

طراحی چارچوب پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل: ۲۰۷۶۰

کد موضوعی: ۳۵۰

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۳/۶



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

طراحی چارچوب پیوست خط مشی گذاری رفتاری

نوع گزارش: طرح ولایحه □، نظارتی □، راهبری ■، پیش نویس قانونی □

نام دفتر:

مطالعات حکمرانی (گروه الگوها و ابزارهای حکمرانی)

تهیه و تدوین کنندگان:

مهسا سلسبیل (گروه الگوها و ابزارهای حکمرانی)، فهیمه محمدی (گروه الگوها و ابزارهای حکمرانی)، حیدر نجفی رستاقی (گروه الگوها و ابزارهای حکمرانی)

مدیر مطالعه:

حیدر نجفی رستاقی

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز:

فهیمه غفرانی (دفتر مطالعات مدیریّت)، شهاب محمدی (دفتر مطالعات حقوقی)

اظهار نظر کنندگان خارج از مرکز:

دکتر محمد مهدی ذوالفقارزاده (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، دکتر علیرضا نفیسی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، خانم فاطمه مروتی (مرکز بینش‌های رفتاری ایران)

ناظر علمی:

مهدی عبدالحمید

گرافیک و صفحه آرایی:

سارا پیرولی
ساجده زارع مرزی

ویراستار ادبی:

مزگان کاظمی

واژه‌های کلیدی:

۱. خط مشی گذاری رفتاری

۲. پیوست

۳. تلنگر

۴. فراترکیب

۵. چارچوب

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۲/۱۰/۰۱



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. نمونه‌های جهانی طراحی پیوست رفتاری.....	۹
۳. روش پژوهش.....	۱۳
۴. طراحی چارچوب پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری.....	۱۳
۵. جمع‌بندی و پیشنهادها.....	۲۶
منابع و مآخذ.....	۲۸

فهرست جداول

جدول ۱. چارچوب اولجینیک‌زاک و همکاران.....	۱۰
جدول ۲. کدهای مستخرج از مرور ادبیات.....	۱۶
جدول ۳. پیوست رفتاری برای طراحی خط‌مشی / قانون.....	۱۷
جدول ۴. پیشنهاد توصیه سیاستی.....	۲۷

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. چارچوب ریسپانس.....	۱۰
شکل ۲. ماتریس برای چارچوب‌بندی موضوع خط‌مشی در شرایط رفتاری.....	۱۱
شکل ۳. مدل کام‌بی.....	۱۱
شکل ۴. مدل تغییر رفتار سازمان ملل متحد.....	۱۲
شکل ۵. مدل چرخ تغییر رفتار سازمان همکاری اقتصادی و توسعه.....	۱۳
شکل ۶. چارچوب طراحی خط‌مشی‌گذاری رفتاری.....	۱۴
شکل ۷. جانمایی بهره‌گیری از رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری در کنار سایر ابزارها مانند قانون.....	۱۴
شکل ۸. چارچوب خط‌مشی‌گذاری رفتاری.....	۲۰
شکل ۹. شرایط فقدان تحقق رویکرد رفتاری در قانون / خط‌مشی.....	۲۶



طراحی چارچوب پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری

چکیده



ورود علوم رفتاری به حوزه خط‌مشی‌گذاری در سال‌های اخیر تحولات مناسبی را در این حوزه رقم زده و دستاوردهای خوبی را با هزینه‌های کم ایجاد کرده است. دانش علم رفتاری با نشان دادن فقدان کفایت «انسان عقلایی» یا «انسان اقتصادی»، نگاه واقع‌بینانه‌تری از انسان را به خط‌مشی‌گذاران ارائه می‌کند و رویکردها و روش‌های مداخلاتی جدیدی را برای تغییر رفتارهای اجتماعی ارائه می‌کند. در بهره‌گیری از این رویکرد، سؤالاتی برای خط‌مشی‌گذاران وجود دارد؛ اینکه بهره‌گیری از روش‌های خط‌مشی‌گذاری رفتاری در چه زمان‌ها و چه مسائلی مناسب است و در صورت وجود دلایل کافی برای بهره‌گیری از این روش، با چه معیارهایی قابل تحقق است؟ در این گزارش دو چارچوب برای پاسخ به این سؤالات برای بهره‌گیری از خط‌مشی‌گذاری رفتاری ارائه شده است. در چارچوب اول، دو محور که عبارت‌اند از: ۱. جنس مسئله (از مسائل عمومی تا مسائلی که خصوصی هستند یا تلقی خصوصی از آنها وجود دارد) و ۲. نوع رابطه مردم با قانون و حاکمیت (میزان جامعه‌پذیری قانونی مردم در مسئله موردنظر)، چهار ربع را ایجاد می‌کنند که نحوه بهره‌گیری از رویکرد رفتاری در هریک از این شرایط مشخص شده است. در چارچوب دوم، چک‌لیستی فرایندی ارائه شده است که مشخص می‌کند خط‌مشی‌گذاری رفتاری با چه معیاری و با چه ابزارهایی محقق می‌شود. این معیارها در دسته‌های مختلف اصول حاکم بر خط‌مشی‌گذاری رفتاری، مخاطب‌شناسی و دسته‌بندی مخاطبین، طراحی مداخله و ابزارهای آن و بررسی نتایج مداخلات رفتاری ارائه شده است. این چارچوب به‌عنوان پیوست رفتاری قانونگذاری است و قانونگذاران می‌توانند در حین تدوین آن استفاده کنند و یا قانون تدوین شده را ارزیابی کنند.



■ بیان/شرح مسئله

امروزه ورود علوم رفتاری به ساحت خط‌مشی‌گذاری آورده‌های قابل توجهی را به‌همراه داشته است. علوم رفتاری در برابر رویکرد سنتی حاکم بر خط‌مشی‌گذاری که مبتنی بر فرض عقلایی بودن تصمیمات انسان است، رویکردی مبتنی بر شناختی کامل‌تر از واقعیت نحوه رفتار انسان ارائه داده است. در این رویکرد به هر دو سیستم تفکر سریع (و سطحی) و تفکر کند (و عمیق) در تصمیم‌گیری انسان که به‌ترتیب به‌صورت ناخودآگاه و عقلایی عمل می‌نمایند توجه شده و مداخلات رفتاری منطبق بر هر دو این سیستم‌ها طراحی می‌شود. استفاده از علوم رفتاری توانسته است بهره‌وری خط‌مشی‌ها را افزایش داده و نتایج بهتر با هزینه‌کرد کمتری را به‌همراه داشته باشد. در هنگام استفاده از علوم رفتاری در حوزه خط‌مشی‌گذاری دو مسئله حائز اهمیت است: اول آنکه آیا استفاده از علوم رفتاری در هر زمینه‌ای امکان‌پذیر است؟ استفاده از این علوم در چه مواردی نتایج بهتری را به‌همراه خواهد داشت؟ دوم آنکه در صورت توجیه‌پذیر بودن تعریف مداخلات رفتاری در رابطه با یک مسئله ابعادی که باید در تعریف این مداخلات به آنها توجه کرد کدام‌اند؟ یک خط‌مشی رفتاری الزاماً چه اصولی را باید دارا باشد؟ ابزارهایی که این رویکرد برای خط‌مشی‌گذاری ارائه می‌دهد چیست؟ و ارزیابی میزان اثربخشی این خط‌مشی‌ها به چه نحوی است؟ در این پژوهش تلاش شده است تا به این دو سؤال کلیدی پاسخ داده شود.

■ نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

در این پژوهش دو چارچوب برای پاسخ به سؤالاتی که پیشتر گفته شد ارائه شده است. چارچوب اول در راستای تعیین زمان مناسب جهت استفاده از خط‌مشی‌های رفتاری است. براساس بررسی‌های صورت گرفته دو مؤلفه برای تعیین مناسب بودن استفاده از رویکردهای رفتاری باید مورد توجه قرار گیرد: ۱. جنس مسئله به‌لحاظ آنکه مردم از آن تلقی عمومی و یا شخصی دارند، ۲. جامعه‌پذیری قانونی مردم یا به‌عبارتی نگرش مردم نسبت به قانون و میزان همراهی ایشان با قوانین و مجریان قانونی در مسئله مدنظر.

به‌طور کلی می‌توان گفت که هرچه مسئله‌ای عمومی‌تر محسوب شود می‌توان بر حل آن مسئله با استفاده از رویکردهای قانونی تمرکز نمود و زمانی که تلقی مردم از مسئله‌ای آن است که امری شخصی است و قانونگذاری در آن حوزه می‌تواند نارضایتی مردم را به‌همراه داشته باشد می‌توان بیشتر مبتنی بر رویکرد رفتاری جلو رفت و از این طریق در راستای بهبود مسئله تلاش نمود ضمن آن که از بروز چالش نیز اجتناب کرد. ازسوی دیگر هرچه قانون‌پذیری مردم بیشتر باشد و ایشان نگاه مثبت‌تری به قانون داشته باشند بیشتر می‌توان بر رویکردهای مبتنی بر قانون تمرکز نمود و در صورتی که جامعه‌پذیری قانونی مردم پایین باشد؛ بهتر است رویکردهای رفتاری در راستای حل مسئله استفاده کرد. براساس این دو مؤلفه چهار حالت ایجاد می‌شود که پیشنهادهای ناظر به هر حالت به‌شرح زیر است:

- ✓ **جامعه‌پذیری قانونی بالا و مسئله عمومی:** امکان‌پذیر بودن استفاده از رویکردهای قانونی،
- ✓ **جامعه‌پذیری قانونی بالا و مسئله خصوصی:** استفاده از رویکردهای قانونی و رفتاری به‌صورت ترکیبی با غلبه رویکرد قانونی،
- ✓ **جامعه‌پذیری قانونی پایین و مسئله عمومی:** استفاده از رویکردهای قانونی و رفتاری به‌صورت ترکیبی با غلبه رویکرد رفتاری،
- ✓ **جامعه‌پذیری قانونی پایین و مسئله خصوصی:** ترجیح بر استفاده از رویکرد رفتاری.^۱

در صورتی که مبتنی بر چارچوب قبلی مشخص شود که امکان استفاده از رویکرد رفتاری برای مسئله مدنظر وجود دارد، در مرحله بعد باید به ابعادی که رعایت آنها الزامی است توجه نمود. ضمن آنکه از میان ابزارهای در دسترس برای رویکرد رفتاری گزینه‌های مناسب را انتخاب کرد. در این راستا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای مؤلفه‌های مرتبط استخراج و با روش تحلیل محتوا داده‌ها تحلیل شده و چارچوبی طراحی گردید؛ پس از آن با استفاده از پنل خبرگان چارچوب ارزیابی شده و نهایی شد. چارچوب مستخرج در این مرحله شامل چهار بخش است که عبارت‌اند از: اصول حاکم بر خط‌مشی‌گذاری رفتاری، شناسایی و

۱. گفتنی است که در این گزارش به سایر ابزارها مانند ابزارهای اقتصادی و تنظیم‌گیری و ابزارهایی از این دست پرداخته نشده و جایابی بهره‌گیری از این ابزارها به متخصصان امر واگذار شده است.



گروه‌بندی مخاطبان و ذی‌نفعان، طراحی مداخله و بررسی نتایج. در هر چهار بخش معیارهای مربوطه و نحوه بهره‌گیری آنها در امر قانونگذاری (تدوین قانون و ارزیابی قانون تدوین شده) مشخص شده است.

■ پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

چارچوب ارائه شده در این گزارش می‌تواند به‌عنوان راهنمایی در راستای استفاده از رویکردهای رفتاری در امر خط‌مشی‌گذاری و به‌خصوص قانونگذاری استفاده شود.

بر مبنای اصول اساسی رویکرد رفتاری در امر خط‌مشی‌گذاری باید توجه کرد که حتی‌الامکان از محدود کردن انتخاب‌های مردم خودداری شده و در عوض از ابزارهایی که حوزه معماری انتخاب ارائه می‌دهد، استفاده کرد. در این صورت احساس ناراضی و اجبار از جانب مردم به حداقل می‌رسد.

