی که در نمودار ارزیابی موقعیت براساس وضع موجود، در ناحیه محافظه‌کارانه خفیف قرار گرفته و طبق نظر خبرگان می‌تواند با اتخاذ راهبردهای مناسب در آینده در موقعیت تهاجمی خفیف قرار بگیرد؛ بنابراین باید راهبردهای این دو ناحیه پیشنهاد شود.

ج) راهبردهای پیشنهادی

- راهبرد های ناحیه محافظه‌کارانه: این راهبردها شامل ۹ راهبرد اساسی و کلان بوده و به‌عنوان نقطه عزیمت ارتقای هویت دینی تأیید شده است.



جدول شماره‌ی ۶: بهترین راهبردهای WO برای تقویت هویت دینی

ردیف	بهترین راهبردهای ممکن WO
۱	تبلیغ و ترویج هویت اصیل دینی و ملی برای برخوردار کردن مردم نسبت به آموزه‌های هویتی در قالب‌های جذاب هنری، رسانه‌ای و آموزشی با اولویت خانواده و مدرسه
۲	سازماندهی مراجع و خبرگان اجتماعی برای آشنا کردن مردم با هویت اسلامی با تکیه بر شبکه‌های اجتماعی
۳	مهندسی مجدد نهادهای نظارتی برای اجرا و پیاده‌سازی قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی در حوزه فرهنگی - هویتی
۴	آشنا کردن عمیق نسل جوان با ارزش‌های اسلام ناب برای تقویت فرهنگ اسلامی و ایرانی از طریق همکاری نظام‌مند و یکپارچه حوزه و دانشگاه و سازمان‌های ذی ربط دولتی و مردم‌نهاد
۵	به کارگیری توأم سازمان‌های فرهنگی، قضایی و انتظامی به ترتیب تقدم برای پیشگیری از ارتکاب رفتار خلاف شرع و عرف در جامعه از طریق حمایت دولت و حاکمیت
۶	ترویج آموزه‌های اخلاقی اسلام برای کاهش بی تفاوتی و فردگرایی در جامعه از طریق مقدمات آموزشی و تربیتی کشور
۷	اعمال سیاست پیشگیری برای کاهش جمعیت کیفری از طریق دستگاه‌های ذی ربط
۸	اجرا و پیاده‌سازی قوانین برای افزایش صلابت و قداست قوانین مصوب از طریق مسؤلان اجرایی
۹	فراهم کردن زمینه مشاغل خانگی با حقوق مکفی برای زنان به منظور نظارت مادران بر تربیت فرزندان از طریق حمایت همه جانبه دولت و حاکمیت

- راهبردهای ۹ گانه ناحیه تهاجمی خفیف: این راهبردها مسیر آینده و عوامل اساسی مقوم هویت دینی را نشان می‌دهد. در ضمن مجموعه این راهبردها حالت برون‌گرایانه‌تری دارد.

جدول شماره‌ی ۷: راهبردهای SO برای تقویت هویت دینی

ردیف	بهترین راهبرد ممکن SO
۱	تعامل فعال با خارج مخصوصاً حوزه همسایگان و جهان اسلام
۲	ختنی‌سازی فعالیت‌های جریان‌های تکفیری
۳	بهره‌گیری از هوش و استعداد ایرانی برای باز تولید علوم انسانی اسلامی از طریق حمایت همه جانبه دستگاه‌های فرهنگی کشور

۴	تقویت کارآمدی کشور در ابعاد اقتصادی و فرهنگی برای ارتقای مقبولیت هویت دینی از طریق مدیریت جهادی
۵	تقویت نهادهای نظارتی، فرهنگی و رسانه‌ای برای تقویت اعتماد مردم به نهادها و سازمان‌های وابسته به دولت از طریق مجلس شورای اسلامی
۶	آموزش سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی - فرهنگی کشور برای تقویت و نهادینه‌سازی مدل مردم‌سالاری دینی از طریق مراکز علمی و دانشگاهی
۷	ترویج فرهنگ ترجیح منافع جمعی بر منافع فردی برای ایجاد فضای احساس مسؤولیت جمعی و تکلیف‌گرایی از طریق سازمان‌ها و نهادهای دخیل در حوزه فرهنگی کشور
۸	تبدیل ارزش‌های دینی به هنجارهای اجتماعی - رفتاری و تبدیل آن به گفت‌وگو برای تقویت ارتباطات اجتماعی، اعتماد اجتماعی و نهایتاً سرمایه اجتماعی از طریق مراکز نخبگی و هیئت‌های اندیشه‌ورز
۹	مشارکت نخبگان و شایستگان اقوام مختلف در نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری کشور در ابعاد مختلف برای پیشرفت و توسعه متوازن استان‌های مرزی از طریق حمایت‌های همه‌جانبه دولت و حاکمیت

