بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه پروژه: کاربست بینش‌های رفتاری با هدف افزایش مشارکت در انتخابات

در سال‌های اخیر مسئلهٔ مشارکت در انتخابات تبدیل به یک چالش و بحران سیاستی شده‌است. باتوجه به اینکه در مرکزِ این چالش، تصمیم و رفتار افراد جامعه قرار دارد، طراحی و اجرای هرگونه برنامه و فعالیت باهدف ترغیب آن‌ها به مشارکت در انتخابات نیازمند شناختی عمیق، واقعی و مبتنی بر شواهد علمی از عوامل و موانع اثرگذار بر رفتار رای‌دهی است.

مرکز بینش‌های رفتاری ایران

خانه اندیشه‌ورزان

مقدمه و مسئله

شرکت در انتخابات مهمترین فرصت برای حضور شهروندان در ادارهٔ کشور و تعیین سرنوشت جامعه است، با این حال و به‌ویژه در سال‌های اخیر، کشورهای مختلف با **چالش مشارکت پایین شهروندان خود** در انتخابات‌ها روبرو شده‌اند و در پی شناخت و حل این چالش برآمده‌اند (۱). مطالعات اندیشمندان حیطه‌های مختلف در صد سال اخیر به مطالعهٔ این موضوع پرداخته و نشان داده‌اند عوامل بسیار زیادی بر روی تصمیم افراد به شرکت در یک انتخابات اثرگذارند. علی‌رغم این تلاش‌ها، بخشی از شواهد علمی موجود، به‌خاطر اتکا بر نظریات سنتی تصمیم‌گیری چون عمل منطقی **تبیین محدودی از رفتار رای‌دهی** ارائه می‌دانند (۲). در سه انتخابات اخیر کشور، پایین‌ترین نرخ مشارکت مردم از سال ۵۷ تاکنون رقم خورده‌است و این موضوع زنگ خطری جدی برای جمهوریت نظام به حساب می‌آید. علی‌رغم اهمیت بسیار زیاد این مسئله، متاسفانه کمتر مطالعات قابل‌اعتنا و اقدامات مبتنی بر شواهد علمی در کشور صورت گرفته‌است. به این فقدان باید تلاش‌های گستردهٔ دولت‌های خارجی، رسانه‌های بیگانه و جریانات مخالف داخلی برای کاهش مشارکت را نیز اضافه کرد. **ایجاد تغییر در وضعیت مشارکت در انتخابات جامعهٔ ایران، جز از طریق ایجاد تغییر در طراحی‌ها، راهبردها و اقدامات ترغیبی و همچنین اتکای این موارد بر آخرین یافته‌های علمی از عوامل روان‌شناختی و رفتاری موثر بر رفتار رای‌دهی ممکن نیست.** باتوجه به موفقیت‌های گستردهٔ این رویکرد، امروزه کشورهای مختلفی چون آمریکا، انگلیس و هلند از این یافته‌ها برای افزایش نرخ رای‌دهی شهروندان در انتخابات‌ها استفاده می‌کنند (۳-۵).

گزارش حاضر در **زمستان ۱۴۰۲** با همکاری **خانه اندیشه‌ورزان** تدوین شد و تلاش کرد با ارائه شناختی عمیق و علمی، راهکارهایی موثر برای افزایش مشارکت ارائه دهد. برای تسهیل کاربردی‌سازی و اثرگذاری گزارش، **چندین بسته اجرایی شامل ایده‌ها و توصیه‌هایی بر اساس یافته‌های گزارش** در اختیار سازمان‌ها و افراد دخیل در موضوع قرار داده‌شد. همچنین دستورالعملی به زبان ساده و برگرفته از **۱۲ مورد از توصیه‌های گزارش اصلی** برای استفادهٔ عموم مردم منتشر شد.