۱. مقدمه

علوم رفتاری با بهره‌گیری از اصول روان‌شناسی، علوم شناختی و اقتصاد تلاش می‌کنند تا مبنای داده‌محور برای وضع قوانین و خط‌مشی‌های مؤثر ایجاد کنند. بینش رفتاری^۱ در سال ۲۰۱۰ به حوزه خط‌مشی عمومی وارد شد و از آن زمان، نقش مهمی در گسترش استفاده از شواهد برای تصمیم‌گیری‌های سیاستی ایفا کرده است. بینش‌های رفتاری مبتنی بر داده‌های تجربی مفروضات مربوط به رفتار انسان را به چالش می‌کشد و نشان می‌دهد که اعمال و تصمیم‌گیری افراد همیشه «عقلایی»^۲ یا «منطقی» نیست [۱]. ورود علوم رفتاری به ساحت خط‌مشی‌گذاری موجب افزایش بازدهی خط‌مشی‌های بخش عمومی و تسهیل ایجاد رفتارهای متناسب با نیازهای جامعه در شهروندان شده است. نهادهای بینش رفتاری در سراسر جهان به‌عنوان نقش‌آفرینان این عرصه شناخته شده و از علوم رفتاری در راستای بهبود نقش‌های حاکمیت استفاده می‌کنند، این نهادها در سطوح مختلف حاکمیت و نهادهای ملی و بین‌المللی فعال بوده و مداخلات بسیاری را با نتایج رضایت‌بخش به انجام رسانده‌اند [۲]. مبنای اعمال مداخلات رفتاری در خط‌مشی‌های حاکمیتی قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه^۳ است، بدین معنا که حکومت تلاش می‌کند ضمن آنکه به آزادی انتخاب فرد احترام می‌گذارد و انتخاب او را محدود نمی‌کند، اقدام به انجام مداخلاتی نماید که شهروندان با اختیار خود انتخاب‌هایی داشته باشند که منطبق بر منافع خود ایشان و جامعه است. بررسی‌ها نشان داده است که تصمیم‌گیری انسان همواره مبتنی بر تعقل و به‌صورت آگاهانه نیست و انسان در فرایند تصمیم‌گیری در معرض خطاهای ادراکی و شناختی است [۳]. اساساً انسان دارای دو سیستم تصمیم‌گیری است: سیستم تصمیم‌گیری ۱ که به‌صورت خودکار، سریع و بدون فعالیت ذهنی قابل توجه عمل می‌نماید و سیستم فکری ۲ که به‌صورت آگاهانه، همراه با انجام تحلیل و منطقی تصمیم‌گیری می‌نماید [۴] [۱۰]. غالب تصمیم‌های انسان در طول روز از طریق سیستم فکری ۱ گرفته می‌شود [۷] [۱۰]. این درحالی است که خط‌مشی‌گذاری سنتی، مبتنی بر سیستم فکری ۲ که سیستمی آگاهانه است، بنا نهاده شده است؛ لذا حاکمیت باید برای شکل‌دهی به تصمیم‌های غیر آگاهانه - که البته در محدوده اختیارات حاکمیت محسوب می‌شود - ورود نماید [۱۰]. طراحی خط‌مشی با رویکرد رفتاری می‌تواند تأثیر زیادی بر افزایش اثربخشی نتایج داشته باشد. در دهه گذشته مقامات دولتی در پی آن بوده‌اند تا میزان اثرگذاری این رویکرد را بسنجند و با مشخص شدن موفقیت‌آمیز بودن آن، امروزه بسیاری از کشورها در حال پیاده‌سازی و استفاده از این

1. Behavioral Insight
2. Rational
3. Libertarian Paternalism

رویکرد هستند [۱]. خط‌مشی‌گذاری رفتاری تلاش می‌نماید تا با استفاده از ابزارهایی مانند تلنگر، ساده‌سازی، یادآوری و ... در راستای بهبود رفتارهای شهروندان عمل کند. این خط‌مشی‌ها در عرصه‌های گوناگونی مانند افزایش وصول مالیات شهروندان، افزایش عایق‌بندی زیرشیروانی‌ها، حل مشکل چاقی، کاهش سوانح رانندگی، افزایش اهدای عضو، افزایش رفتار بازیافت شهروندان و ... پیاده‌سازی گردیده و نتایج قابل قبولی را به همراه داشته است [۲]. در مجموع مزایای خط‌مشی‌گذاری رفتاری شامل موارد زیر است:

رفع مشکل نادیده گرفتن فرایندهای غیرارادی انسان در خط‌مشی‌گذاری سنتی و توجه به هر دو سیستم تصمیم‌گیری ۱ و ۲ در رویکرد رفتاری [۷]، ایفای نقش به‌عنوان مکمل خط‌مشی‌گذاری سنتی [۷] [۱۱] [۱۲]، توانایی اثرگذاری بر طیف وسیعی از مخاطبین [۷]، رویکرد جایگزین فشار و اجبار [۱۳]، هزینه کم مداخلات [۱۴]، انعطاف بالای رویکرد رفتاری برای خط‌مشی‌گذاری [۱۴].

آنچه در استفاده از مداخلات رفتاری در خط‌مشی‌های دولت اهمیت می‌یابد وجود یک راهنما و الگو برای تشخیص حوزه‌های مناسب جهت بهره‌گیری از بینش‌های رفتاری در خط‌مشی‌گذاری است؛ به‌طوری‌که مشخص کند استفاده از بینش‌های رفتاری در چه زمان‌ها و در چه مسائل و حوزه‌هایی قابل قبول است و در صورت مناسب بودن استفاده از علوم رفتاری در حوزه مدنظر، با چه شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی می‌توان یک خط‌مشی رفتاری را طراحی کرد. در این گزارش این خلأ پژوهشی مورد توجه قرار گرفته و تلاش شده است تا به این مسائل در قالب ارائه «چارچوب پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری» پاسخ داده شود؛ به‌گونه‌ای که این چارچوب بتواند به‌عنوان یک همراه و راهنما و به‌عنوان یک پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری توسط قانونگذاران و خط‌مشی‌گذاران مورد استفاده قرار گیرد.

۲. نمونه‌های جهانی طراحی پیوست رفتاری

در این بخش تلاش می‌شود تا به برخی چارچوب‌ها که پیشتر در حوزه بینش‌های رفتاری و برای استفاده هرچه بهتر از این علوم ارائه گردیده است اشاره شود.

۲-۱. چارچوب ریسپانس^۱

چارچوب ریسپانس برای راهنمایی کارکنان در راستای بهینه‌سازی ارتباط با ارباب رجوع ارائه شده است. در فرایند برقراری ارتباط با مردم علاوه بر آنکه پیام باید به دست مردم برسد باید بر آنها تأثیر گذاشته و تغییر رفتار ایجاد کند. علوم رفتاری در اینجا به کار می‌آید و در شکل‌دهی درک صحیح نسبت به نحوه تفکر و رفتار مردم نقش‌آفرینی می‌نماید، با استفاده از این شناخت بهتر، می‌توان ارتباط با مخاطبان را به‌نحوی طراحی نمود که تأثیرگذاری بر رفتار مردم با نتیجه‌بخشی بیشتر صورت گیرد. نام ریسپانس مبتنی بر سرواژه هشت بخش چک‌لیست است که شامل دریافت‌کننده،^۲ اثر،^۳ فرستنده،^۴ نقاط ضعف (درد)،^۵ فرصت‌ها،^۶ تلنگر،^۷ عواقب ناخواسته (سرزیرها)^۸ و ارزیابی^۹ است [۱۵].

1. Response
2. Recipient
3. Effect
4. Sender
5. Pain Points
6. Opportunities
7. Nudge
8. Spillovers
9. Evaluate



شکل ۱. چارچوب ریسپانس

گیرنده مخاطب هدف کیست؟
تأثیر واکنش مورد نظر چیست؟
فرستنده بهترین رسانگر (کانال) چیست و بهترین پیام رسان کیست؟
نقاط ضعف چه موانعی برای رسیدن به هدف مورد نظر وجود دارد؟
فرصت‌ها چه چیزهایی را می‌توانیم تغییر بدهیم؟ کجا میتوان برای شکستن موانع مداخله کنیم؟
تلنگر از کدام بیش رفتاری می‌توانیم برای طراحی ارتباطات استفاده کنیم؟
عواقب آیا ممکن است عواقب ناخواسته‌ای به وجود بیاید؟
ارزیابی چگونه ارتباطات برای اثبات کارایی آنها آزمایش می‌شوند؟

۲-۲. چارچوب اولجینیکزاک^۱ و همکاران

در پژوهشی که توسط اولجینیکزاک و همکارانش صورت گرفت؛ چارچوبی برای طراحان خطمشی در راستای استفاده از علوم رفتاری ارائه گردید. در چارچوب اولیه ارائه شده به حل مسئله خطمشی به‌عنوان آزمون یک فرضیه رفتاری نگاه می‌گردید. در این چارچوب فرایند حل مسئله در چهار گام ۱. چارچوب‌بندی، ۲. فرضیه‌سازی در رابطه با مشکلاتی که مانع کار می‌شوند، ۳. فرضیه‌سازی در رابطه با نحوه مداخله و ۴. اثرها تصویر شده است که این موارد در جدول ۱ قابل مشاهده است. ذیل مبحث کادربندی^۲ ماتریسی برای دسته‌بندی مسئله مورد بررسی ارائه شده که رفتارهای متناظر با مسئله را به چهار دسته ۱. رفتارهای جمعی که یک‌بار صورت می‌گیرد، ۲. رفتارهای جمعی که تکرار می‌شود، ۳. رفتارهای فردی که یک‌بار صورت می‌گیرد و ۴. رفتارهای فردی که تکرار می‌شود، تقسیم‌بندی نموده و شکل ۲ نشان‌دهنده این دسته‌بندی است [۱۶].

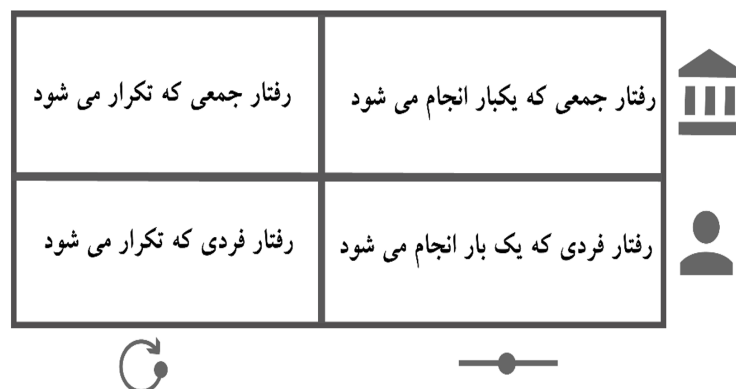
جدول ۱. چارچوب اولجینیکزاک و همکاران [۱۶]

مؤلفه	چارچوب‌بندی	فرضیه‌سازی در رابطه با مشکلات مانع‌ساز	فرضیه‌سازی در رابطه با نحوه مداخله	آثار
هدف	چارچوب‌بندی مسئله با توجه به رفتار مخاطبین خطمشی	فرضیه‌سازی در رابطه با مشکلاتی که مانع کار می‌شوند.	فرضیه‌سازی درباره نحوه مداخله	مقیاس‌گذاری برای اندازه‌گیری تغییرات و میزان موفقیت
سؤال راهنما	چه کسی؟ چه زمانی؟ رفتار نادرست مدنظر چیست؟	چرا رفتار نادرست را انجام می‌دهند؟	چه چیزهایی زمینه را برای بروز رفتار صحیح مدنظر فراهم می‌کنند؟	تغییر مثبت مدنظر ما چیست؟

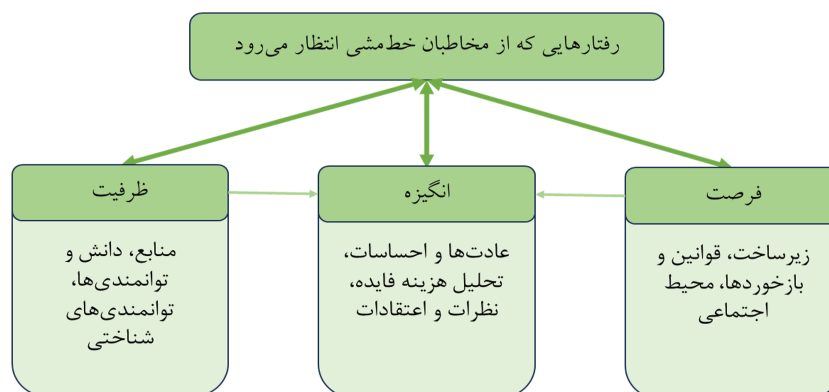
1. Olejniczak
2. Framing

مؤلفه	چارچوب‌بندی	فرضیه‌سازی در رابطه با مشکلات مانع‌ساز	فرضیه‌سازی در رابطه با نحوه مداخله	آثار
ابزار طراحی	ماتریس رفتاری: رفتار فردی و یا جمعی که ممکن است یکبار صورت بگیرد یا به صورت تکرار شونده باشد (شکل ۲).	مدل کام‌بی: ^۱ شکاف میان ظرفیت، فرصت و انگیزه (شکل ۳)	گونه‌شناسی ابزار خطمشی: مجهزسازی، ممانعت، انگیزه‌بخشی/ ناامید کردن، آگاه‌سازی، کمک به پیشرفت، تلنگر	هدف‌گذاری اسمارت: ^۲ مشخص، سنجش‌پذیر، قابل دسترسی، مناسب، دارای محدودیت زمانی
آنچه در این مرحله به آن می‌پردازیم	مفروض دانستن آنکه رفتارهای یک گروه خاص در خطمشی موردنظر اهمیت قابل توجه دارد.	بررسی کنیم که آیا محدودیت‌هایی وجود دارد که مانع آن شود تا مخاطب رفتار مدنظر ما را انجام دهد یا خیر.	با حذف موانع شناسایی شده در مرحله قبل با استفاده از ابزار منتخب خطمشی می‌توان مسیر رسیدن به رفتار مطلوب را هموار نمود.	در پایان، مخاطب موردنظر منطبق بر رفتار مطلوب عمل می‌نماید و این امر موجب بهبود خطمشی می‌شود.

