



REVIEW ARTICLE

## Identity-Policy Linkage: A Theoretical and Practical Framework for Targeted Government Intervention

Hassan Danaeefard<sup>1</sup>, Mehdi Khosravi<sup>2\*</sup>, Hossein Babaei Mojard<sup>3</sup>, Seyed Hossein Kazemi<sup>4</sup>

1. Professor of Public administration, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Email: [hdanaee@modares.ac.ir](mailto:hdanaee@modares.ac.ir)

2. Ph.d. of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

\* Corresponding Author's Email: [mehdikhosravi@modares.ac.ir](mailto:mehdikhosravi@modares.ac.ir)

3. Assistant Professor of Public Administration, Research Institute for Islamic Culture and Thought, Tehran, Iran

Email: [h.babaei@iiict.ac.ir](mailto:h.babaei@iiict.ac.ir)

4. Assistant Professor of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Email: [h.kazemi@modares.ac.ir](mailto:h.kazemi@modares.ac.ir)

 <https://doi.org/10.22059/jppolicy.2026.107871>

Received: 22 January 2026

Accepted: 23 April 2026

### ABSTRACT

Identity-based policymaking, by challenging the fundamental assumption of the “homogeneous citizen” in the design of public policies, emphasizes the determining role of the latent identity heterogeneity of stakeholders. This article argues, by proposing the central concept of “identity-instrument fit,” that the congruence of the motivational logic of different identities with the logic of the effectiveness of policy instruments is a necessary condition for achieving behavioral effectiveness and strengthening the symbolic legitimacy of policies. By using a mixed methodology (latent class analysis and alignment matrix) and examining practical examples in the areas of housing, transportation, and agriculture, it is shown that designing combined and targeted packages of instruments, appropriate to the identified identity profiles, while increasing efficiency and achieving distributive justice, reduces risks such as identity essentialism and social polarization. This framework offers a fundamental rethinking of the understanding of target groups and the symbolic function of policies.

**Keywords:** Identity-based Policymaking, Identity-Instrument Fit, Symbolic Legitimacy, Identity Reproduction, Policy Design.

**Citation:** Danaeefard, Hassan; Khosravi, Mehdi; Babaei Mojard, Hossein; Kazemi, Seyed Hossein (2026). Identity-Policy Linkage: A Theoretical and Practical Framework for Targeted Government Intervention. *Iranian Journal of Public Policy*, 12 (2), 412-424.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jppolicy.2026.107871>

Published by University of Tehran



This Work Is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)



## مقاله مروری

### پیوند هویت-خطمشی: چارچوبی نظری و عملی برای مداخله هدفمند دولت

حسن دانایی‌فرد<sup>۱</sup>، مهدی خسروی<sup>۲\*</sup>، حسین بابایی مجرد<sup>۳</sup>، سیدحسین کاظمی<sup>۴</sup>

۱. استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

رایانامه: [hdanaee@modares.ac.ir](mailto:hdanaee@modares.ac.ir)

۲. دکتری خطمشی‌گذاری عمومی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

\* رایانامه نویسنده مسئول: [mehdikhosravi@modares.ac.ir](mailto:mehdikhosravi@modares.ac.ir)

۳. استادیار مدیریت دولتی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران، ایران

رایانامه: [h.babaee@iiict.ac.ir](mailto:h.babaee@iiict.ac.ir)

۴. استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

رایانامه: [h.kazemi@modares.ac.ir](mailto:h.kazemi@modares.ac.ir)

 <https://doi.org/10.22059/jppolicy.2026.107871>

تاریخ دریافت: ۲ بهمن ۱۴۰۴  
تاریخ پذیرش: ۳ اردیبهشت ۱۴۰۵

## چکیده

خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت، با به چالش کشیدن فرض بنیادین «شهروند همگن» در طراحی خطمشی‌های عمومی، بر نقش تعیین‌کننده ناهمگونی پنهان هویتی ذی‌نفعان تأکید می‌ورزد. این مقاله با طرح مفهوم محوری «تناسب هویت-ابزار» استدلال می‌کند که همخوانی منطق انگیزشی هویت‌های مختلف با منطق اثرگذاری ابزارهای خطمشی، شرط ضروری تحقق اثربخشی رفتاری و تقویت مشروعیت نمادین خطمشی‌هاست. با بهره‌گیری از روش‌شناسی ترکیبی (تحلیل کلاس نهفته و ماتریس هم‌راستایی) و بررسی مصادیق عملی در حوزه‌های مسکن، حمل‌ونقل و کشاورزی، نشان داده می‌شود که طراحی بسته‌های ترکیبی و هدفمند ابزار، متناسب با پروفایل‌های هویتی شناسایی‌شده، ضمن افزایش کارایی و تحقق عدالت توزیعی، از مخاطراتی چون ذات‌انگاری هویتی و قطبی‌سازی اجتماعی می‌کاهد. این چارچوب، بازاندیشی اساسی در فهم گروه‌های هدف و عملکرد نمادین خطمشی‌ها ارائه می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت، تناسب هویت-ابزار، مشروعیت نمادین، بازتولید هویت، طراحی خطمشی.

**استناد:** دانایی‌فرد، حسن؛ خسروی، مهدی؛ بابایی مجرد، حسین؛ کاظمی، سیدحسین (۱۴۰۵). پیوند هویت-خطمشی: چارچوبی نظری و عملی برای مداخله هدفمند دولت. *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی*، ۱۲ (۲)، ۴۱۲-۴۲۴.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jppolicy.2026.107871>