خلاصه یافته‌ها

یافته‌های این گزارش شامل دو بخش اصلی می‌شوند. در بخش اول راهکارها و مداخلات رفتاری افزایش مشارکت بیان شده‌است. در این بخش **۲۳ راهکار رفتاری**، به‌صورت جداگانه برای افرادی که قصد و انگیزه‌ای برای مشارکت در انتخابات ندارند و همچنین سایر افرادی که موافق انتخابات هستند ولی به دلایلی چون اهمال‌کاری اقدام به رای‌دادن نمی‌کنند، آمده است. در بخش دوم محرک‌ها و علل رفتاری مشارکت آمده است. در این بخش فارغ از موارد مذکور در بخش قبل، به **۱۶ عامل رفتاری** اشاره شده‌است که به عنوان محرک رفتار رای‌دهی شناخته می‌شوند و تغییر آن‌ها

می‌تواند منجر به شرکت در انتخابات شود. از میان راهکارها و مداخلات رفتاری افزایش مشارکت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: (۱) تمرکز بر زیان‌های رای‌ندادن در مقایسه با منافع رای‌دادن (۲) تداعی هویت رای‌دهندگان با مفاهیم مثبت (۳) القای هیجان‌هایی چون شرم و افتخار

از میان محرک‌ها و علل رفتاری مشارکت نیز می‌توان موارد زیر را بیان کرد: (۱) کارآمدی سیاسی درونی و بیرونی به این معنا که ادراک افراد از توانایی خود برای فهم و شرکت در سیاست (کارآمدی سیاسی درونی) و ادراک افراد از توانایی خود برای تغییر در دنیای سیاست (کارآمدی سیاسی بیرونی)، تاثیر بسزایی در رفتار مشارکت در انتخابات آن‌ها دارد. (۲) تفاوت زیاد بین نامزدها به این معنا که هرچقدر این ادراک در رای‌دهندگان ایجاد شود که نامزدهای یک دوره از انتخابات تفاوت زیادی با یکدیگر دارند و در صورت رای‌آوردن هر کدام سرنوشت متفاوتی در انتظار کشور است، افراد بیشتری رای خواهند داد.

توصیه‌های سیاستی

مشارکت در انتخابات پیش از هر چیز یک تصمیم و رفتار است و از این حیث تنها در صورتی این راهکارها و ابتکارات موثر واقع می شوند که شناختی عمیق و مبتنی بر شواهد علمی از رفتار رای دهی بدست آمده و عوامل رفتاری و روانشناختی تاثیرگذار بر آن شناسایی شوند. گزارش حاضر تلاش کرد بر اساس آخرین و بروزترین شواهد علمی جهانی موجود در این حوزه، ضمن بیان محرک های رفتاری موثر بر رفتار رای‌دهی، راهکارهایی رفتاری برای افزایش نرخ مشارکت انتخاباتی در جامعهٔ ایران ارائه دهد. در اینجا و به عنوان جمع بندی ذکر دو نکته الزامی است: (۱) به‌دست آمدن نتیجهٔ متفاوت، در گرو ایجاد تفاوت در طراحی ها و فرایندها است و از این رو لازم است برای دست‌یابی به روند روبه رشد نرخ مشارکت، سطوح متفاوتی از مداخلات رفتاری و روان‌شناختی بر اساس یافته‌های این گزارش طراحی و اجرا شوند. (۲) اثرگذاری راهکارهای رفتاری در گرو تکرار آنها است. از این رو لازم است این مداخلات در بازه‌های مختلف و به‌صورت مکرر اجرا شوند.

پژوهشگران طرح: محمدحسن ابراهیم کنی، زینب آرمانیان، زینب سادات حسینی، فاطمه مروتی و عطیه آقامیری

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 عج، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

(۱) *American non-voters. The Knight Foundation.* (۲) Levin Fiorelli, I. (۲۰۱۲). *A New Approach to the Study of Political Participation* (Doctoral dissertation, California Institute of Technology). (۳) Carey, B. (۲۰۱۲). *Academic 'Dream Team' Helped Obama's Effort*. (٤) Gibbs, J., Tasche, T., & Taylor, C. (۲۰۲۱). *Boosting Student Voter Participation During a Pandemic.* (٥) Nyhuis, M., Gosselt, J. F., & Rosema, M. (۲۰۱٦). The psychology of electoral mobilization: a subtle priming experiment. *Journal of elections, public opinion and parties*, ۲٦(۳), ۲۹۳-۳۱۱.