شکل ۲. ماتریس برای چارچوب‌بندی موضوع خطمشی در شرایط رفتاری [۱۶]



شکل ۳. مدل کام‌بی [۱۶]



1. COM-B

2. SMART Goals: Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-Bound

۳-۲. چارچوب سازمان ملل متحد

سازمان ملل متحد نیز یک چارچوب رفتاری ارائه داده است که هدف از طراحی آن استفاده از مداخلات بینش رفتاری برای ایجاد تغییر در خانواده‌ها و جوامع به‌منظور تقسیم برابر کار میان زنان و مردان است. کاربران اصلی این چارچوب کارکنان سازمان ملل هستند که اجرای خط‌مشی‌های این سازمان را در کشورهای مختلف مثل هند و... به‌عهده دارند و مایل به ایجاد برنامه‌های جدید اجتماعی و تغییر رفتار هستند. این چارچوب راهنمایی در مورد تمام مراحل مورد نیاز برای طراحی و اجرای مداخلات بینش رفتاری ارائه می‌دهد. در بخشی از گزارش ارائه شده توسط این نهاد به مدل چرخ تغییر رفتار^۱ اشاره شده است که براساس آن یک رفتار تنها زمانی رخ می‌دهد که فرد توانایی و فرصت انجام آن رفتار را داشته باشد و برای آن رفتار بیشتر از سایر رفتارها انگیزه داشته باشد، ذیل هر مورد نیز به جزئیات مرتبط پرداخته شده است. مدل چرخ تغییر رفتار در شکل ۴ نشان داده شده است [۱۷].

شکل ۴. مدل تغییر رفتار سازمان ملل متحد [۱۷]

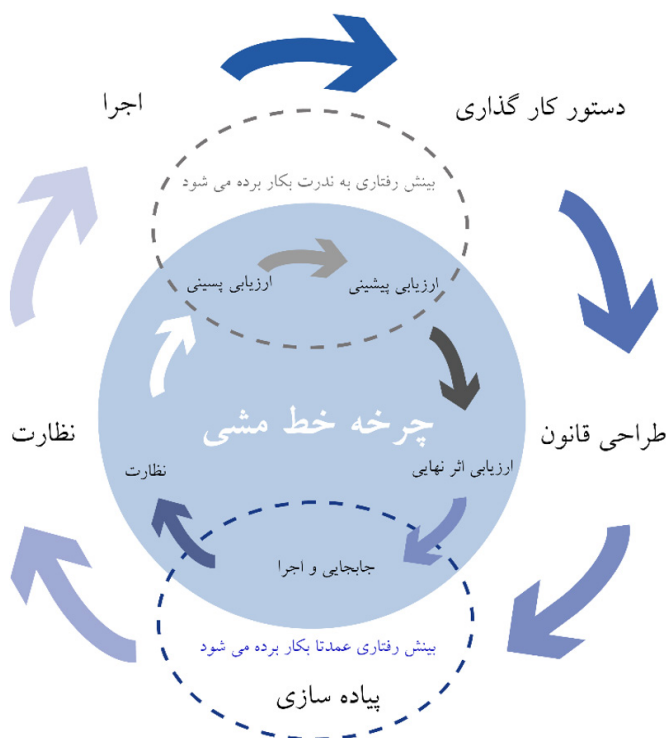


۴-۲. مدل چرخ تغییر رفتار

در گزارشی که سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۲ در رابطه با بینش‌های رفتاری و خط‌مشی عمومی منتشر نموده است به این امر که بینش‌های رفتاری در کدام بخش چرخه خط‌مشی استفاده می‌شود اشاره شده است. به‌نظر می‌رسد که بینش‌های رفتاری در آخرین مرحله طراحی خط‌مشی و مقررات استفاده می‌شود. در این مرحله معمولاً خط‌مشی در جای مناسب خود است و بینش‌های رفتاری می‌تواند به بهبود اجرای آن کمک نماید. بینش‌های رفتاری به ارتقای اثربخشی خط‌مشی کمک نموده و خلأ اجرایی‌سازی آن را پر می‌نمایند. همچنین بینش‌های رفتاری در پایان چرخه خط‌مشی برای ارزیابی اثربخشی پیاده‌سازی خط‌مشی استفاده می‌شوند. گام دیگری نیز وجود دارد که بینش‌های رفتاری می‌توانند در آن مورد استفاده قرار بگیرند و آن کمک به فهمیدن آن است که چه مواردی می‌تواند در پیاده‌سازی خط‌مشی مؤثر و چه مواردی نمی‌تواند مؤثر باشد. این امر می‌تواند اطلاعات مورد نیاز برای ایجاد یک طراحی اولیه خط‌مشی را ارائه نماید. اطلاعات به‌دست آمده از طریق پیمایش‌ها و استفاده کاربران از خدمات پیشین می‌تواند دستیابی به هدف مدنظر را مقدور نماید [۱۸]. این مدل در شکل ۵ نشان داده شده است.

1. Behavioural Change Wheel Model
2. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

شکل ۵. مدل چرخ تغییر رفتار سازمان همکاری اقتصادی و توسعه [۱۸]



۳. روش پژوهش

در این پژوهش در ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای تمام مؤلفه‌های مربوط به خط‌مشی‌گذاری رفتاری احصا شده است. سپس با استفاده از روش تحلیل محتوا، داده‌ها تحلیل شده و چارچوب‌های پیشنهادی برای کاربری علوم رفتاری در حوزه خط‌مشی‌گذاری طراحی شده‌اند. در نهایت با استفاده از پنل خبرگان، چارچوب‌ها مورد بررسی قرار گرفته و نظرات خبرگان دریافت شده و چارچوب‌ها نهایی شده‌اند.

۴. طراحی چارچوب پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری

یکی از سؤالاتی که در رابطه با خط‌مشی‌گذاری رفتاری به وجود می‌آید، این است که چه زمانی باید به رویکردهای رفتاری در فضای خط‌مشی‌گذاری روی آورد. در چارچوب اول به این سؤال پاسخ داده می‌شود. سؤال دومی که وجود دارد این است که با چه معیارهایی خط‌مشی‌گذاری رفتاری محقق می‌شود؛ به عبارت دیگر خط‌مشی‌گذاران برای وارد کردن بینش‌های رفتاری به حوزه خط‌مشی‌گذاری و قانونگذاری باید به چه مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی توجه کنند؟

۴-۱. چارچوب اول: زمان بهره‌گیری از رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری

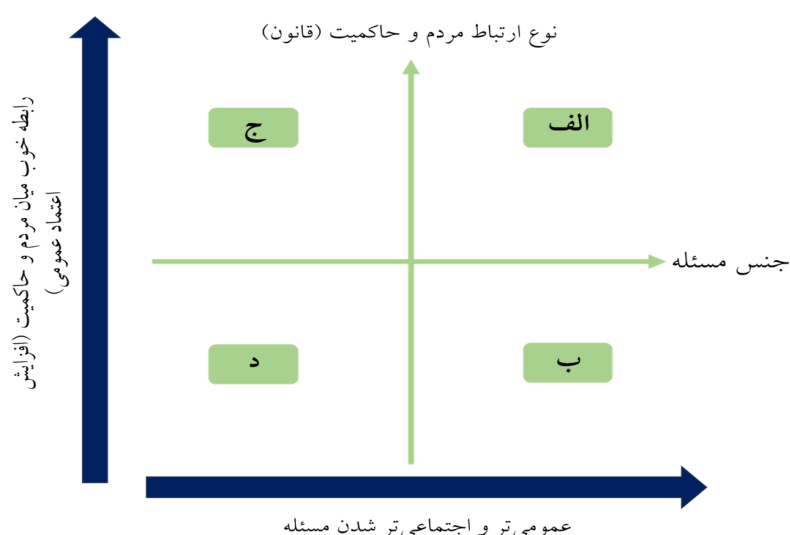
این چارچوب به دنبال آن است که مشخص کند رویکردهای رفتاری باید در چه زمانی و در چه ترکیبی، با رویکردهای دیگر مورد استفاده قرار گیرند.

برای پاسخ به این سؤال دو محور طراحی شده است (شکل ۶ و ۷). محور افقی مربوط به جنس مسئله و محور عمودی مربوط به نوع



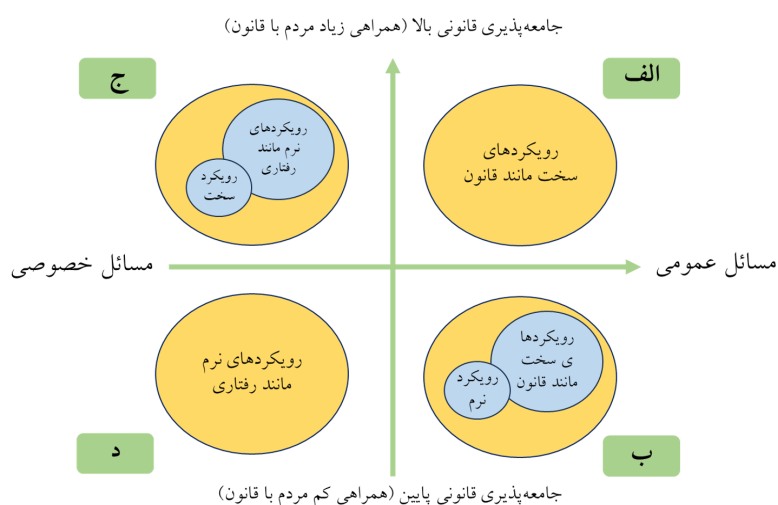
ارتباط مردم با قانون و حاکمیت و به عبارتی جامعه‌پذیری قانونی^۱ است. جامعه‌پذیری قانونی به نحوه نگرش و باورهای مردم در زمینه قانون و مجریان قانون اشاره دارد [۱۹] و هرچه نگرش مردم به قانون و مجریان قانون مثبت باشد، جامعه‌پذیری قانونی بالا و هرچه نگرش مردم به قانون و مجریان قانون منفی و تبعیت مردم از قانون کم باشد به معنای جامعه‌پذیری قانونی پایین است [۲۰]. مسئله عمومی، مسئله‌ای که مربوط به اجتماعات انسانی است؛ ولی مسائل شخصی مسائلی هستند که از نظر مردم مربوط به شخص ایشان است و دارای وجه عمومی نیست و لذا ممکن است ورود حاکمیت به این حوزه از نظر مردم دارای توجیه نباشد. تقاطع این دو محور چهار فضا را برای خط‌مشی‌گذاران ایجاد می‌کند که در هر کدام از آنها ترکیب استفاده از رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری را در کنار رویکردهای دیگر مشخص می‌کند.

شکل ۶. چارچوب طراحی خط‌مشی‌گذاری رفتاری



مأخذ: یافته‌های پژوهش.

شکل ۷. جانمایی بهره‌گیری از رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری در کنار سایر ابزارها مانند قانون



مأخذ: همان.

منطقه الف) فضایی را برای خط‌مشی‌گذار تصویر می‌کند که در آن جنس مسئله عمومی و نوع ارتباط مردم با قانون و حاکمیت در آن جنس مسئله، در فضای مثبتی قرار دارد؛ به این صورت که پذیرش قانون از طرف مردم در سطح بالایی قرار دارد. به‌عنوان مثال، می‌توان به فضای اجتماعی ایران در مورد قوانین اجتماعی مختلف در سال‌های پیش اشاره کرد. البته در این سطح نیز می‌توان از رویکردهای نرم مانند رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری استفاده کرد. ولی در مجموع به‌دلیل شرایط اجتماعی و ارتباط مردم با قوانین و حاکمیت، رویکردهای سخت مانند قانون می‌تواند کافی باشد.

منطقه ب) منطقه‌ای است که در آن **نوع مسائل**، عمومی ولی جامعه‌پذیری قانونی مردم پایین است و هرچه به سمت پایین محور عمودی حرکت می‌شود، میزان جامعه‌پذیری کمتر خواهد شد. در این منطقه با توجه به شرایط و ارتباط مردم با حاکمیت، استفاده صرف از رویکردهای سخت مانند قانون‌گذاری کافی نیست و باید از رویکردهای نرم مانند خط‌مشی‌گذاری رفتاری در این شرایط در کنار سایر ابزارها استفاده کرد. مسئله‌ای که به‌صورت مثال می‌توان عنوان کرد مسئله امنیت جاده‌ای و رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی توسط مردم است. نکته مهم در این فضا و منطقه ب، این است که رویکردهای نرم و سخت می‌توانند با هم ادغام شوند و از آورده‌های رویکردهای نرم در فضای رویکردهای سخت استفاده کرد.

منطقه ج) این منطقه در فضای سمت چپ چارچوب قرار دارد و در منطقه مسائل خصوصی قرار می‌گیرد. به‌طور دقیق‌تر می‌توان گفت مسائلی که تلقی مردم از آنها فردی و شخصی است و به‌نظرشان حاکمیت نباید در آنها دخالت کند. هرچه حاکمیت به حوزه مسائلی وارد شود که تلقی فردی از آنها وجود دارد، وزن استفاده از خط‌مشی‌گذاری رفتاری افزایش می‌یابد. در صورتی که جامعه‌پذیری قانونی بالا باشد، می‌توان از ترکیب رویکرد سخت (مانند قانون) در کنار رویکرد نرم (مانند رفتاری) بهره برد. مثالی که می‌توان برای این بخش بیان کرد، بحث سلامت جسمی و به‌طور خاص مسئله چاقی است. در عین اینکه چاقی مسئله فردی تلقی می‌شود، در عین حال هزینه‌های فراوانی را در نظام سلامت برای حاکمیت ایجاد می‌کند و این مسئله از طرف عمده حاکمیت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد.

منطقه د) فضایی است که در آن تلقی مردم از مسئله خصوصی و هم جامعه‌پذیری قانونی در آن مسئله خاص پایین است. در این شرایط رویکرد غالب، خط‌مشی‌گذاری رفتاری و استفاده از رویکردهای نرم است و مطلوب آن است که حاکمیت از رویکردهای رفتاری و بدون اجبار در این زمینه بهره ببرد.