ناشر: دانشگاه تهران



## مقدمه

در دهه اخیر فرض بنیادین «شهروند همگن» در طراحی خطمشی‌های عمومی کارایی و کفایت خود را از دست داده است (Schneider & Ingram, 1993; Howlett, 2011). هویتهای اجتماعی از جمله نژاد، جنسیت، قومیت، مذهب و طبقه صرفاً موضوع خطمشی نیستند؛ بلکه به صورت ساختاری در تعیین دستورکارها، انتخاب ابزارها و شکل‌گیری پیامدهای اجرایی نقش‌آفرینی می‌کنند (Crenshaw, 1989; Béland, 2017). رویکرد «خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت» تلاش می‌کند این واقعیت ناهمگونی هویتی را به عنوان محور نظری و راهنمایی عملی در طراحی و ارزشیابی خطمشی‌ها وارد سازد؛ به گونه‌ای که هم هدف‌گیری گروه‌های مشخص بر پایه شاخص‌های هویتی و هم تحلیل نقش هویت در رفتار بازیگران و فرآیندهای تصمیم‌گیری مورد توجه قرار گیرد. بر این اساس، این رویکرد بر سه رکن نظری مکمل تکیه دارد. نخست، نظریه‌های روان‌شناختی-اجتماعی به‌ویژه نظریه هویت اجتماعی نشان می‌دهند که عضویت گروهی بخش مهمی از خودفهمی افراد را می‌سازد و سازوکارهای درون‌گروهی / برون‌گروهی، هنجارها و ترجیحات جمعی را شکل می‌دهد؛ در نتیجه پیام‌ها و ابزارهایی که با هنجارهای درون‌گروهی همساز باشند، شانس بیشتری برای پذیرش دارند (Tajfel & Turner, 1979, 1986; Ashforth & Mael, 1989; Bicchieri, 2006). دوم، اقتصاد هویت (Akerlof & Kranton, 2000) تاکید می‌کند که افراد تنها بر اساس منافع مادی تصمیم نمی‌گیرند؛ بلکه اعتبار اجتماعی، پرستیژ و احساس تعلق نیز در انتخاب‌هایشان نقش اساسی دارد. بنابراین خطمشی‌هایی که صرفاً بر انگیزه‌های اقتصادی تکیه دارند، گاه ناکارآمد یا حتی اثر معکوس خواهند بود (Bénabou & Tirole, 2011; Thaler & Sunstein, 2008). سوم، سنت مطالعات طراحی خطمشی از جمله کارهای کلاسیک اشنایدر و اینگرام نشان می‌دهد که ساختار نمادین و اجتماعی گروه‌های هدف از منظر شایستگی، سزاواری و قدرت به‌طور سیستماتیک انتخاب ابزارها، توزیع منافع و مشروعیت تصمیمات را تعیین می‌کند (Schneider & Ingram, 1993; 1997). ترکیب این سه رگه نظری ضرورت در نظر گرفتن هویت را هم در شکل‌دهی تقاضاها و هم در ساختار عرضه خطمشی روشن می‌سازد (Akerlof & Kranton, 2000; Howlett, 2011). از این پیوند نظری چهار پرسش محوری برای پژوهش و عمل بیرون می‌آید: (۱) مکانیزم‌ها؛ هویت چگونه و از طریق چه مسیرهایی بر پذیرش و اثربخشی خطمشی اثر می‌گذارد (ابزاری، مادی/تجربی، روان‌شناختی)؟ (Akerlof & Kranton, 2000; Hornung et al., 2019) (۲) طراحی؛ چگونه انواع ابزارها هنگام هدف‌گیری هویتی پیام‌ها و بازخوردهای نهادی متفاوتی تولید می‌کنند؟ (Schneider & Ingram, 1997; Hood & Margetts, 2007) (۳) تقاطع‌ها؛ چگونه هم‌پوشانی هویت‌ها و تجارب متقاطع، نیازمند عبور از مدل‌های تک‌محوری است؟ (Crenshaw, 1989; Hancock, 2007) و (۴) مشروعیت و منازعه؛ پیامدهای نمادین خطمشی‌های هویتی چه هستند و چگونه می‌توان خطر قطبی‌شدن و ذات‌انگاری<sup>۲</sup> را کاهش داد (Fraser, 1995; Sen, 2006)؟ محور عملی مقاله حاضر این است که «تناسب هویت-ابزار» شرط تعیین‌کننده اثربخشی و مشروعیت خطمشی‌هاست؛ هنگامی که منطق انگیزشی هویتی مخاطب با منطق اثرگذاری ابزار همسویی داشته باشد، هم نتایج رفتاری تحقق می‌یابد و هم پذیرش سیاسی و مشروعیت اجتماعی تقویت می‌شود؛ عدم تطابق اما می‌تواند به ناکارآمدی و واکنش منفی منجر شود (Hanne-Lore, 2023; Hornung et al., 2025). در کنار مزایای کارآمدی و عدالت‌جویی، خطمشی‌های مبتنی بر هویت پیامدهای هنجاری و سیاسی پیچیده‌ای نیز به همراه دارند. از یک سو امکان جبران نابرابری‌های تاریخی و افزایش نمایندگی وجود دارد (Young, 1990; Kymlicka, 1995)؛ از سوی دیگر خطر تقویت مرزبندی‌های اجتماعی، قطبی‌سازی و ذات‌انگاری افراد محتمل است (Sen, 2006; Mason, 2018). بنابراین رویکرد عملی پیشنهادی در این مقاله بر سه ستون استوار است: نقشه‌برداری دقیق هویتی همراه با مشارکت معنادار جامعه هدف (Weller et al., 2020; Hornung et al., 2025)، کاربرد روش‌های تلفیقی (مثلاً تحلیل کلاس نهفته به همراه مطالعات کیفی) برای طراحی بسته‌های ابزاری متناسب

1. Identity-Based Policymaking (IBP)

2. Essentialization

(Pedersen et al., 2020; Hornung et al., 2025)، و توسعه معیارهای ارزیابی چندبعدی که هم‌زمان آثار نمادین، توزیعی و سیاسی را می‌سنجد (Schneider & Ingram, 1997; Fraser, 1995). مقاله حاضر با هدف پیوند نظریه و عمل، ابتدا چارچوب مفهومی تناسب هویت-ابزار را معرفی می‌کند، آنگاه روش‌شناسی پیشنهادی را تشریح نموده و در نهایت از طریق نمونه‌های موردی و ماتریس‌های همراستایی حوزه‌ای، دلالت‌های طراحی و ارزشیابی خطمشی را نشان می‌دهد. نتیجه‌گیری مقاله نه تنها بر ضرورت بازتعریف گروه‌های هدف تاکید می‌کند، بلکه راهکارهایی عملی برای کاهش مخاطرات اخلاقی و سیاسی به‌کارگیری اطلاعات هویتی پیشنهاد می‌دهد تا خطمشی‌های مبتنی بر هویت به‌صورت موثر، مشروع و عادلانه به کار گرفته شوند.

### چارچوب مفهومی و نظری خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت

خطمشی‌ها تنها ابزارهای فنی نیستند؛ آن‌ها پیام‌های نمادین می‌فرستند که هویت‌ها را تقویت، تغییر یا تهدید می‌کنند. این پیام‌ها خود به بازخوردهای نهادی و اجتماعی منجر می‌شوند که می‌تواند مسیر توسعه هویتی جامعه و ترکیب نیروهای سیاسی را تغییر دهد. بنابراین خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت هم تشخیصی است (کشف ناهمگونی) و هم تبیین‌کننده آثار نمادین که می‌تواند هویت‌های آتی و فضای سیاسی را برساخت کند. از این رو، پژوهش حاضر به مفهوم‌پردازی واژه خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت می‌پردازد. در حقیقت، رویکرد «خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت» تلاشی است برای بازاندیشی در یکی از پیش‌فرض‌های ریشه‌دار خطمشی‌گذاری عمومی: تصور «شهروند همگن». این فرض سال‌ها مبنای طراحی خطمشی‌ها بود، اما تجربه‌های عملی و مطالعات اجتماعی نشان داده‌اند که گروه‌های هدف در واقع مجموعه‌ای از هویت‌های متقاطع و متنوع را در خود جای می‌دهند (Schneider & Ingram, 1993; Young, 1990). افراد نه فقط حامل یک هویت واحد بلکه ترکیبی از تعلقات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی‌اند که در موقعیت‌های مختلف برجستگی متفاوتی پیدا می‌کند (Tajfel & Turner, 1979, 1986; Crenshaw, 1989). همین پویایی هویتی است که توضیح می‌دهد چرا واکنش شهروندان به ابزارها و پیام‌های سیاستی یکسان نیست و چرا خطمشی‌های «یکسان برای همه» اغلب به شکست می‌انجامد (Hood & Margetts, 2007; Peters, 2018). برای توضیح این رویکرد، سه سنت نظری به‌طور مکمل در کنار هم قرار می‌گیرند. نخست، نظریه هویت اجتماعی (Tajfel & Turner, 1979, 1986) نشان می‌دهد که عضویت گروهی چگونه ادراک، ترجیحات و کنش جمعی افراد را شکل می‌دهد. پیام یا ابزاری که با هنجارهای درون گروهی هم‌راستا باشد، بسیار بیشتر از ابزارهای بیگانه با این هنجارها مورد پذیرش قرار می‌گیرد (Bicchieri, 2006). دوم، اقتصاد هویت (Akerlof & Kranton, 2000) تاکید می‌کند که افراد تنها بر اساس منافع مادی تصمیم نمی‌گیرند؛ بلکه اعتبار اجتماعی، پرستیژ و احساس تعلق نیز در انتخاب‌هایشان نقش اساسی دارد. بنابراین خطمشی‌هایی که صرفاً بر انگیزه‌های اقتصادی تکیه دارند، گاه ناکارآمد یا حتی اثر معکوس خواهند بود (Bénabou & Tirole, 2011; Thaler & Sunstein, 2008). سومین سنت نظری، مطالعات طراحی خطمشی و به‌ویژه آثار شنایدر و اینگرام (۱۹۹۳؛ ۱۹۹۷) است که نشان می‌دهد نهادها و بازیگران سیاسی، گروه‌های هدف را نه فقط بر اساس شاخص‌های عینی بلکه بر پایه بازنمایی‌های نمادین و ارزش‌گذاری‌های اجتماعی سازمان‌دهی می‌کنند. از ترکیب این سه چشم‌انداز درمی‌یابیم که خطمشی عمومی هم بازتاب‌دهنده هویت‌هاست و هم در بازتولید و بازتعریف آن‌ها نقش دارد (Hornung et al., 2019; Béland, 2017). بر مبنای این بنیان نظری، مفهوم «تناسب هویت-ابزار» به‌عنوان هسته اصلی چارچوب مفهومی مطرح می‌شود (Hanne-Lore, 2023). مقصود از این تناسب، میزان همخوانی میان منطق انگیزشی هویت‌های مختلف و منطق اثرگذاری ابزارهای خطمشی است (Howlett, 2011; Salamon, 2002). هنگامی که این همخوانی برقرار باشد، اثربخشی رفتاری و مشروعیت سیاسی خطمشی‌ها افزایش می‌یابد؛ در مقابل، عدم تناسب منجر به هدررفت منابع، واکنش منفی و حتی بدنامی سیاستی می‌شود (Schneider & Ingram, 1997). برای مثال، یک گروه سودمحور ممکن است تنها به مشوق‌های مالی پاسخ دهد، در حالی که برای گروه‌های پرستیزجو ابزارهای نمادین مانند گواهی‌های سبز یا تابلوهای افتخار

