بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه پروژه: سنجش مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی از منظر علوم رفتاری-۱۴۰۲

شرکت در انتخابات، یکی از مهمترین مصادیق مشارکت سیاسی در هر جامعه‌ای است و پروژه حاضر از زاویه علوم رفتاری به سنجش عوامل اثرگذار بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در سال ۱۴۰۲ پرداخته است.

مرکز بینش‌های رفتاری ایران

مجلس شورای اسلامی مرکز پژوهش‌ها

مقدمه و مسئله

مشارکت سیاسی شهروندان همواره برای نظام‌های مختلف حکمرانی مهم بوده است. اهمیت این امر در نظام‌های مردم‌سالار دوچندان است؛ چرا که مشروعیت سیاسی این نظام‌ها در گرو مشارکت سیاسی شهروندان است. در مجموع، مشارکت سیاسی نشانه‌ای از اعتماد متقابل نظام سیاسی و شهروندان به یکدیگر، مشروعیت نظام سیاسی و پویایی سیاسی و اجتماعی است (۱).

در سال های اخیر، کشورهای مختلف با چالش مشارکت پایین شهروندان خود در انتخابات ها روبرو شده و در پی شناخت و حل این چالش برآمده‌اند (۲) و ایران نیز از این چالش مصون نیست. در این سال‌ها، نظریات مختلفی در تبیین مشارکت سیاسی ارائه شده است که هر کدام تلاش کرده‌اند تا عوامل و محرک‌های مؤثر بر این نوع مشارکت را شناسایی کنند؛ در واقع آن‌ها در پی این سوال بودند که **چرا گروه‌هایی از مردم در انتخابات شرکت می‌کنند و گروه‌هایی دیگر نه**. با **توسعهٔ علوم رفتاری** در دو دههٔ اخیر، پژوهشگران تلاش کردند تا درکی عمیق، واقع‌بینانه و مبتنی بر شواهد علمی از عوامل موثر بر تصمیم و رفتار مشارکت سیاسی ارائه دهند تا فراتر از صرفِ سنجش میزان و نوع مشارکت، **به دلایلِ افراد و گروه‌های مختلف برای شرکت کردن یا نکردن پی ببرند** (۳).

پروژه حاضر نیز **با هدف سنجش عوامل اثرگذار بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در سال ۱۴۰۲** صورت گرفت. پرسشنامه این گزارش، ماحصل مرور ادبیات نظری موضوع در سطح جهانی است که در نتیجه **آن ۳۲ عامل و محرک روان‌شناختی موثر بر رفتار مشارکت** استخراج و مورد استفاده قرار گرفت.

این گزارش در مقایسه با گزارش‌های مشابه سایر مراکز افکارسنجی دارای **سه مزیت** مهم است: **۱)** پرسشنامه متکی بر ادبیات نظری مشارکت سیاسی و رفتار رأی‌دهی است که حتی‌المقدور بر اساس شرایط سیاسی کشور متناسب‌سازی شده است؛ **۲)** به‌جای استفاده از متغیرها و سؤالات مستقیم، تلاش شده تا از طریق بهره‌گیری از نظریه‌های علوم رفتاری و روان‌شناختی، به‌طور غیرمستقیم و عمیق رفتار رأی‌دهی مردم سنجیده شود. **۳)** در این گزارش، به‌جای استفاده از تکنیک‌های تخمین مبتنی بر تجربه، که در بین مراکز افکارسنجی رایج هستند، از مدل‌سازی پیشرفته آماری مبتنی بر متغیرهای نظری استفاده شده است.

مطالعه حاضر که به سفارش **مرکز افکارسنجی ملتِ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی**، در زمستان ۱۴۰۲ اجرا شد؛ **برای اولین‌بار** عوامل روان‌شناختی و رفتاری اثرگذار بر رفتار مشارکت جامعه ایران را مورد سنجش قرار داد.

این پروژه با روش پیمایش تلفنی بر روی جامعهٔ آماری همهٔ افراد ۱۸ سال و بیشتر در کل کشور انجام شد. نمونه‌گیری با روش تصادفی ساده متناسب با جمعیت به‌نحوی که جمعیت کل کشور پوشش داده شود و به اندازه ۱۱۰۰ نفر صورت گرفت.

یافته‌های کلیدی

در این مطالعه **۱۸ عامل روان‌شناختی** مورد مطالعه و پرسش قرار گرفتند (مواردی چون هنجارهای جامعه، کارآمدی سیاسی، دماسنج عاطفی، احساس وظیفه، ادراک نزدیک‌بودن رقابت، اعتماد، درگیری با سیاست و ...) و نتایج آن در قالب دو گزارش جداگانه منتشر شده‌است: **۱) گزارش سنجش مشارکت مردم** در انتخابات مجلس شورای اسلامی سال ۱۴۰۲، شامل نتایج پیمایش. **۲) گزارش رفتار رأی‌دهی در جامعه ایران؛** نگاهی روان‌شناختی به محرک شناختی به محرک‌های رأی‌دهی؛ شامل موثرترین عوامل پیش‌بینی‌کنندهٔ شرکت در انتخابات در جامعه ایران به همراه اصلی‌ترین ویژگی‌های متمایزکنندهٔ دو گروه رای‌دهندگان و رای‌ندهندگان در کشور. (باتوجه به محدودیت‌های نهاد کارفرما، امکان انتشار جزییات یافته‌ها وجود ندارد.)

توصیه‌های سیاستی

شناسایی عوامل روان‌شناختی و رفتاری مشارکت در انتخابات می‌تواند درکی عمیق‌تر نسبت به رفتار انتخاباتی جامعهٔ ایران فراهم کند. سیاستگذاران و مسئولان کشور می‌توانند با استفاده از بینش‌های به‌دست‌آمده از این گزارش تلاش‌هایی در جهت تشویق حداکثری مردم برای شرکت در انتخابات انجام دهند.

پژوهشگران طرح: محمدحسن ابراهیم‌کنی، محمدجواد بادین‌فکر، زهراسادات مشکانی، زینب آرمانیان، فاطمه مروتی.

مرکز بینش‌های رفتاری ایران، متشکل از جمعی از دانش‌آموختگان روان‌شناسی دانشگاه تهران بوده که با هدف کاربردی‌سازی رویکرد بینش‌های رفتاری (BI) در مسائل و مشکلات مختلف جامعه ایران فعالیت می‌کند. این مرکز تاکنون پروژه‌های متعدد رفتاری با سازمان‌های مختلف اعم از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری تهران انجام داده‌است.

ضلع شمال غربی چهارراه ولیعصر عجل‌الله‌تعالی‌فرجه‌الشریف، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

(1) Saward, M. (2006). The representative claim. *Contemporary political theory*,5, 297-318.

(2) Frishberg, E., Matos, E., Reinero, D., & Vargas, A. (2020). *Designing for Meaning.* Retrieved from https://www.ideas42.org/wp-content/uploads/2020/10/Using-Behavioral-Science-to-Mobilize-theLatino-Vote.pdf.

(3) Green, D. P., and A. S. Gerber. (2008). *Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout*. 2nd ed. Washington, DC: Brookings Institution Press.