نکته مهمی که در توجه به شکل ۶ وجود دارد این است که امکان استفاده از بینش‌های رفتاری در خود قانون نیز (مانند مناطق ب و ج) وجود دارد و چه در مرحله تدوین، چه اجرا و چه ارزیابی قانون می‌توان از دانش رفتاری بهره برد در ادامه این چارچوب و نحوه استفاده از بینش‌های رفتاری در قانون به‌عنوان پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری ارائه می‌شود.

۴-۲. چارچوب دوم: پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری

پس از مشخص شدن جایگاه استفاده از رویکردهای رفتاری در خط‌مشی‌گذاری عمومی، نوبت به این سؤال می‌رسد که با چه معیارها و مؤلفه‌هایی باید به سراغ طراحی خط‌مشی و قانون رفتاری رفت؛ به‌عبارت دیگر پیوست خط‌مشی‌گذاری رفتاری به چه صورت است؟ بدین‌منظور با استفاده از روش تحلیل محتوا، منابع مختلف بررسی شده و کدگذاری شده‌اند. جدول ۲ نشان‌دهنده کدهای اولیه، مضامین فرعی و مضامین اصلی حاصل از مرور منابع و مدل‌های خط‌مشی‌گذاری رفتاری است.

۴-۲-۱. جدول کدگذاری (مضامین اصلی، فرعی و کدهای اولیه) حاصل از تحلیل محتوا

جدول زیر نشان‌دهنده کدگذاری صورت پذیرفته با توجه به مرور ادبیات است. همچنین نتایج کدگذاری به‌صورت تصویری در شکل ۸ آورده شده است.

جدول ۲. کدهای مستخرج از مرور ادبیات

مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدهای اولیه
اصول حاکم بر خطمشی‌گذاری رفتاری	حفظ آزادی و اختیار افراد برای انتخاب گزینه‌های بدیل [۷] [۸] [۱۰] [۱۳]	حفظ آزادی افراد برای انتخاب گزینه‌های بدیل [۱۱] [۱۲]، فقدان الزام به افراد برای انجام هرگونه فعالیتی [۱۱] [۱۲]، اجتناب از مجازات‌های مالی برای اجرای خطمشی [۱۱] [۱۲]، اجتناب از پدیده تنگ کردن عرصه [۱۱] [۱۲]، انجام رفتار خوب به انتخاب خود مردم [۱۰]
	قیمت‌مآبی [۱۰] [۱۲]،	سرپرستی و هدایت مردم بدون زور و اجبار [۱۰]، خیرخواهی حاکمیت
	توجه به بعد اخلاقی	توجه به بعد اخلاقی [۱۱] [۱۲] [۱۴]، توجه به استقلال، کرامت، آزادی انتخاب و حریم خصوصی افراد [۲۱]، رعایت عدالت در توزیع و بازتوزیع [۲۱]
	کم‌هزینه بودن مداخلات [۸، ۷]	مداخلات کم‌هزینه در رویکرد خطمشی‌گذاری رفتاری [۷] [۸]
شناسایی و گروه‌بندی مخاطب ^۱ و ذی‌نفعان	شناسایی	شناسایی ویژگی‌های جمعیت شناختی [۱۵]، شناسایی گروه‌های هدف در طراحی خطمشی به صورت سیستمی [۷] [۸]، شناسایی موارد ایجادکننده اصطکاک و موانع عملی مسیر رفتار [۷] [۱۵]، شناسایی سطح درگیری ذهنی فعلی مخاطبان [۱۱] [۱۲]، شناسایی انحرافات و موانع تصمیم‌گیری عقلایی [۱۱] [۱۲]، تحلیل فرایند تصمیم‌گیری [۱۱] [۱۲]، شناسایی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر تصمیم‌گیری [۱۱] [۱۲]، آگاهی داشتن از ادراک عمومی در مورد مداخلات تلنگر [۱۱] [۱۲]، شناسایی انگیزه‌های فردی و توجه به نقش متفاوت مشوق‌های اقتصادی و غیراقتصادی در اثرگذاری بر رفتار مردم [۱۲]
	گروه‌بندی جامعه هدف مبتنی‌بر ویژگی‌های رفتاری	استخراج گروه‌بندی جامعه هدف مبتنی‌بر ویژگی‌های رفتاری، موانع عملی رفتار، عوامل زمینه‌ای مؤثر [۷]
	آگاهی داشتن از ترجیحات ذی‌نفعان خطمشی	توجه به ترجیحات اجتماعی در طراحی سازوکارهای تشویقی [۱۱] [۱۲]، توجه به ویژگی‌های رفتاری خاص ذی‌نفعان مختلف [۱۱] [۱۲]
طراحی مداخله	ابزارهای تغییر رفتار	تغییر بافتار به جای تغییر ذهنیت [۷]، چارچوب ماینداسپیس (استفاده از پیام‌رسان مناسب، استفاده از مشوق‌ها، تغییر و بهبود هنجارها، تنظیم رفتار خوب به‌عنوان گزینه پیش‌فرض، ایجاد برجستگی در پیام، پیش‌زمینه‌سازی ذهنی، تحریک احساسات، اخذ تعهدات داوطلبانه، ایجاد عزت‌نفس) ^۲ [۴] [۷] [۱۰] [۱۵]، ایجاد تعهد عمومی در مردم [۷]، ایجاد قراردادهای اجتماعی میان دولت و شهروندان [۱۱] [۱۲]، تلنگر زنی [۱۰] [۱۳] [۱۵]، معماری انتخاب [۸] [۱۰] [۱۳]، استفاده از هنجارها [۱۱] [۱۳] [۲۴]، یادآوری‌ها [۱۳]، تصویرسازی [۱۳]، برجسته‌سازی [۲۵]، استفاده از مقامات محلی [۱۴]، هدایای غیرمالی [۲۴]، پویش ملی [۱۲]، برانگیختن از طریق علائق شخصی، انصاف، نوع‌دوستی، عمل متقابل، همدلی، همدردی، اعتماد، گناه، شرم، اخلاقیات، بیزاری، میهن‌پرستی، هنجارهای اجتماعی، و عادات اجتماعی [۸] [۱۱] [۱۲]، ارسال محتوای مناسب از طریق پیام‌رسان مناسب [۱۱] [۱۲]، استفاده از مشوق‌های درونی و غیرمادی [۸]، ابزارهای زبانی [۸]، استفاده از هم‌نشینان و گروه مرجع [۸] [۱۰]، نشان دادن تأثیر عمل به مخاطب [۷]، استفاده از میان‌برهای ذهنی افراد [۸] [۱۱]، شخصی‌سازی [۱۳]، توجه به اصول ساده‌سازی، جذاب‌سازی و به‌موقع بودن در طراحی خطمشی [۷] [۸] [۲۲] [۲۳]

۱. بخش‌بندی گرایش‌های افراد تحت مداخله این امکان را ایجاد می‌نماید تا تغییر رفتار برای بخش‌های مختلف جمعیت به‌گونه‌ای طراحی شود که برای ایشان جذاب باشد.
2. Mindspace

۳. برجسته نمودن برخی بخش‌های متن و استفاده از رنگ‌ها از جمله مواردی است که می‌تواند به انتقال انتقال بهتر پیام کمک نماید.

مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدهای اولیه
بررسی نتایج و یادگیری مستمر	انجام ارزیابی پیشینی	در اختیار داشتن متخصصان خط‌مشی‌گذاری شواهد محور و متخصصان خط‌مشی‌گذاری رفتاری [۱۱] [۱۲]، انجام ارزیابی پیشینی برای سنجش اثر [۷]، لزوم وجود شواهد کافی برای خط‌مشی [۷] [۸] [۱۳] [۱۴]، بهره‌گیری از روش‌های خبرگان، میدانی یا آزمایشگاهی برای سنجش اثر [۱۱] [۱۳]
	طراحی حلقه بازخورد	ایجاد حلقه‌های بازخورد برای آگاهی‌بخشی و به‌روزرسانی تلنگرزنده‌ها [۱۰] [۱۲].

مأخذ: یافته‌های پژوهش.

۲-۲-۴. پیوست رفتاری قانون

یکی از کارکردهای اصلی قانون، هدایت رفتار انسان است؛ باین‌حال قوانین عمدتاً بر شهود صرف در مورد رفتار انسان برای هدایت تصمیم‌های آنها متکی است. تحقیق‌ها نشان می‌دهد که شهود، اگرچه ضروری، اغلب مفید و گاهی دقیق است، اما مستعد خطای سیستماتیک است. علم رفتاری بر این نکته تأکید می‌کند که انسان‌ها منابع شناختی محدودی دارند و به‌شدت تحت‌تأثیر عاطفه و انگیزه هستند؛ یعنی دارای «عقلانیت محدود»^۱ هستند و به‌شدت به نشانه‌های موقعیتی^۲ برای هدایت تصمیم‌های خود متکی هستند [۲۶]. در جدول ۳ نحوه بهره‌گیری از دانش علم رفتاری در مرحله تدوین قانون نشان داده شده است.

جدول ۳. پیوست رفتاری برای طراحی خط‌مشی/قانون

دسته‌بندی	معیار	زیرمعیار	سؤال مربوط به حوزه تدوین قانون
اصول حاکم بر خط‌مشی‌گذاری رفتاری	توجه به آزادی انتخاب/ چندگزینه‌ای بودن	۱. استقلال و آزادی ^۳ در انتخاب رفتار هدف (رفتار خوب) ۲. پرهیز از اجبار در انتخاب رفتار هدف ۳. پیش‌رو گذاشتن گزینه‌های مختلف برای حفظ آزادی انتخاب ۴. نبود مجازات و تنبیه سخت در صورت فقدان انتخاب رفتار هدف	آیا در طراحی خط‌مشی به این امر توجه شده است که آزادی انتخاب شهروندان فراهم شده و از اجبار پرهیز شود و به‌جای یک گزینه چندین گزینه به ایشان پیشنهاد گردد؟
	توجه به اصول اخلاقی	۱. رعایت صداقت و پرهیز از فریفتن مردم ۲. رعایت کرامت انسان ۳. رعایت حریم خصوصی افراد	آیا در طراحی خط‌مشی با مردم صادقانه برخورد شده است و از فریب ایشان خودداری شده است؟
	سازوکارهای توزیعی عادلانه در میان جامعه هدف ^۴	۱. رعایت عدالت مبتنی بر شرایط گروه‌های هدف ۲. مدیریت تعارض منافع در میان گروه‌های مختلف جامعه هدف	آیا در سازوکارهای توزیعی به رعایت عدالت در حق ذی‌نفعان مختلف در خط‌مشی/قانون توجه شده است؟
	سازوکارهای بازتوزیعی عادلانه در قانون/خط‌مشی	۱. تناسب سازوکار بازتوزیعی با جامعه هدف	آیا در سازوکارهای بازتوزیعی به رعایت عدالت در حق ذی‌نفعان مختلف در خط‌مشی/قانون توجه شده است؟
	فرایند شفاف قانونگذاری/ خط‌مشی‌گذاری	۱. تبیین فلسفه قانون مربوطه برای مردم ۲. شفاف‌سازی فرایند قانونگذاری و نحوه رسیدن به مداخلات برای مردم	آیا اطلاع‌رسانی مناسب در رابطه با اهداف، ضرورت و فرایند تصویب قانون برای مردم انجام می‌شود؟
	کم‌هزینه بودن مداخلات رفتاری	۱. نبود مداخلات پرهزینه مانند ایجاد نهاد، ساختار و تشکیلات جدید در مداخلات	آیا مداخلات طراحی شده کم‌هزینه هستند یا به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که برای اجرای آن هزینه و بودجه زیادی نیاز است؟

1. Boundedly Rational
2. Situational Cues

۳. آزادی به‌معنای آزادی مطلق نیست و در چارچوب قوانین شرعی و اسلامی تعریف می‌شود.
۴. این معیار زمانی مهم می‌شود که سازوکارهای توزیعی در قانون وجود داشته باشد.