اثر بخش تر هستند (Akerlof & Kranton, 2000; Clayton, 2003). برای عملیاتی سازی این چارچوب، لازم است ابتدا نقشه‌ای از هویت‌های جمعیت هدف ترسیم شود و سپس ابزارها بر اساس منطق اثرگذاری‌شان طبقه‌بندی گردند (Hood & Margetts, 2007). در ادامه، فرآیند تطبیق میان هویت‌ها و ابزارها شکل می‌گیرد که می‌توان آن را در قالب ماتریسی از هم‌ترازی نشان داد (Hanne-Lore, 2023). چنین چارچوبی به خطمشی‌گذار امکان می‌دهد تا پیش‌بینی کند کدام ابزار برای کدام پروفایل هویتی موثرتر است و چه بسته‌های ترکیبی از ابزارها می‌تواند بیشترین هم‌پوشانی را ایجاد کند (Howlett, 2011). اما هویت تنها در سطح نمادین عمل نمی‌کند؛ مسیرهای گوناگونی وجود دارد که از طریق آن‌ها بر خطمشی اثر می‌گذارد. در بعد ابزاری، هویت به عنوان منبعی برای کسب یا حفظ حمایت سیاسی به کار گرفته می‌شود (Béland, 2017; Cassan, 2015). در سطح مادی، نیازها و تجربه‌های عینی گروه‌های متفاوت ابزارهای متفاوتی را توجیه می‌کند (Sen, 2006; Fraser, 1995)، و در سطح روان‌شناختی، هویت فعال شده تعیین می‌کند که فرد پیام‌ها و محرک‌های سیاستی را از چه زاویه‌ای درک و ارزیابی کند (Tajfel & Turner, 1979, 1986; Deci & Ryan, 2000).

از نظر روش‌شناختی، برای شناسایی این ناهمگونی پنهان ابزارهایی مانند تحلیل کلاس نهفته پیشنهاد شده‌اند که می‌توانند پروفایل‌های ترکیبی هویتی را آشکار سازند (Weller et al., 2020; Hornung et al., 2025). تحلیل کلاس نهفته یک روش آماره‌ای برای شناسایی زیرگروه‌های متمایز (کلاس‌های نهفته) درون یک جمعیت به ظاهر همگن بر اساس الگوهای پاسخ مشترک به مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده‌پذیر (مانند نگرش‌ها، باورها یا رفتارها) است. برخلاف تقسیم‌بندی‌های پیشینی مبتنی بر متغیرهای جمعیت‌شناختی (مانند سن یا درآمد)، این روش یک رویکرد پسینی و داده‌محور ارائه می‌دهد که در آن کلاس‌ها نه بر اساس فرضیات پژوهشگر، بلکه از طریق الگوهای تجربی موجود در داده‌ها استخراج می‌شوند. هر کلاس نهفته، نماینده‌ی یک «پروفایل هویتی» منحصر به فرد است که دارای منطق انگیزشی، ترجیحات و هنجارهای درونی مشترکی می‌باشد. این روش به‌طور ویژه برای پژوهش در حوزه خطمشی عمومی ارزشمند است، چرا که امکان نقشه‌برداری از ناهمگونی پنهان ذی‌نفعان را فراهم ساخته و مبنایی مبتنی بر شواهد برای طراحی بسته‌های ترکیبی و هدفمند ابزارهای خطمشی فراهم می‌کند (Weller, et al., 2020; Hornung, et al., 2025). این روش‌ها هنگامی اثر بخش‌تر می‌شوند که با مطالعات کیفی و مشارکت جامعه هدف همراه شوند تا تفسیر نتایج آماری با درک زمینه‌ای تلفیق شود (Head, 2016). در کنار آن، تحلیل‌های تقاطعی (Crenshaw, 1989; Hancock, 2007) ضروری‌اند تا خطمشی‌گذار از ساده‌سازی‌های تک‌محوری بپرهیزد و تجربه‌های چندبعدی تبعیض و امتیاز را به رسمیت بشناسد. با وجود ظرفیت‌های بالا، خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت مخاطرات هنجاری و سیاسی خاص خود را دارد. از یک سو، این رویکرد می‌تواند به رفع نابرابری‌های تاریخی و افزایش نمایندگی گروه‌های کمتر دیده‌شده کمک کند (Young, 1990; Kymlicka, 1995)؛ از سوی دیگر، خطر دارد که مرزبندی‌های هویتی را تقویت یا حتی به قطبی‌سازی اجتماعی منجر شود (Sen, 2006; Mason, 2018). از همین رو، طراحی چنین خطمشی‌هایی باید همراه با سنجه‌های چندبعدی برای ارزشیابی پیامدهای رفتاری، نمادین، توزیعی و سیاسی باشد و همواره امکان بازطراحی و اصلاح پویا در نظر گرفته شود (Schneider & Ingram, 1997; Fraser, 1995). در مجموع، چارچوب مفهومی «تناسب هویت-ابزار» تلاشی است برای ترکیب نظریه و عمل: از یک سو توضیح می‌دهد که چرا و چگونه هویت‌ها رفتار سیاستی را شکل می‌دهند، و از سوی دیگر راهکارهای عملی برای طراحی ابزارهای متناسب و ارزشیابی چندبعدی پیشنهاد می‌کند (Hanne-Lore, 2023; Hornung et al., 2025). این چارچوب نه فقط گروه‌های هدف را بازتعریف می‌کند، بلکه به خطمشی‌گذاران امکان می‌دهد در عین پاسخ به تنوع اجتماعی، از افتادن در دام ذات‌انگاری و قطبی‌سازی نیز پرهیز کنند (Sen, 2006).

