بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه‌پروژه: کاربست بینش‌های رفتاری در افزایش پذیرش و تزریق واکسن کووید-۱۹

یکی از چالش‌های ایام همه گیری کرونا، به‌کارگیری سیاست‌ها و راهبردهای موثر برای ایجاد پذیرش در جامعه نسبت به تزریق واکسن بود. پژوهش‌های مختلفی که در این زمینه با استفاده از رویکرد بینش‌های رفتاری در جهان انجام گرفته‌اند، نشان دادند که چند دسته از عوامل روان‌شناختی بر افزایش تمایل افراد به تزریق واکسن موثرند.

جمهوری اسلامی ایران
دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور

مرکز بینش‌های رفتاری ایران

مقدمه و مسئله

با شیوع ویروس کرونا، دولت‌ها و مراکز سیاستگذاری با چالش‌های متعددی مواجه شدند. یکی از این چالش‌ها طراحی و به کارگیری سیاست‌ها و استراتژی‌های موثر برای ایجاد پذیرش در جامعه نسبت به واکسن کرونا و تزریق آن است. کارآمدی این سیاست‌ها منوط به وجود فهمی عمیق، واقعی و مبتنی بر شواهد علمی از رفتار انسان است، چراکه طبق پژوهش‌ها، فاکتورهای روان شناختی و اجتماعی متعددی بر رفتار تزریق واکسن انسان‌ها دخیل هستند.

مطالعه حاضر در پی آن بود تا با گردآوری و مرور مطالعات و تالیفات انجام‌شده در این حوزه توسط تیم‌های بینش‌های رفتاری در جهان، اولاً شناخت عمیق تری از فاکتورها و محرک های موثر بر پذیرش و تزریق واکسن ایجاد کند؛ در ثانی توصیه‌ها و استراتژی‌هایی مبتنی بر علوم رفتاری برای افزایش میزان تزریق واکسن در جامعه ارائه دهد. از آنجایی که دولت‌ها در پی آن بودند که در سریع‌ترین زمان ممکن، همهٔ مردم خود را واکسینه کرده و ایمنی جمعی ایجاد شود؛ برای اینکه این سیاست‌ها به حد لازم اثرگذار باشند لازم بود طبق **شناختی صحیح از انسان و منطبق بر شواهد علمی جهانی** باشند. هدف از این گزارش ابتدا دست یافتن به **فهم عمیق‌تری از عوامل موثر بر پذیرش و تزریق واکسن و سپس ارائه توصیه‌ها و استراتژی‌هایی مبتنی بر علوم رفتاری** برای افزایش میزان تزریق واکسن در جامعه است

این پروژه، در پاییز سال ۱۴۰۰ و به سفارش **دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور** انجام شده‌است.

خلاصه یافته‌ها

پژوهش‌های رفتاری نشان داده‌اند سه دسته از عوامل اصلی بر تزریق واکسن موثرند. این عوامل عبارتند از:

۱. **نفوذ اجتماعی:** عموم مردم به میزان زیادی تحت تاثیر باورها و رفتارهای جامعه هستند. پذیرش و تزریق واکسن نیز می‌تواند **محصول ادراک فرد** از این باشد که عموم افراد جامعه یا یک گروه خاص در این موضوع چه واکنشی را از خود نشان می دهند. به عنوان مثال، راهبرد «تکیه بر هنجارهای توصیفی موافق با واکسیناسیون و برجسته‌سازی آن‌ها» بدین معناست که صحبت از بایدها تاثیر زیادی بر رفتارهای اجتماعی ندارد و صرف بیان اینکه «مردم باید واکسن بزنند» منجر به افزایش معنی‌دار میزان واکسیناسیون نخواهد شد (۱). ۲. **انگیزه:** عوامل مختلفی بر انگیزه تزریق واکسن دخیل هستند؛ مانند ادراک از خطر بیماری کووید-۱۹، ادراک از عوارض جانبی واکسن و پشیمانی پیش‌بینی‌شده که براساس آن‌ها راهبردهایی را می‌توان تنظیم کرد (۲ و ۳) . برخی از این راهبردها عبارتند از: **پررنگ‌کردن انگیزه کمک به افراد مورد علاقه** و **مقابله با تصورات غلط**. به عنوان نمونه، منظور از «پررنگ کردن انگیزه کمک به افراد مورد علاقه» این است که افراد ممکن است بر اساس انگیزه‌های متفاوتی اقدام به تزریق واکسن بکنند. یکی از این انگیزه‌ها که پژوهش‌های انجام‌شده در ایام همه‌گیری کرونا کارآمدی آن را ثابت کرده، تمایل افراد به