دسته‌بندی	معیار	زیرمعیار	سؤال مربوط به حوزه تدوین قانون
شناسایی و گروه‌بندی مخاطب و ذی‌نفعان	توجه به داده‌های رفتاری جامعه هدف و دسته‌بندی مناسب جامعه هدف	۱. بخش‌بندی جمعیت‌شناختی ۲. بخش‌بندی جغرافیایی ۳. بخش‌بندی رفتاری ۴. بخش‌بندی مبتنی بر روان‌سنجی	آیا در تدوین قانون/خطمشی به داده‌های رفتاری و دسته‌بندی جامعه هدف توجه شده است؟
	همخوانی قانون/خطمشی با گرایش‌های رفتاری و مدل‌های ذهنی گروه‌های مختلف جامعه هدف	۱. در نظر گرفتن مداخلات متناسب با نظام مسائل بخش‌بندی جامعه هدف	گرایش‌های رفتاری و مدل‌های ذهنی شهروندان جامعه که باید در هنگام طراحی خطمشی/قانون به آنها توجه شود چیست؟
	تعیین دقیق رفتار هدف مدنظر قانون/خطمشی ^۱	۱. مشخص بودن ویژگی‌های رفتار خوب (رفتار هدف) ۲. مشخص بودن زمان‌بندی دستیابی به رفتار هدف	آیا اهداف رفتاری مدنظر قانون/خطمشی به‌دقت مشخص گردیده است؟
	توجه به تأمین اهداف ذی‌نفعان مختلف قانون/خطمشی	۱. شناسایی ذی‌نفعان و اهداف آنها ۲. تدبیر برای چالش و تعارض میان اهداف ذی‌نفعان	آیا در طراحی خطمشی تأمین اهداف ذی‌نفعان مختلف مورد توجه قرار گرفته است؟
طراحی مداخله	خلق روایت / تصویر و چشم‌انداز مؤثر	۱. وجود چشم‌انداز مشخص و صحیح در ذهن قانونگذاران ۲. روایت نتیجه عمل به قانون، برای جامعه هدف	چه تصویر مطلوبی در هنگام طراحی خطمشی مدنظر طراحان بوده است و آیا توانسته‌اند به‌نحو صحیح آن را در خطمشی/قانون منعکس کنند؟
	هنجارهای اجتماعی	۱. توجه به هنجارهای گروه‌های موجود در جامعه و بهره‌گیری از آن در راستای دستیابی به اهداف قانون	آیا قانون توانسته از هنجارهای اجتماعی گروه‌های مختلف در جامعه برای تشویق مردم به انجام رفتار هدف استفاده کند؟
	استفاده از پیام‌رسان مناسب (از ابزارهای تلنگرزی)	۱. شناسایی پیام‌رسان‌های مناسب برای انتقال پیام ۲. طراحی پیام متناسب با پیام‌رسان	آیا در تدوین قانون به استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌ها و پیام‌های متناسب با پیام‌رسان، برای دستیابی به رفتار هدف استفاده شده است؟
	استفاده از هم‌نشینان و گروه‌های مرجع (از ابزارهای تلنگرزی)	۱. شناسایی گروه‌های مرجع متناسب با هر بخش (طبق بخش‌بندی) ۲. استفاده از ظرفیت ایشان در طراحی مداخلات قانونی	آیا در تدوین قانون به استفاده از ظرفیت هم‌نشینان و گروه‌های مرجع، برای دستیابی به رفتار هدف توجه شده است؟
	تمایز/برجستگی (از ابزارهای تلنگرزی)	۱. برجسته‌سازی منافع حاصله از انجام رفتار خوب (رفتار هدف) در قانون	آیا قانون توانسته است مواردی را جهت برجسته‌سازی منافع حاصل از رفتار خوب برای مجریان، رسانه‌ها و ... برای انتقال صحیح منافع به مخاطبین ارائه کند؟
	یادآورهای ^۲ (از ابزارهای تلنگرزی)	۱. طراحی سازوکارهای مناسب برای یادآوری انجام رفتار خوب در قانون (مانند ایمیل، پیامک و ...)	آیا در قانون، یادآورهای مناسب برای ترغیب مردم به رفتار هدف استفاده کند؟
	محرک ناخودآگاه	–	آیا در قانون، تدابیری برای بهره‌گیری از محرک‌های ناخودآگاه برای ترغیب مردم به رفتار هدف استفاده شده است؟
	تحریک احساسات	–	آیا در قانون، تدابیری برای تحریک احساسات برای ترغیب مردم به رفتار هدف استفاده شده است؟
	پیش‌فرض‌ها	۱. تغییر رفتارهای پیش‌فرض در قانون به رفتار هدف	آیا قانون توانسته است پیش‌فرض‌های متضاد (پیش‌فرض قانونی، ساختاری و ...) با رفتار هدف را تغییر داده و پیش‌فرض صحیح را جایگزین کند؟

۱. رفتار هدف باید به‌صورت کاملاً مشخص و زمان‌بندی شده مشخص شود.

۲. استفاده از یادآورهایی همچون پیامک و ایمیل و تداعی معنا در حافظه مردم یکی از راه‌های مهم جلب توجه مردم برای تصمیم‌گیری در مورد یک گزینه است.

دسته‌بندی	معیار	زیرمعیار	سؤال مربوط به حوزه تدوین قانون
طراحی مداخله	تعهدات عمومی	۱. استفاده از سازوکارهایی که مردم در آن به صورت عمومی (و در حضور افراد آشنا) متعهد به انجام رفتار خوب شوند	آیا قانون مواردی را برای حمایت از سازوکارهای تعهدات عمومی برای ترغیب مردم به انجام رفتار هدف بیان کرده است؟
	ایجاد خودپنداره مثبت	۱. ایجاد تصویر خوب از مردم برای خودشان در صورت عمل به قانون ۲. دستیابی مردم به خودپنداره ایدئال از طریق عمل به قانون	آیا اهداف قانون با خودپنداره ایدئال جامعه هدف سازگار است؟ و در صورت سازگار نبودن، برای تعدیل فقدان سازگاری چه مواردی در قانون تعبیه شده است؟
	مهندسی محیط فیزیکی	۱. استفاده از ابزارهای مناسب برای ایجاد تغییر در محیط فیزیکی مردم برای انجام رفتار خوب (تصویر- موسیقی و ...)	آیا در خطمشی/قانون تدابیری برای مهندسی محیط فیزیکی جهت تغییر رفتار جامعه هدف وجود دارد؟
	آسان‌سازی	۱. حذف موانع و قوانین و ساختارهایی که انجام رفتار خوب را سخت می‌کند	آیا سازوکارهای تسهیل‌گر در دستیابی به رفتار هدف در طراحی قانون/خطمشی لحاظ شده است؟
	جذاب‌سازی	۱. استفاده از مشوق‌های مالی برای ترغیب به انجام رفتار هدف ۲. استفاده از مشوق‌های غیرمالی (مانند ایجاد اعتبار و منزلت اجتماعی) برای ترغیب به رفتار هدف ۳. شخصی‌سازی پیام برای مردم ۴. تصویرسازی	آیا به سازوکارهایی برای جذاب نمودن قانون/خطمشی برای مخاطبین موردنظر در طراحی خطمشی پرداخته شده است؟
	اجتماعی‌سازی	۱. در نظر گرفتن سازوکارهایی برای استفاده از ظرفیت مردم، لایه‌های میانی و مقامات محلی برای ترغیب به انجام رفتار هدف	آیا در تدوین خطمشی/قانون به استفاده از ظرفیت‌های مردمی توجه شده است؟
بررسی نتایج و یادگیری مستمر	به موقع بودن	۱. تدوین قانون در زمان درست و صحیح ۲. ابلاغ در زمان متناسب با شرایط اجتماعی (احتمال پذیرش از جانب مردم بالا باشد)	آیا تدوین سند خطمشی/قانون و تصویب آن در مجلس و اطلاع‌رسانی آن در زمان مناسب صورت پذیرفته است؟
	توجه به طراحی RCT / شبیه‌سازی رفتاری در محیط آزمایشگاهی و توجه به تهیه شواهد کافی برای پیاده‌سازی مداخله در مقیاس بزرگ (ارزیابی پیشینی)	۱. استفاده از روش شبیه‌سازی رفتاری یا ۲. استفاده از روش RCT برای ارزیابی پیشینی قانون پیش از اجرای آن در مقیاس بزرگ	آیا ارزیابی پیشینی کافی برای اثرگذاری قانون/خطمشی لحاظ شده است و شواهد کافی برای اثربخشی آن وجود دارد؟
	توجه یادگیری/درس‌آموزی مستمر رفتاری مبتنی بر شناخت اجتماعی مبتنی بر قوانین و خطمشی‌های پیشین	۱. بهره‌گیری از نتایج قوانین مشابه پیشین بهره‌گیری از نتایج قوانین متضاد پیشین	پیش از این نتایج پیاده‌سازی خطمشی/قانون مشابه در این رابطه در گروه‌های مختلف اجتماعی چه بوده و چه بازخوردی حاصل شده است؟ چطور می‌توان نتیجه این خطمشی‌ها را برای طراحی خطمشی صحیح استفاده نمود؟

مأخذ: یافته‌های پژوهش.

شکل ۸. چارچوب خط‌مشی‌گذاری رفتاری



مأخذ: یافته‌های پژوهش.

الف) اصول حاکم بر خط‌مشی‌گذاری رفتاری

📌 **توجه به آزادی انتخاب / چندگزینه‌ای بودن (توجه به استقلال، کرامت و حریم خصوصی افراد):** خط‌مشی‌گذاری رفتاری مبتنی بر اصل قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه استوار است. سرپرستی و هدایت‌گری آزادمنشانه، گونه ملایم و ظریف از سرپرستی است که قصد دخالت، زور و اجبار ندارد [۱۰]. یکی از موضوع‌هایی که از ابتدای طرح مباحث رفتاری مناقشات بسیاری را به‌همراه داشته آن است که آیا اعمال مداخلات مبتنی بر علوم رفتاری، آزادی و حق انتخاب مردم را به خطر می‌اندازد یا خیر؟ بعضی از افراد معتقدند که حکومت حق آن را ندارد که بر تصمیمات مردم تأثیر بگذارد و آنها را به سمت مشخصی هدایت نماید. ریچارد تیلر^۱ در کتاب تلنگر این موضوع را در قالب است که تصمیم مردم را به سمتی که نفع عمومی در آن وجود دارد هدایت نماید. ریچارد تیلر^۱ در کتاب تلنگر این موضوع را در قالب یک مثال ارائه می‌دهد. مثال او در این زمینه فروشگاه‌های مدارس است که صاحب آنها متوجه این امر است که چینش موارد خوراکی در آنها می‌تواند بر انتخاب دانش‌آموزان برای خرید خوراکی‌های تأثیر بگذارد. هر خوراکی که بیشتر در معرض دید باشد شانس بیشتری برای خرید شدن دارد. حال او چند انتخاب دارد: ۱. بدون توجه به سودآوری و یا میزان مغذی بودن خوراکی‌ها آنها را به‌صورت تصادفی بچیند، ۲. با توجه به سود حاصل، خوراکی‌ها را بچیند، ۳. با توجه به میزان ارزش غذایی خوراکی‌ها و سودمندی آنها برای سلامتی دانش‌آموزان، آنها را بچیند. افرادی که گزینه سوم را ترجیح می‌دهند به‌نوعی حق اعمال مداخله توسط حاکمیت را به رسمیت شناخته‌اند. در این حالت ضمن آنکه امکان آزادی انتخاب افراد حفظ می‌شود و ایشان می‌توانند انتخاب‌های ممکن را داشته باشند و در عمل انتخاب‌های ایشان محدود نمی‌شود مردم به سمت انتخاب‌هایی که منفعت فرد در آنها بیشتر است هدایت می‌شوند که این حالت نشانگر مفهوم قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه^۲ است [۲۷]. در واقع کس سانستاین^۳ و ریچارد تیلر با معرفی قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه یک فلسفه سیاسی جدید ارائه دادند و راهبرد جدیدی در رابطه با آنکه چگونه حکومت باید با شهروندانش تعامل نماید ارائه دادند. فلسفه ایشان بر سه فرض استوار است: ۱. مردم در هنگام مواجهه با تصمیم‌ها ترجیحات شکل گرفته و مشخصی ندارند (این امر توسط تحقیقات اقتصاد رفتاری نشان داده شده است)، ۲. افراد همیشه تصمیم‌هایی نمی‌گیرند که رفاه‌شان را حداکثر نماید (این مورد به‌خصوص در رابطه با تصمیم‌هایی مانند سرمایه‌گذاری بازنشستگی که یکبار در زندگی باید اخذ شوند مشاهده می‌شود)، ۳. داشتن رویکردهای قیّم‌مآبانه در موقعیت‌های خاص اجتناب‌ناپذیر است [۲۸]. قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه بر حفظ آزادی انتخاب مردم تأکید می‌نماید اما به نهادهای حکومتی و خصوصی این امکان را می‌دهد تا مردم را به سمتی هدایت نمایند که رفاه ایشان ارتقا یابد. بسیاری از تصمیم‌های مردم مبتنی بر آن است که اکثریت جامعه چه انتخابی دارند و چه مواردی را ترجیح می‌دهند و الزاماً مبتنی بر شرایط شخصی ایشان و نفع حقیقی ایشان نمی‌باشد. در نگاه تیلر و سانستاین قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه تنها یک مفهومی که قابل اجرا باشد نیست بلکه ایشان معتقدند این مبحث می‌تواند پایه‌ای برای بازاندیشی در رابطه با حوزه‌های قانونی بخش حکومتی و خصوصی فراهم آورد [۲۹].

📌 **توجه به اصول اخلاقی:** در خط‌مشی‌گذاری رفتاری باید به چارچوب‌های اخلاقی در همه ابعاد توجه شود و به آزادی و کرامت و حریم خصوصی افراد احترام گذاشته شود. اگر ضرورتی برای دریافت مجوز در مراحل مختلف وجود دارد حتماً باید برای آن اقدام شود [۳۰].

📌 **سازوکارهای توزیعی عادلانه در میان جامعه هدف:** یکی از مواردی که باید در رابطه با مداخلات رفتاری به آن توجه شود آن است که مداخله با مخاطبان به‌صورتی عادلانه مواجهه نماید و موقعیت‌های تعارض منافع میان مخاطبین، ذی‌نفعان و سایر افراد مرتبط را به‌خوبی مدیریت کند [۳۱].

📌 **سازوکارهای بازتوزیعی عادلانه در قانون/خط‌مشی:** برخی از خط‌مشی‌ها دربردارنده توزیع مجدد منابع و امکانات میان افراد است. در این صورت نیز باید به بازتوزیع عادلانه این منابع توجه شود و تلاش گردد تا انصاف میان ذی‌نفعان مختلف رعایت شود.

📌 **فلسفه و فرایند شفاف قانونگذاری/خط‌مشی‌گذاری:** فلسفه قانون و فرایند آن در صورت امکان بهتر است که شفاف بوده و به اطلاع مردم رسانده شود؛ در این صورت اعتماد مردم و درگیری مردم با قانون بیشتر شده و همراهی ایشان نیز بیشتر می‌شود [۳۱].