### تصویر یکپارچه: ناهمگونی هویتی و تناسب ابزار

فرض درون گروهی همگن که در بسیاری از طراحی‌های سنتی خط‌مشی کاربرد دارد، اغلب غلط است؛ گروه‌هایی که بر اساس شاخص‌های مشاهده‌شونده مثلاً «رانندگان»، «خانه‌دارها»، «کشاورزان» طبقه‌بندی می‌شوند، در واقع از حیث ساختار هویتی و منطق‌های انگیزشی متعدد و قابل پیش‌بینی تشکیل شده‌اند (Hornung et al., 2025; Weller et al., 2020). این ناهمگونی پنهان موجب می‌شود خط‌مشی‌های «یک‌سایز برای همه» یا تک‌ابزاره<sup>۱</sup> کارایی پایین، هدررفت منابع و حتی واکنش معکوس تولید کنند (Schneider & Ingram, 1997; Thaler & Sunstein, 2008). از این رو مقاله حاضر پیشنهاد می‌کند به جای یک ابزار واحد، بسته‌ای از ابزارها متناسب با پروفایل‌های هویتی طراحی و اجرا شود (Hanne-Lore, 2023; Howlett, 2011). بر این اساس، این مقاله نمونه‌های کاربردی از حوزه‌های متنوع را ارائه می‌کند تا نشان دهد یک جمعیت ظاهراً یکنواخت چگونه به چند پروفایل تقسیم می‌شود و ترجیحات ابزاری متفاوتی دارد. این مثال‌ها عبارت‌اند از:

**مالکان خانه در برنامه‌های بازسازی انرژی:** تحلیل کلاس نهفته می‌تواند حداقل چهار کلاس را آشکار کند: اقتصادمحورها (که عمدتاً به مشوق‌های مالی حساس‌اند)، محیط‌زیست‌گرایان (که به گواهی‌ها و نمادهای زیست‌محیطی اهمیت می‌دهند)، راحتی‌جویان (که اصلاحاتی را می‌پذیرند که راحتی و آسایش را افزایش دهد) و سنت‌پذیران / شکاکان (که به پیام‌های نمادین و فشار اجتماعی کمتر پاسخ می‌دهند). برای هر کلاس یک بسته ترکیبی مثلاً ترکیب یارانه‌های مالی با گواهی‌های سبز و پیام‌های راحتی مناسب‌تر از یک مشوق پولی کلی است (Hornung et al., 2025; Pedersen et al., 2020; Behavioral Insights Team, 2014).

**کاربران اتومبیل (هدف‌گذاری خط‌مشی حمل‌ونقل شهری):** افراد یک گروه «رانندگان» ممکن است شامل کسانی باشند که خودرو را نماد وضعیت می‌دانند، کسانی که به دلیل ناکافی بودن حمل‌ونقل عمومی مجبور به استفاده‌اند، و کسانی که مصرف را به علت عادت و هنجار می‌پذیرند. پیام نمادین (افزایش پرستیژ مسیرهای حمل‌ونقل پاک) ممکن است برای گروه وضعیت‌محور موثر باشد ولی برای گروه محدود به دلیل امکانات، تنها سرمایه‌گذاری در زیرساخت جایگزین موثر خواهد بود (Heinen, 2016; Halpern, 2015; Sunstein, 2016).

**کشاورزان و خط‌مشی‌های محیط‌زیستی:** مطالعات موردی مرتبط نشان می‌دهد که کشاورزان نسبت به مالیات سموم یا بسته‌های تشویقی واکنش‌های متفاوتی دارند؛ برخی به منافع بلندمدت محیطی باور دارند و با سازوکارهای نمادین و اطلاعاتی همراهی می‌کنند، برخی دیگر تنها به انگیزه‌های اقتصادی پاسخ می‌دهند. شناسایی این کلاس‌ها منجر به طراحی ترکیبی از مالیات، یارانه و برنامه‌های آموزشی می‌شود (Pedersen et al., 2020; Ostrom, 1990).

این مصادیق نشان می‌دهند که هر کلاس هویتی ترجیحات ابزاری متمایزی دارد؛ نمادین، مالی، زیرساختی، مشارکتی و همسویی و تناسب میان منطق هویتی و منطق ابزاری کلید موفقیت است (Akerlof & Kranton, 2000; Schneider & Ingram, 1997). در این راستا، مثال‌ها و مصادیق روشن می‌سازد که بزرگ‌ترین منبع ناکامی خط‌مشی‌ها خطای نوع عدم تطبیق است: یعنی استفاده از ابزاری که با انگیزه اصلی مخاطب قرابتی ندارد. وقتی انگیزه‌ها تشخیص داده نشوند، احتمال صرف منابع بر ابزار نامناسب بالا می‌رود و اثرات ناخواسته و حتی بدنامی سیاستی ممکن است رخ دهد. در مقابل، وقتی تناسب برقرار شود، هم اثربخشی رفتاری افزایش می‌یابد و هم مشروعیت و پذیرش سیاسی بهبود می‌یابد (Hanne-Lore, 2023; Hornung et al., 2019). در برنامه‌های ترمیم ساختمان، پرداخت یارانه ممکن است برای «اقتصادمحورها» کافی باشد؛ اما برای «محیط‌دوستان» گواهی و بازشناسی عمومی (نمادین) همراه با اطلاعات علمی لازم است تا پذیرش افزایش یابد (Clayton, 2003; Bamberg et al., 2015). منابع مرتبط مثال‌هایی از کاربرد خط‌مشی‌گذاری مبتنی بر هویت در حوزه‌های عملی ارائه می‌دهند که درس‌های مشخصی استخراج می‌شود:

1. One-Size-Fits-All

**شهرسازی و کاهش انتشار کربن (مطالعه‌ای از سوئد):** فرآیندهای شهری نشان دادند که مفهوم‌سازی هدف‌گروه‌ها گاه تصادفی / تکاملی است و ایجاد هویت شهری و شبکه‌ها می‌تواند هم‌زمان گروه‌هایی بسازد یا از بین ببرد؛ طراحی برنامه باید حساس به این سازمان‌دهی هویتی باشد تا از عملکردهای نامطلوب جلوگیری شود (Borwein & Lucas, 2021).

**کشاورزی (دانمارک، ایتالیا):** مطالعاتی که واکنش کشاورزان به مالیات سموم یا برنامه‌های سازگاری با تغییر اقلیم را تحلیل کردند، نشان دادند که تقسیم‌بندی‌های هویتی و انگیزشی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده پذیرش ابزارها باشد؛ در شمال ایتالیا مثال‌هایی از طراحی هدفمند که ناهمگونی را می‌پذیرد، نتایج بهتری نشان داد (Pedersen et al., 2020; Ostrom, 1990).

**سلامت عمومی:** در خط‌مشی‌های سلامت، ترکیب تحلیل کلاس / خوشه‌بندی با تحلیل تصمیم‌گیری چند معیاره نشان داده که درک تنوع ترجیحات به تدوین مداخلاتی که بازده بیشتری دارند کمک می‌کند (مثلاً ترکیب پیام‌دهی فرهنگی با دسترسی ملموس). این مطالعات نشان می‌دهند که نتیجه‌گیری تجربی با تحلیل کلاس نهفته و رویکردهای تقاطعی عملیاتی‌پذیر است و می‌تواند منجر به طراحی‌هایی شود که اثربخش‌تر و منصفانه‌تر باشند (Weller et al., 2020; Crenshaw, 1989; Brown et al., 2024).

در ادامه، ما سه ماتریس همراستایی هویت-ابزار را برای حوزه‌های «مسکن / بازسازی انرژی»، «حمل‌ونقل شهری» و «کشاورزی» آورده‌ایم. هر ماتریس: (۱) پروفایل‌های هویتی رایج در آن حوزه را فهرست می‌کند، (۲) پنج دسته ابزار خط‌مشی را در ستون‌ها گذاشته و برای هر خانه سطح تناسب کم / متوسط / زیاد را همراه با یک شرح کوتاه و یک مثال مصداقی ذکر می‌کند، و (۳) برای هر پروفایل پیشنهاد پکیج ابزار و شاخص‌های ارزیابی می‌دهد (Hanne-Lore, 2023; Howlett, 2011; Hood & Margetts, 2007).