نتیجه‌گیری

۱- در پاسخ به سؤال اول (مؤلفه‌های هویت دینی کدامند؟) این نتیجه به دست آمد که مبدأ فرایند تعالی هویت دینی در ابعاد ملی و فراملی از مسیر تربیت انسان (هویت فردی) می‌گذرد که لایه‌های فطری - هویتی سه‌گانه (عقل، قلب و ظاهر) دارد، بنابراین راهبردمحوری تقویت هویت دینی به سه بعد اعتقادی (نظام باورها)، اخلاقی (نظام گرایش‌ها) و فقهی (نظام رفتارها) قابل تقسیم است. مدل مفهومی مبنایی در این مقاله تکیه و گسترش شاخص‌های ابعاد ذاتی - پیامدی هویت دینی (شناختی، عاطفی، اجتماعی و فرهنگی) بوده است که در این مقاله با رویکرد راهبردی شاخص‌های پیشنهادی در معرض قضاوت خبرگان قرار گرفت.

۲- در پاسخ به سؤال دوم راهبردهای تقویت بعد دینی هویت ملی کدام‌اند؟ باید گفت که در این مقاله دو دسته راهبرد، شامل راهبردهای آغازین ارتقای بعد دینی هویت ملی یعنی راهبردهای محافظه‌کارانه و سپس راهبردهای تهاجمی به دست آمدند. راهبردهای اولیه (محافظه‌کارانه خفیف) بر اهدافی همچون استحکام درونی بعد دینی هویت ملی در کشور با استفاده از حفظ کیان خانواده، تقویت و تصحیح کارکردهای مدارس و دانشگاه‌ها، ابزار هنری و علمی، فعال‌سازی مراجع اجتماعی، یکپارچه‌سازی

نهادهای رسمی، اجرای درست قانون تأکید دارند و راهبردهای ثانویه (تهاجمی خفیف) مواردی همچون ترویج مفهوم خودباوری، اشاعه روحیه جهادی و تکلیف‌گرایی، صیانت و ترویج مدل مردم‌سالاری دینی، افزایش کارآمدی نظام، مشارکت شایستگان اقوام، وحدت مسلمانان، تعامل فعال با جهان اسلام، را برجسته می‌سازد.

منابع

- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- جوادی‌آملی، عبدالله (۱۳۹۰)؛ *شریعت در آینه معرفت*، قم: نشر اسراء.
- جوانی، حجت‌الله (۱۳۸۴)؛ «هویت دینی یا هویت‌های دینی»، *دوفصلنامه اسلام‌پژوهی*، دوره اول، ش ۱، صص ۱۵۴-۱۳۵.
- چیت‌سازقمی، محمدجواد (۱۳۸۳)؛ *هویت دینی جوانان در ایران*؛ در کتاب *مبانی نظری هویت و بحران هویت (مجموعه مقالات)*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- خدایاری‌فرد، محمد و همکاران (۱۳۸۹)؛ «مدل سنجش دینداری و ساخت مقیاس آن در سطح ملی»، *مجله پژوهش‌های کاربردی روانشناختی*، دوره اول، ش ۱، صص ۲۴-۱.
- رثوفی، محمود (۱۳۸۹)؛ «مؤلفه‌های هویت دینی»، *مجله دین و ارتباطات*، س ۱۷، ش ۱ و ۲، صص ۹۱-۱۱۲.
- شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۴)؛ «مدلی برای سنجش دینداری در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۶، ش ۱، صص ۶۶-۳۴.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳)؛ *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- لک‌زایی، نجف (۱۳۹۰)؛ *هویت اسلامی و جهانی‌شدن*، تهران: هویت و تمدن آوا.
- میرمحمدی، داود (۱۳۹۱)؛ *فضای مجازی و تحولات هویتی در تهران*، تهران: هویت و تمدن آوا.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965); *Religion and Society in Tension*, Chicago: Rand McNally.