1. Richard H. Thaler
2. Libertarian Paternalism
3. Cass R. Sunstein

✓ **کم‌هزینه بودن مداخلات طراحی‌شده:** در این نوع از ارزیابی، تحلیل‌های هزینه - فایده مورد توجه قرار می‌گیرد و باید اثبات شود که منافع عمومی حاصل از اجرای خط‌مشی، بیش از هزینه‌های عمومی انجام آن است [۸].

ب) شناسایی و گروه‌بندی مخاطبین و ذی‌نفعان

✓ **توجه به داده‌های رفتاری جامعه هدف و دسته‌بندی^۱ مناسب جامعه هدف:** یکی از قواعد دارای اهمیت در انجام مداخلات رفتاری شناخت بافتاری است که با آن مواجه هستیم، انسان‌ها در بافتارهای مختلف دارای نیازها و علایق مختلف و متنوع هستند [۱۵]. گرایش‌های افراد می‌تواند ناظر به یک مسئله خاص مورد بررسی قرار گیرد و این بخش‌بندی منجر به آن می‌شود تا حکومت مداخله خود را برای بخش‌های مختلف جمعیت به‌گونه‌ای تنظیم نماید تا برای ایشان جذاب باشد و در نتیجه اثربخشی بیشتری را به‌همراه داشته باشد [۷]. رویکردهای مختلفی برای بخش‌بندی وجود دارد که به‌عنوان مثال می‌توان به بخش‌بندی جمعیت‌شناختی،^۲ بخش‌بندی جغرافیایی،^۳ بخش‌بندی رفتاری^۴ و بخش‌بندی مبتنی بر روان‌سنجی^۵ اشاره نمود. در رویکردهای جمعیت‌شناختی از اطلاعاتی مانند جنسیت، سن، درآمد، سطح تحصیلات و... برای دسته‌بندی گروه‌های هدف به دسته‌های همگن‌تر استفاده می‌شود. مزیت این رویکرد آن است که داده‌های موردنیاز آن به‌راحتی قابل دسترسی است. البته این متغیرها به‌خودی‌خود برای توضیح رفتار مورد استفاده قرار نمی‌گیرند؛ بلکه به‌عنوان نماینده‌ای برای سایر متغیرها که می‌توانند رفتار را پیش‌بینی کنند، محسوب می‌شوند. رویکرد بخش‌بندی جغرافیایی جمعیت را براساس محل سکونت ایشان گروه‌بندی می‌کند. سطح تجزیه‌وتحلیل می‌تواند کشور، منطقه، شهر، محله و یا هر واحد جغرافیایی دیگر باشد. آب‌وهوای مناطق مختلف نیز می‌تواند به‌عنوان یک مؤلفه جغرافیایی مبنای دسته‌بندی قرار گیرد. فرض اساسی در استفاده از این رویکرد آن است که افرادی که در مجاورت هم زندگی می‌کنند تجربیات و ویژگی‌های مشترک دارند و در ساختارهای اجتماعی مشابه زندگی کرده و لذا تا حدی ویژگی‌های روان‌شناختی مشابهی دارند. در رویکرد بخش‌بندی رفتاری، اطلاعات مربوط به رفتار خرید افراد و یا استفاده از محصول برای تقسیم‌بندی جمعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال تحلیل بر روی این انجام می‌گیرد که مردم پول خود را برای چه چیزی هزینه می‌نمایند و در خوشه‌هایی که الگوهای مشابه رفتاری از خود بروز می‌دهند دسته‌بندی می‌شوند. در بخش‌بندی روان‌سنجی افراد براساس متغیرهایی مانند نگرش‌ها، ارزش‌ها و شخصیت‌شان گروه‌بندی می‌شوند. اساس این بخش‌بندی آن است که افراد دارای ویژگی‌های روان‌سنجی مشابه در مواجهه با موقعیت‌های مشخص احتمالاً الگوهای رفتاری مشابهی را از خود بروز می‌دهند [۳۱]. بخش‌بندی مخاطبین مدنظر با توجه به هر مسئله صورت می‌گیرد و ممکن است یک جامعه مشخص با توجه به موضوع‌های مختلف مورد بررسی بخش‌بندی‌های متفاوتی داشته باشد. در ادامه به‌عنوان نمونه بخش‌بندی مبتنی بر پذیرش خط‌مشی جدید که مبتنی بر آن جامعه به چهار دسته مخاطب تقسیم می‌شود ارائه خواهد شد.

نوآوران^۶: این افراد به‌لحاظ فکری برای ارائه خط‌مشی‌های جدید پیش‌تاز هستند و ایده خط‌مشی‌های جدید توسط ایشان ارائه می‌شود که ممکن است ایده‌ای به کل نوآورانه باشد و یا اقتباس از محل و یا کشور دیگری باشد. در پیاده‌سازی یک خط‌مشی باید به ایشان توجه شود زیرا ایده‌ها توسط ایشان تولید شده و اشاعه می‌یابد. اقدام‌هایی که می‌توان در این رابطه انجام داد عبارت‌اند از: برگزاری نشست‌های مبادله اطلاعات، تزریق منابع مالی برای نوآوری خط‌مشی و طرح‌های جایزه ملی.

پذیرندگان اولیه^۷: ایشان افرادی هستند که به دنبال راه‌حل برای مسائلی که ادراک نموده‌اند می‌باشند و ریسک پذیرش خط‌مشی جدید را می‌پذیرند و حتی حاضرند تا در شکل‌دهی این خط‌مشی‌ها مشارکت داشته باشند. در این مرحله باید بر روی آزمون و خطا سرمایه‌گذاری شود و چالش‌های ناظر به خط‌مشی شناسایی شده و در رابطه با آنها تدبیر شود.

1. Segmentation
2. Demographic Segmentation
3. Geographic Segmentation
4. Behavioral Segmentation
5. Psychometrical Segmentation
6. Innovators
7. Early Adopters

مقلدان:^۱ ایشان افرادی هستند که بیش از پذیرش یک خطمشی جدید منتظر می‌مانند تا آن خطمشی مورد اقبال بیشتر قرار گیرد و هرچه بیشتر استاندارد شود.

عقب‌ماندگان:^۲ ایشان دلیل کافی برای پذیرش یک خطمشی نمی‌بینند که ممکن است دلایل مختلفی مانند متناسب نبودن خطمشی، اثر بخشی محدود و... مدنظر ایشان باشد [۷].

✓ **همخوانی قانون / خطمشی با گرایش‌های رفتاری و مدل‌های ذهنی گروه‌های مختلف جامعه هدف:** مدل‌های ذهنی وسیله‌ای هستند که از طریق آن فرایندهای ذهنی افراد ارائه می‌شود. این مدل‌ها ابزاری هستند برای آنکه بتوان از طریق شناخت حاصل شده در فرایندهای ذهنی افراد مداخله نمود. در هنگام طراحی خطمشی توجه به این امر که خطمشی لحاظ شده با این مدل‌ها تطابق داشته باشد از اهمیت زیادی برخوردار است [۳۲].

✓ **تعیین دقیق رفتار هدف مدنظر قانون / خطمشی:** یکی از قدم‌های اولیه برای پیاده‌سازی خطمشی رفتاری تعیین دقیق رفتار هدف مدنظر است. در این رابطه باید امکان‌پذیری تغییر رفتار مدنظر نیز سنجیده شده و برای تغییرات مدنظر معیاری قابل سنجش در نظر گرفته شود [۳۳]. زمان‌بندی دستیابی به رفتار هدف نیز باید مشخص باشد.

✓ **توجه به تأمین اهداف ذی‌نفعان مختلف قانون / خطمشی:** برای امکان‌پذیر ساختن پیاده‌سازی خطمشی باید تا ذی‌نفعان مختلف همکاری لازم را داشته باشند و این امر در صورتی محقق می‌شود که منافع و اهداف ایشان در خطمشی لحاظ شود.

ج) طراحی مداخله

■ خلق روایت / تصویر و چشم‌انداز مؤثر

✓ **نشان دادن تأثیر عمل به مخاطب:** در بسیاری از مواقع انسان‌ها این‌طور فکر می‌کنند که عمل آنها دارای تأثیر جدی نیست و متوجه پیامدهای رفتار نیستند. نتایج پژوهش‌های روانشناختی نشان می‌دهد اگر فردی در لحظه تأثیر عمل خود را مشاهده نماید بیشتر به تغییر رفتار متمایل می‌شود [۷].

✓ **ابزارهای زبانی:** ابزارهای زبانی در خطمشی‌گذاری اجتماعی دارای اهمیت فراوان هستند؛ زیرا طبق نظریه موجود در دانش جامعه‌شناسی و ارتباطات با عنوان «ساخت‌گرایی اجتماعی»، فهم و ادراک جامعه از عالم واقع، واقعیت اجتماعی را شکل می‌دهد؛ اینکه حکومت افراد و رفتارها را چگونه و با چه برندی به مردم معرفی کند، بر ادراک و قضاوت و در نهایت رفتار مردم بسیار مؤثر است [۸].

■ **هنجارهای اجتماعی:**^۳ هنجارها انتظاراتی هستند که در یک جامعه انسانی فراگیر شده‌اند و مردم عمدتاً تلاش می‌کنند تا با این هنجارها تنظیم شده و مطابق با آنها عمل کنند [۸]. اکثر مردم صحت عقاید و تصمیم‌های خود را از طریق مقایسه اجتماعی انجام داده و رفتارهای اکثریت را تقلید می‌کنند [۱۳] استفاده از هنجارهای مختلف مبتنی بر ملیت، محله و... موجب می‌شود تا افراد تلاش کنند خود را با تصمیم اجتماع‌هایی که به آن تعلق دارند همراه نمایند [۱۱] [۱۳] [۲۴]. البته منظور از تغییر هنجارها به معنای تغییر رفتار کلی جامعه نیست؛ بلکه تمرکز بر تغییر هنجاری گروه‌هایی است که مخاطبین هدف تغییر رفتار در آنها عضو هستند [۸].

■ **به‌کارگیری مؤثر تلنگرها:**^۴ تلنگرزی عبارت است از «هر تلاشی که برای اثرگذاری بر قضاوت، انتخاب یا رفتار افراد که به روش قابل پیش‌بینی انجام می‌شود. استفاده از سوگیری‌ها بخش جدایی‌ناپذیر تلنگرزی است [۳۴]». هدف از تلنگر تأثیرگذاری بر تصمیم بدون سلب قدرت انتخاب است. در این رویکرد زمینه‌سازی به گونه‌ای اتفاق می‌افتد که تصمیم‌گیری بهینه برای افراد آسان باشد [۱۵].

✓ **استفاده از پیام‌رسان مناسب:**^۵ وزنی که انسان‌ها به‌صورت خودکار به اطلاعات می‌دهند رابطه زیادی به درک از مرجع ارسال پیام یعنی پیام‌رسان دارد. انسان‌ها همچنین بسیار تحت تأثیر احساساتی هستند که نسبت به ارسال‌کننده پیام دارند؛ لذا ممکن است حرف‌های کسی که مورد قبول ایشان نیست را مورد توجه قرار ندهند [۵]. لذا ارسال یک پیام از طریق یک مرجع صحیح و پیام‌رسان مؤثر بسیار می‌تواند بر تغییر رفتار اثر بگذارد.

1. Imitators
2. Leggar
3. Social Norms
4. Nudge

۵. ارسال محتوای مناسب از طریق پیام‌رسان مناسب.



✓ **استفاده از هم‌نشینان و گروه‌های مرجع:** در این رویکرد افرادی که اقدام به انتقال پیام به جامعه هدف می‌نمایند رابطه تشابه بالایی با جامعه هدف هستند؛ زیرا انسان‌ها به شدت تحت تأثیر رفتار هم‌نوعان خود [۷] یا افرادی که بر ایشان به‌عنوان مرجع و فصل‌الخطاب هستند، قرار دارند. این رویکرد در دولت انگلستان در کمپینی با عنوان «تغییر برای زندگی»^۱ مورد استفاده قرار گرفت. بررسی‌های تحلیلگران و متخصصان نشان می‌داد که حل مسئله چاقی که هدف اصلی این کمپین بود باید در بدنه اجتماعی مردم شکل بگیرد و همه ذی‌نفعان به‌درستی نقش خود را ایفا کنند. از طرفی بررسی تحلیلگران نشان می‌داد که به جای فرد باید بر خانواده و افراد مرجع داخل خانواده یعنی پدر و مادر متمرکز شد [۸].

✓ **تمایز/برجستگی:** رفتار انسان‌ها تا حد زیادی تحت تأثیر چیزی است که توجه‌شان به آن جلب می‌شود [۵] [۷]. توجه می‌تواند به‌طور داوطلبانه کنترل شود، یا می‌توان آن را توسط برخی رویدادهای خارجی جذب کرد. انسان‌ها در زندگی روزمره، در معرض محرک‌های خیلی زیادی قرار دارند و لذا تمایل دارند بخش اعظمی از اطلاعات را فیلتر کنند. افراد به احتمال زیاد محرک‌هایی را ثبت می‌کنند که جدید (پیام‌هایی در چراغ‌های چشمک‌زن)، قابل دسترس (اقلام در حال فروش در کنار صندوق‌ها) و ساده (یک شعار تند) هستند؛ سادگی در اینجا مهم است زیرا توجه انسان بیشتر به مواردی جلب می‌شود که بتواند آنها را رمزگذاری کند و عمدتاً رمزگذاری مواردی که به تجربیات شخصی انسان مربوط می‌شود بسیار ساده‌تر از مواردی است که به شیوه‌ای کلی‌تر و انتزاعی‌تر ارائه می‌شوند [۳۵]. مطالعات تغییر رفتار نشان داده است که اطلاعات تنها در صورتی مورد توجه قرار می‌گیرد که برجسته باشند و زمانی که منابع توجهی یا شناختی محدود می‌شوند، افراد می‌توانند تنها بر برجسته‌ترین نشانه‌های رفتاری تمرکز کنند، که منجر به اعمالی می‌شود که تحت تأثیر انگیزشی آن نشانه‌ها هستند [۵].