**حوزه مسکن / به‌سازی انرژی:** جدول ۱ میزان همخوانی (بسیار بالا / بالا / متوسط / پایین) بین انواع ابزارهای سیاستی (ستون‌ها: ابزارهای اقتصادی، نمادین، اطلاعاتی، زیرساختی، و مشارکتی) و پروفایل‌های هویتی صاحبان خانه (سطرها: اقتصادی / سودمحور، محیط‌زیستی / ارزشی، جایگاه / اعتبار، اجتماعی / جمعی، سنت‌گرا / شکاک) را نشان می‌دهد. ستون‌ها ابزارهای قابل بکارگیری را فهرست می‌کنند و سطرها نمایه‌های هویتی خیالی رایجی را که در تحلیل شناسایی شده‌اند. هر خانه در ماتریس نشان‌دهنده سطح همخوانی منطقی و انتظاری پذیرش آن ابزار توسط آن پروفایل است (مثلاً «بسیار بالا» برای ترکیب یارانه‌های هدفمند با گروه اقتصادی، یا «پایین» برای گواهی‌های نمادین در پروفایل کاملاً اقتصادی). پروفایل اقتصادی / سودمحور بیشترین حساسیت را به ابزارهای مالی و یارانه‌ای نشان می‌دهد؛ برای این گروه، مشوق‌های پولی مستقیم یا تسهیلات تامین مالی بازگشت‌پذیر اغلب محرک اصلی تصمیم‌گیری‌اند. پروفایل محیط‌دوست به گواهی‌ها، نشان‌ها و اطلاعات فنی توجه می‌کند؛ گسترش بازارهای سبز و برندسازی محیطی می‌تواند اهرم بالایی ایجاد کند. گروه راحتی‌جو / عملی نسبت به خدمات فنی و پشتیبانی حساس است؛ برای این دسته، کاهش اصطکاک عملی (نصب آسان، خدمات پس از فروش، تضمین عملکرد) اهمیت بیشتری از یارانه مستقیم دارد. گروه سنت‌گرا / شکاک نسبت به بیشتر ابزارها محتاط است؛ در مواجهه با این گروه، راهبرد اعتمادسازی بلندمدت (نمایش نتایج محلی، استفاده از رهبران محلی) حیاتی است. به عنوان مثال، برای طرح بازسازی انرژی می‌توان بسته‌ای طراحی کرد که شامل یارانه هدفمند برای تعویض تجهیزات (گروه اقتصادی)، گواهی انرژی و نشان ملی «خانه سبز» (گروه محیط‌دوست)، خدمات نصب با ضمانت (گروه راحتی‌جو) و کمپین‌های محلی با مشارکت اتحادیه‌های محلی برای گروه سنت‌گرا باشد.

جدول ۱. ماتریس هم‌راستایی ابزار-پروفایل برای بازسازی انرژی در مسکن

| مشارکتی<br>(طراحی مشترک)                                        | زیرساختی<br>(خدمات فنی)                                                    | اطلاعاتی (آموزش)                                    | نمادین<br>(گواهی / لوح)                                   | اقتصادی (یارانه / وام)                                                              | ابزار<br>پروفایل                   |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| پایین<br>زمان‌بر، کمتر جذاب                                     | متوسط-زیاد<br>کاهش هزینه عملی<br>برای اجرای کار                            | متوسط<br>اگر صرفه‌جویی مالی<br>نشان داده شود        | کم<br>گواهی کم‌اهمیت است                                  | بالا<br>مستقیماً انگیزه مالی<br>می‌دهد؛ مثال: یارانه<br>قابل بازپرداخت برای<br>عایق | اقتصادی-سودمندی <sup>۲</sup>       |
| بالا<br>همکاری اجتماعی و<br>پروژه‌های جامعه‌محور<br>موثر        | بالا<br>فناوری سبز +<br>دسترسی مهم است                                     | بالا<br>علم / علت‌مندی و پیام<br>ارزشی موثر         | بالا<br>گواهی سبز، لوح عمومی<br>موثر (پرستیژ اخلاقی)      | کم-متوسط<br>ممکن است پذیرفته<br>شود اما اگر تنها مالی<br>باشد، نمادین لازم است      | محیط زیستی /<br>ارزشی <sup>۳</sup> |
| متوسط<br>اگر موقعیت رهبری<br>محلی بدهد                          | متوسط<br>اگر نصب حرفه‌ای<br>نشان‌دهنده کیفیت<br>باشد                       | متوسط<br>اگر پیام نشان‌دهنده<br>سرمایه اجتماعی باشد | بسیار بالا<br>تابلو / نام‌گذاری /<br>لیست برتر بسیار موثر | پایین<br>یارانه ممکن است<br>پایین‌آورنده اعتبار تلقی<br>شود                         | جایگاه / اعتبار <sup>۴</sup>       |
| بسیار بالا<br>مشارکت و مالکیت<br>محلی کلید پذیرش                | بالا<br>پروژه‌های مشترک /<br>تعاونی‌های<br>مقاوم‌سازی اجتماعی <sup>۵</sup> | بالا<br>پیام‌های همبستگی و کار<br>گروهی             | متوسط<br>گواهی جمعی می‌تواند<br>هویت گروهی تقویت<br>کند   | متوسط<br>یارانه جمعی یا<br>تسهیلات محلی خوب<br>است                                  | اجتماعی / جمعی <sup>۵</sup>        |
| پایین-متوسط<br>مشارکت اگر اعتبار<br>محلی داشته باشد مفید<br>است | متوسط<br>اگر ریسک و<br>نااطمینانی فنی کاهش<br>یابد                         | پایین-متوسط<br>بستگی به پیام/قاب‌بندی<br>دارد       | پایین<br>گواهی ممکن است<br>نامربوط دیده شود               | پایین<br>مشوق مالی ممکن<br>است شک و مقاومت را<br>کاهش ندهد                          | سنت‌گرا / شکاک <sup>۶</sup>        |

## حوزه حمل‌ونقل شهری-کاربران خودرو / مسافران

جدول ۲ حساسیت و همخوانی انواع ابزارها در حوزه حمل‌ونقل را نسبت به پروفایل‌های رفتاری / هویتی کاربران شهری مثلاً «عادت‌محور / عملی»، «پرستیژ / نمایشی»، «محدود / اقتصادی» نشان می‌دهد. ستون‌ها ابزارهای سیاستی را فهرست می‌کنند به‌عنوان نمونه توسعه زیرساخت، مشوق‌های مالی، خط‌مشی‌های قیمتی / مالیاتی، کمپین‌های نمادین/تبلیغی، خدمات پشتیبانی/تسهیلی) و هر خانه نشان می‌دهد چقدر آن ابزار می‌تواند عامل تغییر رفتار برای آن پروفایل باشد. حمل‌ونقل به‌شدت وابسته به گزینه جایگزین واقعی است؛ بنابراین ستون «زیرساخت» معمولاً در بسیاری از ردیف‌ها به‌عنوان «شرط لازم» طبقه‌بندی می‌شود. بدین معنی که حتی اگر پیام‌ها یا مشوق‌ها جذاب باشند، بدون زیرساخت قابل‌اتکا (کیفیت، زمان‌بندی، ایمنی)، تغییر رفتار پایدار رخ نخواهد داد. پروفایل پرستیژ / نمایشی ممکن است به‌لطف نمادها (برند حمل‌ونقل پاک، مسیرهای ویژه دوچرخه با طراحی خاص) سریع‌تر تغییر کند، اما این تغییر نمادین است مگر اینکه زیرساخت امکان عملی را فراهم کند. برای گروه‌های عملی / عادت‌محور، بهبود زمان سفر، قابلیت اطمینان و دسترسی بنیادی است. این گروه نسبت به تبلیغات و گواهی‌ها کمتر واکنش نشان می‌دهد. گروه پرستیژ‌جو ممکن است با تغییرات نمادین یا برنامه‌های امتیازی مثلاً رتبه‌بندی کاربران کم‌مصرف ترغیب شود، اما

1. Informational
2. Economic-Utility
3. Environmental/Value
4. Status/Prestige
5. Communitarian/Collective
6. Community Retrofit Coops
7. Tradition-Bound / Skeptics

این هم معمولاً کوتاه مدت خواهد بود مگر آنکه میزان راحتی واقعی نیز افزایش یابد. برای کاربران اقتصادی، سازوکارهای تعرفه‌ای یعنی قیمت‌گذاری مبتنی بر مقصد / زمان یا یارانه هدفمند می‌تواند موثر باشد، البته باید مراقب پیامدهای توزیعی بود.