حفاظت و حمایت از دوستان و اعضای خانواده خود است. با **برجسته کردن این انگیزه** می‌توان تمایل به واکسیناسیون را افزایش داد (۴). **۳. شکاف قصد و عمل:** تمایل و قصد تزریق واکسن لزوما منجر به رفتار نمی‌شود. چه بسیار افرادی که تمایل به واکسینه‌شدن دارند، اما به دلیل این مکانیسم روان‌شناختی رفتار مدنظر را از خود نشان نمی‌دهند. از این حیث نمی‌توان تمام افراد واکسن‌نزده را مخالف واکسیناسون دانست؛ بلکه بسیاری بخاطر **اهمال‌کاری و سایر دلایل مشابه** اقدام به تزریق واکسن نمی‌کنند. برخی از موثرترین روش‌های تبدیل قصد و نیت به عمل عبارتند از: **یادآوری واکسیناسیون به افراد و استفاده از قدرت شبکه‌های اجتماعی.** به عنوان مثال، «راهبرد یادآوری واکسیناسیون به افراد» به این دلیل پیشنهاد شده است که طبق پژوهش‌ها یادآورها از ابزارهای بسیار ساده، ارزان و در عین حال موثر در تغییر رفتار هستند.

توصیه‌های سیاستی

در این مطالعه تلاش شده تا موثرترین یافته‌های پژوهشی علوم رفتاری دربارهٔ پذیرش واکسن با نگاه به تجربهٔ همه‌گیری‌های گذشته و همه‌گیری کووید-۱۹ گردآوری شده و براساس آن‌ها ضمن ایجاد شناخت دقیق‌تر از رفتار انسان در مقابله با این پدیده، استراتژی‌ها و توصیه‌های رفتاری با هدف افزایش پذیرش و تزریق واکسن ارائه شود

البته با بکارگیری این اصول در چند اقدام محدود و پراکنده نمی‌توان انتظار تغییرات معنادار در پذیرش واکسن توسط جامعه را داشت. بلکه مانند آنچه که در تعدادی از کشورها وجود دارد، مانند سرویس سلامت ملی انگلستان (NHS)، باید به‌صورت **گسترده و بلندمدت** این توصیه‌ها در بخش‌های مختلف به اجرا در آیند تا به مرور شاهد تغییرات ملموس بود. همچنین می‌بایست با انجام افکارسنجی‌های متعدد، تصویر دقیق‌تری از افراد مردد و مخالف واکسن بدست آید و سپس براساس ویژگی‌های جامعهٔ هدف، از این راهبردها استفاده کرد. در واقع لازم است برای گروه‌های هدف، راهبردها به شکل **شخصی‌سازی‌شده** مورد استفاده قرار گیرند.

پژوهشگران طرح: محمدحسن ابراهیم کنی، علیرضا گیوزاد

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

(۱) Bruine de Bruin, W., Parker, A. M., Galesic, M., & Vardavas, R. (2019). Reports of social circles' and own vaccination behavior: A national longitudinal survey. *Health Psychology*, *38*(11), 975.

(۲) Weinstein, N. D., Kwitel, A., McCaul, K. D., Magnan, R. E., Gerrard, M., & Gibbons, F. X. (2007). Risk perceptions: assessment and relationship to influenza vaccination. *Health Psychology*, *26*(2), 146.

(۳) Brown, K. F., Kroll, J. S., Hudson, M. J., Ramsay, M., Green, J., Long, S. J., ... & Sevdalis, N. (2010). Factors underlying parental decisions about combination childhood vaccinations including MMR: a systematic review. *Vaccine*, *28*(26), 4235-4248.

(۴) Hallsworth, M., Mirpuri, S., &Toth, C. (2021). Four messages that can increase uptake of the COVID-19 vaccines Using large-scale testing to identify effective vaccine messaging.