✓ **یادآورها:** استفاده از یادآورهای مبتنی بر ایمیل و پیامک می‌تواند در میزان انجام عملی مشخص از جانب مردم تأثیرگذار باشد. بسیاری از مداخلات رفتاری بر این اساس توانسته‌اند میزان رفتار مدنظر را تا چند ده درصد در جامعه مورد مداخله افزایش دهند [۳۶].

✓ **محرک ناخودآگاه:** همه رفتارهای انسان‌ها مبتنی بر تفکر نبوده و در بسیاری مواقع انسان‌ها بدون تأمل و مبتنی بر پیش‌فرض‌های قبلی خود عمل مشخصی را صورت می‌دهند. بررسی‌های صورت گرفته نشان‌دهنده آن است که انسان دو سیستم فکری یک و دو دارد. سیستم فکری یک به‌صورت ناخودآگاه و به سرعت عمل می‌نماید، اما سیستم فکری دو به آهستگی و با بررسی تمام جوانب عمل می‌کند. بررسی‌ها نشان‌دهنده آن است که بیشتر تصمیم‌های ما مبتنی بر سیستم فکری یک است. در صورتی که بتوانیم بر این سیستم فکری ناخودآگاه افراد تأثیر بگذاریم می‌توانیم رفتار افراد را بدون ایجاد احساس اجبار به سمت موردنظر خود هدایت نماییم [۶].

✓ **تحریک احساسات:** عاطفه و احساس نیروی بسیار قدرتمندی در تصمیم‌گیری است و همه ادراکات انسان حاوی احساس هستند به‌طوری که «انسان فقط یک خانه را نمی‌بیند بلکه یک خانه زشت یا یک خانه زیبا را می‌بیند» [۶].

■ **پیش‌فرض‌ها:** بسیاری از تصمیم‌هایی که هر روزه توسط انسان‌ها گرفته می‌شود مبتنی بر گزینه پیش‌فرض صورت می‌گیرد. گزینه پیش‌فرض حالتی است که فرد اگر انتخاب فعالانه‌ای هم انجام ندهد به‌صورت خودکار به‌عنوان تصمیم او در نظر گرفته می‌شود [۷]. در بسیاری از موارد بهترین کار برای حاکمیت این است که سازوکاری را فراهم کند که اگر فرد هیچ انتخابی هم انجام ندهد، رفتار خوب گزینه پیش‌فرض باشد و به‌خودی خود انتخاب شود. مغز به‌عنوان مرکز تصمیم‌گیری و فرماندهی، ترجیح می‌دهد که انرژی کمتری را صرف تصمیم‌گیری کند و این ابزار عمدتاً زمانی کاربرد دارد که برای اجرای تصمیم جدید، مقاومت وجود داشته باشد [۸].

■ **تعهدات عمومی:** در این رویکرد مردم به یک هدف عمومی (و نه خصوصی) متعهد می‌شوند. لذا افراد برانگیخته می‌شوند تا آبروی خود را حفظ کنند و رفتار خود را تغییر می‌دهند [۳۷]. این تعهدات می‌تواند بسیار غیررسمی (مثل قول دادن کاری نزد دوستان) و یا رسمی (مانند قرارداد حقوقی با ضمانت اجرای مشخص) باشد. تحقیقات نشان می‌دهد وقتی یک فرد حتی به دوستان خود می‌گوید که کاری را انجام خواهد داد، احتمال انجام آن کار بسیار افزایش می‌یابد [۸]. در واقع هرچه تعهدات عمومی‌تر و عیان‌تر می‌شود اراده مردم برای انجام آن قوی‌تر و بیشتر می‌شود [۶].

1. Change 4 Life
2. Salience
3. Priming
4. Affect
5. Create Commitment

- **ایجاد خودپنداره مثبت:** انسان تمایل دارد به‌گونه‌ای رفتار کند که یک تصویر خوب از خودش ایجاد کند. وقتی همه اوضاع زندگی بر وفق مراد است آن را به‌خودش نسبت می‌دهد، ولی زمانی که اوضاع نامطلوب است آن را به دیگران نسبت می‌دهد [۶]؛ طراحی مداخله زمانی مؤثر است که خودپنداره افراد را در جهت مثبت تقویت کند و عزت‌نفس ایشان را افزایش دهد.
- **مهندسی محیط فیزیکی:** مهندسی محیط فیزیکی به ساختار محیط اشاره دارد که بر نحوه تصمیم‌گیری و انتخاب اثر می‌گذارد [۳۸]. به‌طور مثال در زمینه رفتار مصرف‌کننده معماری انتخاب به مجموعه‌ای از ابزارها اشاره دارد که صرفاً با تغییر نحوه ارائه انتخاب‌ها به مصرف‌کننده بدون تغییر عواملی چون قیمت کالا، بر تصمیم‌گیری و انتخاب او اثر بگذارد. در این رویکرد ساختارهای جهت‌دهنده به رفتار طراحی می‌شوند [۸] و تمرکز بر روی تغییر بافتار تصمیم‌گیری به جای تغییر ذهنیت تصمیم‌گیرنده است [۱۰].
- **آسان‌سازی:** فهم و انتخاب رفتار خوب باید برای جامعه ساده و کم‌زحمت باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که هرچه کارها را برای مردم آسان‌تر کنیم، احتمال انجام آنها بیشتر است [۱۵].
- **جذاب‌سازی:** جذاب‌سازی اشاره به طراحی سازوکارهای مادی و غیرمادی برای تشویق و ایجاد جذابیت در انجام رفتار هدف و رفتار خوب است.

👉 **ارائه مشوق‌های درونی و غیرمادی:** اعطای پاداش (مانند یارانه) و مجازات از ابزارهایی هستند که از دیرباز توسط حکومت‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. آموزه‌های رفتاری بهره‌گیری از انگیزه‌های غیرمادی و درونی را توصیه می‌کند. این مشوق‌ها عموماً تغییر رفتارهای پایدارتری را رقم می‌زنند. آموزه‌های علمی روانشناسی نشان می‌دهند که بهره‌گیری از مشوق‌های غیرمالی مانند بازخورد مثبت، مقایسه و اعطای رتبه و منزلت، ایجاد رضایت درونی در فرد و ایجاد فرصت‌هایی که برای مردم ارزشمند است، می‌تواند در تغییر رفتار مردم بسیار مؤثر باشد [۸].

👉 **شخصی‌سازی پیام:** شخصی‌سازی پیام به معنای ارسال پیام از طرق مختلف برای افراد است؛ به گونه‌ای که مخاطب ادراک کند که پیام به‌صورت ویژه برای او و متناسب با شرایط او ارسال شده است [۱۳]. نتایج مختلف نشان داده‌اند که مخاطبین با پیام‌های شخصی‌سازی شده ارتباط بیشتری برقرار کرده و با آن همراه می‌شوند.

👉 **تصویرسازی:** براساس تحقیقاتی که در دانش بازاریابی انجام شده است، روش‌های بصری در قالب عکس و تصاویر اغلب در جلب توجه، برانگیختن احساسات و شکل‌دهی به حافظه‌ها مؤثرتر از پیام‌های متنی هستند؛ البته تولید گرافیک‌های علمی حاوی اطلاعات مفید، جذاب و سرگرم‌کننده و البته بدون سوگیری خیلی کم مورد توجه خط‌مشی‌گذاران قرار گرفته است [۱۳].

■ **اجتماعی‌سازی:** اجتماعی‌سازی به معنای فعال‌سازی ظرفیت مردمی در دستیابی به رفتار هدف مدنظر قانون است.

👉 **استفاده از مقامات محلی:** مقامات محلی یا حکومت محلی می‌تواند نقش ویژه‌ای در مراوده با شهروندان داشته باشد؛ ایشان بافت و زمینه دریافت‌کنندگان پیام (مردم) را بهتر می‌شناسند و در نتیجه می‌توانند ابزارهای تغییر رفتار را به‌خوبی به کار برده و اثر بگذارند [۷].

■ **به‌موقع بودن:** موقعیت‌شناسی در طراحی و اجرای مداخله و انجام آن در زمان مناسب نیز باید مورد توجه خط‌مشی‌گذاران قرار گیرد [۲۲] [۲۳]. افراد در هر زمان فقط می‌توانند حجم محدودی از اطلاعات را پردازش و جذب نموده و یا مورد توجه قرار دهند و به یاد آورند.

(د) بررسی نتایج و یادگیری مستمر

بررسی نتایج و یادگیری مستمر

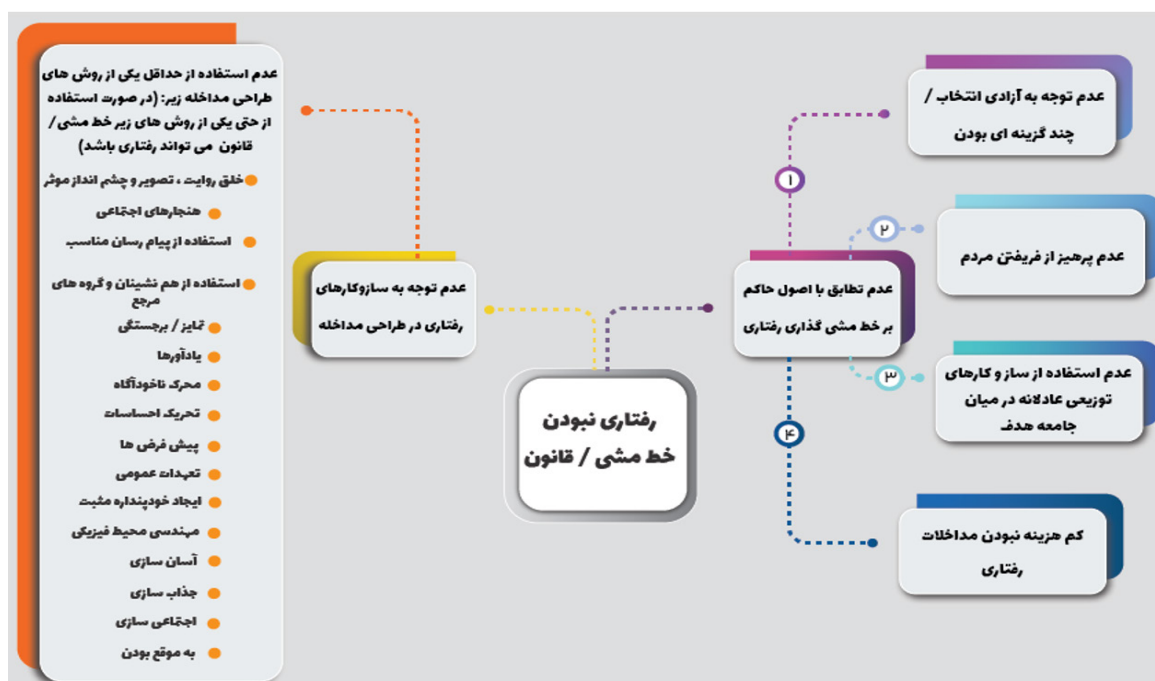
■ **توجه به طراحی RCT / شبیه‌سازی رفتاری در محیط آزمایشگاهی و توجه به تهیه شواهد کافی برای پیاده‌سازی مداخله در مقیاس بزرگ (ارزیابی پیشینی):** RCTها بهترین روش برای ارزیابی این امر هستند که یک خط‌مشی به‌درستی عمل می‌نماید یا خیر. این روش در داروسازی، کسب‌وکار و... نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد و به‌عنوان محوری‌ترین روش در حوزه علوم رفتاری شناخته می‌شود. این روش برای بررسی مؤثر بودن مداخله مورد استفاده قرار می‌گیرد و مشخص می‌نماید که آیا این مداخله توانسته است تغییر موردنظر را ایجاد نمایند یا خیر [۳۹].

■ **توجه یادگیری / درس‌آموزی مستمر رفتاری مبتنی بر شناخت اجتماعی حاصل از قوانین و خط‌مشی‌های پیشین:** نحوه کنش مردم در مقابل اقدامات مختلف حکومت می‌تواند بینش‌هایی را در رابطه با نحوه تدوین خط‌مشی‌های با اثرگذاری بیشتر به‌همراه داشته باشد. با بررسی نتایج حاصل از خط‌مشی‌های مختلف و جمع‌بندی بینش‌های حاصله می‌توان به شناخت بیشتری نسبت به جامعه دست یافت و از این شناخت در راستای افزایش کیفیت خط‌مشی‌های آتی بهره برد.

۳-۲-۴. شرایط فقدان تحقق رویکرد رفتاری

برخی از معیارهای مطرح شده در جدول ۳ لازمه تحقق رویکرد رفتاری هستند؛ به این معنا که در صورت فقدان رعایت آنها، رویکرد رفتاری اتفاق نیفتاده است. در مجموع در دو حالت خط‌مشی/قانون منطبق بر رویکرد رفتاری نیست، که در شکل ۹ به آن‌ها پرداخته شده است. در این شکل حالت‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۴ نشان دهنده فقدان تطابق با اصول حاکم بر خط‌مشی‌گذاری رفتاری و حالت ۵ نشان دهنده فقدان توجه به سازوکارهای رفتاری در طراحی مداخله می‌باشد.