جدول ۲. ماتریس ابزار-پروفایل در حمل‌ونقل شهری

| ابزار / پروفایل                 | اقتصادی (عوارض / یارانه)                                             | نمادین (اعتبار / برچسب)                                    | اطلاعاتی (قاب‌بندی)                                  | زیرساختی (گزینه‌های جایگزین، خطوط BRT)                   | مشارکتی (طراحی مشترک، مشورت شهروندی)                      |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| جایگاه / اعتبار                 | پایین<br>عوارض ممکن است تهدید هویتی تلقی شود                         | بسیار بالا<br>مسیر یا پلاک سبز ممتاز یا برچسب اعتبار موثر  | متوسط<br>اگر پیام به رهبری رفتار مرتبط شود           | پایین-متوسط<br>جایگزین نیاز به حفظ پرستیژ دارد           | متوسط<br>پلتفرم رهبری محلی ممکن است جذاب باشد             |
| محدود / عملی <sup>۱</sup>       | بالا<br>کاهش هزینه یا ارتقای دسترسی حرف اول را می‌زند                | پایین<br>نمادها کم‌خرید دارند                              | متوسط-بالا<br>اطلاعات درباره هزینه/زمان مفید است     | بسیار بالا<br>حمل‌ونقل عمومی قابل اطمینان جایگزین است    | پایین-متوسط<br>مشارکت در طراحی خدمات می‌تواند مفید باشد   |
| عادت / روال <sup>۲</sup>        | متوسط<br>مشوق ممکن است تغییر رفتاری کند اما سخت                      | کم<br>نمادها کم‌تاثیر                                      | متوسط-بالا<br>نودهای رفتاری و تلنگر می‌تواند کمک کند | بالا<br>ایجاد گزینه‌های راحت و سریع ضروری است            | پایین<br>مشارکت اثر محدود دارد مگر تبدیل به هنجار شود     |
| محیط زیستی / ارزشی <sup>۳</sup> | پایین-متوسط<br>مالی ممکن است پذیرفته شود اگر با پیام ارزشی همراه شود | بالا<br>نمادها و نشان‌گذاری برای نمایش عمل اخلاقی مفید است | بالا<br>پیام ارزشی و اطلاع‌رسانی مؤثر                | بالا<br>مسیرهای دوچرخه، ایستگاه‌های شارژ، حمل‌ونقل عمومی | بالا<br>برنامه‌های داوطلبانه و مشارکتی مؤثر هستند         |
| جامعه محور <sup>۴</sup>         | متوسط<br>مالی در قالب سرمایه‌گذاری محلی پذیرفتنی است                 | متوسط<br>نمادهای محله‌ای خوب است                           | بسیار بالا<br>پیام‌های «همسایگی/امنیت» موثر          | بسیار بالا<br>بهبود سرویس محله‌ای و ایمنی                | بسیار بالا<br>فرآیندهای مشورتی و امتیازدهی محله‌ای کارساز |

## کشاورزان - خط‌مشی‌های زیست‌محیطی/کشاورزی

جدول ۳ پاسخ‌های محتمل پروفایل‌های مختلف کشاورزان (سودمحور / بازاری، محیط‌دوست / پایدار، سنتی / محلی، تعاونی / اجتماعی محور) را به مجموعه‌ای از ابزارها (مشوق‌ها / یارانه‌ها، آموزش و توسعه مهارت، گواهی‌های بازاری / نمادین، تسهیلات تجهیزاتی و مالی، سازوکارهای بازاری/تعاونی) نشان می‌دهد. کشاورزان سودمحور نسبت به محرک‌های پولی پاسخ می‌دهند؛ محیط‌دوستان به ارزش نمادین و بازارهای سبز اهمیت می‌دهند؛ گروه سنتی ممکن است نسبت به تغییرات نوآورانه بدگمان باشد؛ گروه تعاونی به منافع جمعی و سازوکارهای بازار مشترک واکنش مثبت نشان می‌دهد. ستون گواهی‌های بازاری / نمادین در این حوزه می‌تواند نقش ایجاد ارزش افزوده در بازار را داشته باشد، ولی تنها در صورتی کارا است که بازار واقعی برای محصولات گواهی‌شده وجود داشته باشد. آموزش فنی همراه با دسترسی به تسهیلات تجهیزاتی و ساختار تعاونی بهترین شانس را برای پذیرش شیوه‌های پایدار ارائه می‌دهد. ابزارهای بازاریابی نمادین باید با توسعه بازار هم‌راستا شوند؛ بدون ایجاد تقاضا، گواهی تنها

1. Constrained/Practical  
2. Habitual / Routine  
3. Environmental/Value  
4. Community-oriented

هزینه اضافی خواهد بود. در جوامع روستایی، رهبران محلی و ساختارهای اعتماد نقش تعیین‌کننده در پذیرش دارند؛ استفاده از سازوکارهای تعاونی یا نمایندگان محلی برای معرفی فناوری‌ها و شیوه‌ها، مقاومت را کاهش می‌دهد.

جدول ۳. ماتریس ابزار-پروفایل در کشاورزی

| پروفایل<br>ابزار                      | اقتصادی (یارانه /<br>جریمه)                                           | نمادین (گواهی /<br>رتبه بندی)                             | اطلاعاتی<br>(آموزش)                                               | زیرساختی<br>(دسترسی /<br>تجهیزاتی)               | مشارکتی<br>(تعاونی)                                               |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| سودمحور یا<br>سودگرا                  | بالا<br>یارانه و قیمت‌گذاری<br>مهم است (مثلاً جایزه<br>بازده)         | کم<br>نمادها کم‌اهمیت                                     | متوسط<br>اگر کارآمدی<br>اقتصادی را نشان<br>دهد                    | بالا<br>دسترسی به<br>ماشین‌آلات<br>مقرون‌به‌صرفه | پایین-متوسط<br>مشارکت شرطی است                                    |
| محیط زیستی                            | پایین-متوسط<br>مالی می‌تواند پذیرفته<br>شود اگر مشروط به<br>اهداف شود | بالا<br>گواهی محیط‌زیستی<br>و بازشناسی موثر<br>است        | بالا<br>آموزش و انتقال<br>فناوری سبز کلیدی<br>است                 | متوسط-بالا<br>تسهیلات زیستی و<br>زیرساخت         | بالا<br>شبکه‌های همکاری و<br>مدیریت منابع<br>مشترک مؤثرند.        |
| سنتی / محافظه<br>کار                  | متوسط<br>یارانه مورد نیاز است اما<br>مشروط                            | پایین<br>نمادها ممکن است<br>بی‌ارتباط باشند               | پایین-متوسط<br>بسته به اعتماد به<br>منبع آموزشی                   | متوسط<br>تجهیزات با پشتیبانی<br>سرویس‌دهی موثر   | متوسط<br>اگر راهبرد احترام به<br>سنت‌ها داشته باشد                |
| تعاونی / جامعه                        | متوسط<br>مالیاتی با انگیزه جمعی<br>مؤثر است                           | متوسط<br>گواهی جمعی<br>می‌تواند پرستیز بدهد               | بالا<br>برنامه‌های آموزشی<br>گروهی کارآمد                         | بالا<br>تسهیلات مشترک<br>(انبارها، تجهیزات)      | بسیار بالا<br>مشارکت تعاونی پاشنه<br>آشیل موفقیت است              |
| از لحاظ<br>ایدئولوژیک و<br>سیاسی همسو | پایین-متوسط<br>مالی ممکن است با<br>قاب‌بندی سیاسی خوانده<br>شود       | متوسط<br>نمادها اگر با مرجع<br>ایدئولوژیک همخوان<br>باشند | پایین-متوسط<br>محتوای آموزش<br>باید بی‌طرف یا<br>مورد اعتماد باشد | متوسط<br>بسته به تعلق سیاسی<br>در اجرا           | پایین-متوسط<br>مشارکت ممکن است<br>سیاسی شود و<br>مخالفان پیدا کند |

## بحث

یافته‌های اصلی این پژوهش نشان می‌دهد که پذیرش و اثربخشی خط‌مشی‌های عمومی تنها با اتکای صرف به تعریف‌های جمعیتی یا اقتصادی گروه‌های هدف قابل توضیح نیست؛ در عوض، «ناهمگونی هویتی نهفته» ضمنی در هر مجموعه از ذی‌نفعان نقش تعیین‌کننده‌ای در نحوه واکنش به ابزارهای سیاستی ایفا می‌کند (Hornung et al., 2025; Weller et al., 2020). تحلیل‌های کمی-کیفی و ماتریس هم‌راستایی که در این پژوهش ارائه شد نشان می‌دهد که پروفایل‌های هویتی متفاوت اعم از اقتصادمحور، محیط‌دوست، جایگاه‌محور، عملی / عادت‌محور یا تعاونی / اجتماعی ترجیحات ابزاری متمایزی دارند و بنابراین خط‌مشی‌های تک‌ابزاره نه تنها در بسیاری از موارد ناکارآمدند، بلکه می‌توانند پیامدهای نمادین نامطلوب، مقاومت اجتماعی یا حتی قطبی‌سازی سیاسی تولید کنند (Schneider & Ingram, 1997; Mason, 2018). این نتیجه مبنای اصلی ادعا درباره ضرورت «تناسب هویت-ابزار» است: هنگامی که منطق انگیزشی هویتی مخاطب با منطق اثرگذاری ابزار هم‌راستا باشد، هم نتایج رفتاری ملموس‌تری حاصل می‌شود و هم مشروعیت نمادین و پذیرش سیاسی تقویت می‌گردد؛ برعکس، فقدان چنین تناسبی زمینه‌ساز ناکارآمدی و واکنش‌های معکوس خواهد بود (Hanne-Lore, 2023; Akerlof & Kranton, 2000). این الگوی یافته‌ها از سه رگه نظری اصلی حمایت می‌کند و آن‌ها را در چارچوبی یکپارچه به هم پیوند می‌دهد. نخست، نظریه هویت اجتماعی (Tajfel & Turner, 1979, 1986) توضیح می‌دهد که هنجارها و انتظارات درون گروهی چگونه ادراک و کنش را شکل می‌دهند؛ دوم، اقتصاد هویت (Akerlof & Kranton, 2000) نشان می‌دهد که انگیزه‌های غیرمادی مانند اعتبار اجتماعی یا احساس تعلق

می‌توانند مستقل از انگیزه‌های اقتصادی بر تصمیم‌گیری اثر بگذارند؛ و سوم، مطالعات طراحی خطمشی (Schneider & Ingram, 1993; 1997) تاکید می‌کنند که نهادها و خود طراحی خطمشی در تولید و بازتولید نمایه‌های هویتی نقش دارند. از این منظر، خطمشی نه تنها به‌عنوان مجموعه‌ای از ابزار فنی بلکه به‌عنوان یک فرآیند نمادین دیده می‌شود که می‌تواند هویت‌ها را بازتولید یا بازتعریف کند (Béland, 2017; Hornung et al., 2019). تلفیق این سه دیدگاه، تبیین قوی‌تری برای تنوع واکنش‌ها نسبت به ابزارها فراهم می‌آورد و لزوم طراحی آگاهانه از پروفایل‌های هویتی را توجیه می‌کند (Hanne-Lore, 2023). پیامدهای عملی این بینش چندوجهی‌اند و هرکدام نیازمند تغییر در نحوه چرخه‌محور خطمشی‌گذاری است. نخست، مرحله «نقشه‌برداری هویتی» باید به‌عنوان پیش‌شرط طراحی هر خطمشی هدفمند نهادینه شود؛ ابزارهایی مانند تحلیل کلاس نهفته همراه با مطالعات میدانی مشارکتی و تحلیل‌های تقاطعی می‌توانند پروفایل‌های نهفته را آشکار کنند و زمینه‌سازی لازم برای انتخاب بسته‌ای از ابزارها را فراهم آورند (Weller et al., 2020; Crenshaw, 1989; Head, 2016). دوم، طراحی بسته‌های ابزاری ترکیبی (ترکیبی از ابزارهای مالی، نمادین، اطلاعاتی، زیرساختی و مشارکتی) به‌طور معمول بر ابزارهای منفرد برتری دارد، زیرا پروفایل‌ها اغلب به مجموعه‌ای از محرک‌ها پاسخ می‌دهند (Howlett, 2011; Hood & Margetts, 2007)؛ برای مثال در حوزه بازسازی انرژی، تلفیق یارانه‌های هدفمند، خدمات فنی برای کاهش اصطکاک اجرایی و گواهی‌های نمادین می‌تواند هم انگیزه اقتصادی را تامین کند و هم نیاز به شناسایی نمادین را برآورده سازد (Hornung et al., 2025; Clayton, 2003). سوم، ارزشیابی خطمشی باید فراتر از شاخص‌های کوتاه‌مدت رفتاری برود و به‌صورت چندبعدی شامل شاخص‌های نمادین (احساس شایستگی و بازشناسی)، توزیعی (دسترسی و انصاف در نتایج) و سیاسی (نماینده‌گری و سطح قطبی‌شدن) طراحی شود تا آثار بلندمدت و غیرمادی خطمشی نیز رصد گردد (Fraser, 1995; Schneider & Ingram, 1997). با وجود این ظرفیت‌ها، تمرکز بر هویت در طراحی خطمشی، ریسک‌ها و محدودیت‌های جدی نیز به همراه دارد که اگر پیشاپیش مدیریت نشوند، می‌توانند منافع مورد انتظار را تضعیف کنند. اول، خطر ذات‌انگاری هویتی وجود دارد؛ در صورتی که هویت‌ها به دسته‌بندی‌های ثابت و ایستا تقلیل یابند، خطمشی ممکن است به‌طور نادرست افراد را در قید و بندهایی بگذارد که خود آن‌ها پویا و موقعیت‌محورند (Sen, 2006; Hancock, 2007). دوم، استفاده از داده‌های هویتی می‌تواند محل سوءاستفاده سیاسی یا تبعیض گردد؛ لذا چارچوب‌های حقوقی، استانداردهای شفافیت و پروتکل‌های حفاظت داده از الزامات اجتناب‌ناپذیر هستند (Kymlicka, 1995; World Bank, 2013). سوم، روش‌شناختی، اجرای تحلیل کلاس نهفته و سایر روش‌های داده‌محور نیازمند داده‌های معتبر و کفایت نمونه است؛ در غیاب داده باکیفیت، تقسیم‌بندی‌ها ممکن است گمراه‌کننده یا سوگیرانه باشند و به تصمیم‌های اشتباه بینجامند (Weller et al., 2020). این محدودیت‌ها لزوم پیلوت‌سازی، آزمایش‌های میدانی و مکانیزم‌های بازخورد سریع در فرایند اجرا را دوچندان می‌کند (Thaler & Sunstein, 2008; John, 2018). با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدها، راهبردهای سیاستی مشخصی را می‌توان پیشنهاد کرد تا تناسب هویت-ابزار را تقویت و خطرات را کاهش دهند. پیشنهاد می‌شود هر برنامه سیاستی با یک فاز نقشه‌برداری هویتی آغاز گردد و بسته‌های ابزار مبتنی بر شواهد پیش از تعمیم، در مقیاس کوچک و با مکانیزم ارزیابی تصادفی آزمایش شوند (Hanne-Lore, 2023; Behavioral Insights Team, 2014). افزون بر این، سازوکارهای مشارکتی باید از ابتدا در طراحی گنجانده شود تا علاوه بر بهبود اعتبار اجرایی، امکان بازطراحی بر پایه بازخورد ذی‌نفعان فراهم آید (Ostrom, 1990; Head, 2016). همین‌طور تدوین دستورالعمل‌های اخلاقی و حقوقی برای گردآوری، ذخیره و استفاده از داده‌های هویتی و ایجاد نهادهای ناظر بی‌طرف از دیگر اقدامات ضروری‌اند (World Bank, 2013; UNDP, 2022). در سطح معیارها، ارزشیابی‌های خطمشی باید شامل متغیرهایی برای سنجش اثرات نمادین و سیاسی باشد تا از پیامدهای ناخواسته مانند قطبی‌شدن پیشگیری شود (Fraser, 1995; Schneider & Ingram, 1997). در افق پژوهشی، لازم است مطالعات طولی و تطبیقی بین‌کشوری برای رصد آثار بلندمدت نمادین و بازتولید هویت‌ها انجام شود؛ چنین مطالعاتی می‌تواند نشان دهد که چگونه خطمشی‌ها در طول زمان هویت‌های جمعی را بازتعریف می‌کنند و آیا بازشناسی نمادین منجر به تغییرات ساختاری در توزیع منابع

می‌شود یا خیر (Hornung et al., 2025; Pande, 2025). همچنین، توسعه روش‌های ترکیبی که تحلیل کلاس نهفته را با داده‌های کیفی غنی و ابزارهای تقاطعی تلفیق کنند، می‌تواند اعتبار تقسیم‌بندی‌های هویتی را بهبود بخشد و ریسک خطای سیاستی را کاهش دهد (Weller et al., 2020; Crenshaw, 1989; Hancock, 2007). از منظر نهادی، پژوهش درباره مکانیزم‌های حکمرانی داده و چارچوب‌های حقوقی محافظت از داده‌های هویتی باید در اولویت قرار گیرد تا امکان استفاده مسئولانه از این اطلاعات فراهم آید (World Bank, 2013; UNDP, 2022). در خاتمه، می‌توان چنین جمع‌بندی کرد که «خطمشی‌گذاری مبتنی بر هویت» نه صرفاً یک تکنیک جدید برای هدف‌گیری بهتر، بلکه یک بازاندیشی بنیادین در نحوه فهم گروه‌های هدف و عملکرد نمادین خطمشی‌ها است. موفقیت این رویکرد مستلزم تلفیق شواهد قوی، حساسیت اخلاقی و نهادی، و آمادگی برای طراحی انعطاف‌پذیر ابزارهاست. زمانی که خطمشی‌ها به‌طور هم‌زمان به منافع مادی و نیازهای نمادین و هویتی پاسخ دهند، امکان دستیابی هم‌زمان به اثربخشی رفتاری، مشروعیت اجتماعی و عدالت نمادین بیشینه می‌شود. اما برای نیل به این هدف، ضروری است که نقشه‌برداری هویتی، طراحی بسته‌های ترکیبی، آزمایش میدانی و ایجاد چارچوب‌های حفاظتی داده به‌عنوان ارکان ثابت چرخه خطمشی‌گذاری پذیرفته و نهادینه شوند.

## تعارض منافع

متن حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع است.

## References

1. Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715–753.
2. Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
3. Bamberg, S., Rees, J., & Seebauer, S. (2015). Collective climate action: Determinants of participation intention in community-based pro-environmental initiatives. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 155–165.
4. Behavioral Insights Team. (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. Cabinet Office.
5. Béland, D. (2017). Identity, politics, and public policy. *Critical Policy Studies*, 11(1), 1–18.
6. Bénabou, R., & Tirole, J. (2011). Identity, morals, and taboos: Beliefs as assets. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(2), 805–855.
7. Bicchieri, C. (2006). *The grammar of society: The nature and dynamics of social norms*. Cambridge University Press.
8. Borwein, S., & Lucas, J. (2021). Municipal identity and city interests. *Political Behavior*, 45, 877–896.
9. Brown, N. E., Clark, C. J., Mahoney, A. M., Siow, O., & Strawbridge, M. G. (2024). Intersectional identity and representative politics. *Politics & Gender*, 20(3), 727–733.
10. Cassan, G. (2015). Identity-based policies and identity manipulation: Evidence from colonial Punjab. *American Economic Journal: Economic Policy*, 7(4), 103–131.
11. Clayton, S. (2003). Environmental identity: A conceptual and an operational definition. In S. Clayton & S. Opatow (Eds.), *Identity and the natural environment: The psychological significance of nature* (pp. 45–65). MIT Press.
12. Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), Article 8.
13. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
14. Fraser, N. (1995). From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a 'post-socialist' age. *New Left Review*, 212, 68–93.
15. G., H.-L. (2023). Integrating identity in policy design theory. *Policy & Politics*, 51(1), 2–19.
16. Halpern, D. (2015). *Inside the nudge unit: How small changes can make a big difference*. Ebury Publishing.
17. Hancock, A.-M. (2007). When multiplication doesn't equal quick addition: Examining intersectionality as a research paradigm. *Perspectives on Politics*, 5(1), 63–79.
18. Head, B. W. (2016). Toward more "evidence-informed" policy making? *Public Administration Review*, 76(3), 472–484.
19. Heinen, E. (2016). Identity and travel behaviour: A cross-sectional study on commute mode choice and intention to change. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 43, 238–253.
20. Hood, C. C., & Margetts, H. Z. (2007). *The tools of government in the digital age*. Palgrave Macmillan.
21. Hornung, J., Bandelow, N. C., & Vogeler, C. S. (2019). Social identities in the policy process. *Policy Sciences*, 52(2), 211–231.
22. Hornung, J., Bandelow, N. C., & Olvermann, M. (2025). Latent target groups—A methodological contribution of social identities to policy design research. *Policy Studies Journal*. Advance online publication.
23. Howlett, M. (2011). *Designing public policies: Principles and instruments*. Routledge.
24. John, P. (2018). *How far to nudge?: Assessing behavioural public policy*. Edward Elgar Publishing.
25. Kymlicka, W. (1995). *Multicultural citizenship: A liberal theory of minority rights*. Oxford University Press.
26. Mason, L. (2018). Ideologues without issues: The polarizing consequences of ideological identities. *Public Opinion Quarterly*, 82(2), 280–301.
27. Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press.
28. Pande, R. (2025). "Identity politics" is economic policy. *Science*, 387(6731), 260–261.

29. Pedersen, A. B., Nielsen, H. Ø., & Daugbjerg, C. (2020). Environmental policy mixes and target group heterogeneity: Analysing Danish farmers' responses to the pesticide taxes. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 22(5), 608–619.
30. Peters, B. G. (2018). *Policy problems and policy design*. Edward Elgar Publishing.
31. Salamon, L. M. (Ed.). (2002). *The tools of government: A guide to the new governance*. Oxford University Press.
32. Schneider, A. L., & Ingram, H. M. (1993). Social construction of target populations: Implications for politics and policy. *American Political Science Review*, 87(2), 334–347.
33. Schneider, A. L., & Ingram, H. M. (1997). *Policy design for democracy*. University Press of Kansas.
34. Sen, A. (2006). *Identity and violence: The illusion of destiny*. W.W. Norton & Company.
35. Sunstein, C. R. (2016). *The ethics of influence: Government in the age of behavioral science*. Cambridge University Press.
36. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.
37. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Nelson-Hall.
38. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
39. United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *Uncertain times, unsettled lives: Shaping our future in a transforming world*. Human Development Report 2021-22. UNDP.
40. Weller, B. E., Bowen, N. K., & Faubert, S. J. (2020). Latent class analysis: A guide to best practice. *Journal of Black Psychology*, 46(4), 287–311.
41. World Bank. (2013). *Inclusion matters: The foundation for shared prosperity*. The World Bank.
42. Young, I. M. (1990). *Justice and the politics of difference*. Princeton University Press.