شکل ۹. شرایط فقدان تحقق رویکرد رفتاری در قانون / خط‌مشی



۵. جمع‌بندی و پیشنهادها

دانش بینش رفتاری با تبیین نگاه ناکافی انسان عقلایی یا انسان اقتصادی به انسان، تحولی را در دانش خط‌مشی‌گذاری ایجاد کرده است. این رویکرد مبتنی بر قیّم‌آبی آزادی‌خواهانه بنا شده است و به این معناست که حاکمیت در عین احترام به انتخاب و آزادی افراد، وظیفه هدایتگری و سرپرستی خود را انجام می‌دهد و تلاش می‌کند تا انسان‌ها با اختیار خویش سراغ انتخاب رفتار خوب و متناسب با منافع فردی و عمومی جامعه بروند. رویکرد خط‌مشی‌گذاری رفتاری به‌صورت همزمان به دو سیستم تصمیم‌گیری انسان که به سیستم‌های یک و دو معروف هستند، توجه می‌کند. سیستم یک، سیستم ناخودآگاه تصمیم‌گیری است که عمده تصمیم‌گیری‌های انسان توسط این سیستم اتفاق می‌افتد که در سایر رویکردهای خط‌مشی‌گذاری مورد توجه قرار نمی‌گیرد و سیستم دو که سیستم عقلایی و تفکری است.

سؤالی که در بهره‌گیری از بینش‌های رفتاری ایجاد می‌شود این است که در چه زمانی مناسب است تا از این رویکرد استفاده شود و

در صورتی که قرار است از رویکرد رفتاری در امر خط‌مشی‌گذاری بهره برده شود این امر با چه مؤلفه‌ها و معیارهایی محقق می‌شود. در این گزارش دو چارچوب، متناسب با این سؤالات طراحی شده است که راهنمایی برای خط‌مشی‌گذاران، قانونگذاران، سیاستگذاران و مجریان خط‌مشی است. پیرو این دو چارچوب پیشنهادهایی برای مجلس شورای اسلامی ارائه می‌شود:

■ در امر خط‌مشی‌گذاری و قانونگذاری در مسئله‌ای خاص، توجه به مخاطبین و وضعیت ایشان در رابطه با مسئله موردنظر و میزان جامعه‌پذیری قانونی ایشان بسیار حائز اهمیت است. در صورتی که میزان جامعه‌پذیری قانونی مردم و اطاعت از قانون ضعیف باشد، بهره‌گیری از رویکردهای رفتاری در امر قانونگذاری و یا اجرای قوانین ضرورت می‌یابد و فقدان توجه به این مسئله و تأکید بر قانون صرف میزان اثرگذاری قوانین را کاهش می‌دهد و اهداف مدنظر محقق نمی‌شود.

■ هرچه جنس مسئله به سمت مسائل شخصی پیش می‌رود و یا تلقی عمومی جامعه از آن مسئله شخصی است، لزوم بهره‌گیری از رویکردهای رفتاری افزایش می‌یابد.

■ در بهره‌گیری از رویکردهای رفتاری در امر خط‌مشی‌گذاری و قانونگذاری، توجه به چند نکته ضروری است که بدون آنها عملاً خط‌مشی‌گذاری رفتاری محقق نمی‌شود و باید تا قانونگذاران به این امر توجه کنند. در امر قانونگذاری و خط‌مشی‌گذاری رفتاری بسیار مهم است تا از ابزارها به‌گونه‌ای بهره گرفته شود که از الزام و اجبار اجتناب شود و ماهرانه و با حفظ آزادی و اختیار، انسان‌ها به سمت رفتار خوب سوق داده شوند. از طرفی توجه به مناسبات اخلاقی و حفظ کرامت انسان نیز بسیار ضروری است.

■ دو چارچوبی که در این تحقیق طراحی شده‌اند، می‌تواند به‌عنوان یک راهنما و یک پیوست برای بهره‌گیری از رویکردهای رفتاری در امر خط‌مشی‌گذاری و قانونگذاری استفاده شود.

جدول ۴. پیشنهاد توصیه سیاستی

ردیف	نوع توصیه		توصیه سیاستی	الزامات و قیود اجرایی	دستگاه متولی	دستگاه معین	زمان‌بندی اجرا (کوتاه مدت، میان مدت، بلندمدت)	ملاحظات
	تداوم*	اصلاح**						
۱		**	لحاظ نمودن شرایط مردم (به لحاظ جامعه‌پذیری قانونی) و وضعیت مسئله مورد قانونگذاری (به لحاظ وجود تلقی شخصی یا عمومی)	لزوم اظهار نظر متخصص در رابطه با شرایط جامعه	مجلس شورای اسلامی	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	بلندمدت	در صورتی که میزان جامعه‌پذیری قانونی مردم و اطاعت از قانون ضعیف باشد، بهره‌گیری از رویکردهای رفتاری در امر قانونگذاری و یا اجرای قوانین ضرورت می‌یابد.
۲		**	استفاده از ابزارهای رفتاری به نحوی که از الزام و اجبار اجتناب شود.	عدم وجود اجبار	مجلس شورای اسلامی	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	میان مدت	افراد باید ماهرانه و با حفظ آزادی و اختیار، به سمت رفتار خوب سوق داده شوند. از طرفی توجه به مناسبات اخلاقی و حفظ کرامت انسان نیز بسیار ضروری است.
۳		**	استفاده از چارچوب‌های طراحی شده به منظور سنجش میزان تطابق قانون با اصول رفتاری		مجلس شورای اسلامی	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	میان مدت	تطابق با چارچوب‌های رفتاری بایستی توسط متخصص رفتاری صورت پذیرد.

* تداوم یا تقویت آیت‌ها یا اقدامات.

** اصلاح رویه‌ها یا ایجاد سازوکارها.

مأخذ: یافته‌های پژوهش.

- [1] Chiara Varazzani, Michaela Sullivan-Paul, and Jeanne Bolleé, "Good Practice Principles For Ethical Behavioural Science In Public Policy," OECD-OPSI, USA, 2022.
- [۲] م. سلسبیل، ف. محمدی، «مطالعه تطبیقی ساختار و کارکرد نهاد بینش رفتاری در جهان و ارائه رهنمودهای سیاستی برای مجلس شورای اسلامی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران، ۱۴۰۲.
- [3] A. Miremadi, S. R. Toutoue, and R. M. Oghani, "An Empirical Investigation among Iranian Consumers with Variety Consumption Habits in Cosmetic Sector," International Journal of Marketing Studies, vol. 5, no. 3, 2013, doi: 10.5539/ijms.v5n3, p.133.
- [4] I. V. Chengwei Liu, Christina Fang, Jerker Denrell, "Strategizing with Biases: Making Better Decisions Using the MinDspace approach," California Management Review, pp. 1-27, 2017, doi: doi.org/10.1177/00081256177079.
- [5] P. Dolan, M. Hallsworth, D. Halpern, D. King, and I. Vlaev, "MINDSPACE Influencing behaviour through public policy," Cabinet Office, Institute for government, England, 2009.
- [6] P. Dolan, M. Hallsworth, D. Halpern, D. King, R. Metcalfe, and I. Vlaev, "Influencing behaviour: The mindspace way," (in en), Journal of Economic Psychology, vol. 33, no. 1, pp. 264-277, 2/2012 2012, doi: 10.1016/j.joep.2011.10.009.
- [۷] ع. نفیسی، «درآمدی بر مدیریت سیاست‌های تغییر رفتار». دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۵.
- [۸] ع. نفیسی، اشعاری، طهماسبی، «تلنگر برای ایران، مطالعه موردی سیاستگذاری تغییر رفتار در ایران و جهان». انتشارات میلکان، ۱۴۰۰.
- [۹] شهابی، تلنگرچی در واحد تلنگر. تهران: انتشارات مهربان نشر، ۱۳۹۸.
- [۱۰] ر. تیلر، تلنگر. تهران: انتشارات آریان، ۱۳۹۸.
- [۱۱] مظفر، معینی، سبحانی‌فرد، «سیاستگذاری عمومی با رویکرد رفتاری»، نشریه مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۵۲، ۱۴۰۱.
- [12] Meisam Mozafar, Alireza Moini, and Yaser Sobhanifard, "A systematic review of behavioral public policy research: origins, mechanisms and outcomes," Transforming Government: People, Process and Policy, vol. 17, no. 4, 2023, doi: https://doi.org/10.1108/TG-12-2022-0168.
- [۱۳] چیت‌سازیان، نوروزی، اکبری، «خط‌مشی‌گذاری رفتاری، بینش‌های رفتاری در خط‌مشی‌گذاری عمومی (مفاهیم و کاربردها)». تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۴۰۰.
- [14] UK parliament, "Behaviour Change," Science and Technology Committee - Second Report, UK, 2011.
- [15] Paul Dolan, "RESPONSE, A behavioural insights checklist for designing effective communications," The london school of economics and political science, UK, 2022.
- [16] karol olejniczak, Pawel Sliwowski, and Frans leeuw, "Comparing Behavioral Assumptions of Policy Tools: Framework for Policy Designers," Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice vol. 22, 2020, doi: https://doi.org/10.1080/13876988.2020.1808465.
- [17] Koh Miyaoui et al., "Behavioural Insights Framework," UNDP, 2022.
- [18] OECD, Behavioural Insights and Public Policy. 2017.
- [19] J. O. Finckenauer, "Legal socialization: Concepts and Practices," Trends in Organized Crime, vol. 4, no. 2, pp. 30-40, 1998, doi: 10.1007/bf02900336.
- [20] R. Trinkner and E. S. Cohn, "Putting the "social" back in legal socialization: procedural justice, legitimacy, and cynicism in legal and nonlegal authorities," Law Hum Behav, vol. 38, no. 6, pp. 602-17, Dec 2014, doi: 10.1037/lhb0000107.
- [21] L. K. Lades and L. Delaney, "Nudge FORGOOD," Behavioural Public Policy, vol. 6, no. 1, pp. 75-94, 2020, doi: 10.1017/bpp.2019.53.

- [22] Owain Service et al., "EAST, Four simple ways to apply behavioural insights," Behavioral Insight Team and Nesta and Cabinet Office, UK, 2012.
- [23] Kolker, Algate, and Tilleard, "EAST for Health & Safety, Applying behavioural insights to make workplaces safer," The Behavioral Insight Team, London, UK, 2019.
- [24]. Worldbank group, "World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior," Worldbank, USA, 2015.
- [۲۵] ع. چیتسازیان، م. نوروزی، م. اکبری، «خط‌مشی‌گذاری رفتاری؛ بینش‌های رفتاری در خط‌مشی‌گذاری عمومی مفاهیم و کاربردها». تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق، ۱۴۰۰.
- [26] A. Tor, "The Methodology of the Behavioral Analysis of Law," Haifa Law Review, vol. 4, 2008.
- [27] Martyna Zajma, "Nudges and Libertarian Paternalism," UCL Institute for Sustainable Resources.
- [28] Mainly Macro, "Social Science Encyclopedia," ed.
- [29] C. R. Sunstein and Richard H. Thaler, "Libertarian Paternalism Is Not an Oxymoron," the University of Chicago Law Review, vol. 70 no. 4, pp. 1159-1202, 2003, doi: <https://doi.org/10.2307/1600573>.
- [30] Oecd, "the Basic Toolkit: Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights," Oecd Publishing, Paris, 2019.
- [31] C. A. Klöckner, "Target Group Segmentation — Why Knowing Your Audience Is Important," in The Psychology of Pro-Environmental Communication, 2015, ch. Chapter 7, pp. 146-160.
- [32] Barbara Hemforth and Lars Konieczny b, "Language Processing: Construction of Mental Models or More?," Advances in Psychology, vol. 138, 2006, doi: 10.1016/S0166-4115(06)80035-X.
- [33] Kettle and Persian, "Target, Explore, Solution, Trial, Scale, An introduction to running simple behavioural insights projects," The Behavioral Insight Team, 2022.
- [۳۴] ا. ادیبی، ا. ضرغامی، «بررسی تحلیلی تطبیقی جایگاه معماری انتخاب در ارتقای ساخت و ساز پایدار و سیستم‌های رتبه‌بندی ساختمان سبز»، نشریه معماری‌شناسی، دوره ۵، شماره ۲۴، ۱۴۰۱.
- [35] G. Gigerenzer and U. Hoffrage, "How to improve Bayesian reasoning without instruction: Frequency formats," Psychological Review, vol. 102, no. 4, pp. 684-704, 1995, doi: 10.1037/0033-295x.102.4.684.
- [۳۶] م. ن. م. عبدالحسین‌زاده، «گونه‌شناسی ابزارهای رفتاری در عرصه حکمرانی و کارکرد آن در ارتقای نظام قانونگذاری»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران، ۱۴۰۲.
- [37] OECD, "Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights: The BASIC Toolkit," OECD Publishing, Paris, 2019.
- [38] Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein, Nudge. Improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven: Yale University Press, 2008.
- [39] Laura Haynes, Owain Service, Ben Goldacre, and David Torgerson, "Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials," BIT, UK, Cabinet Office, 2013.

گزیده سیاستی

استفاده از علوم رفتاری در حوزه خطمشی نیازمند قواعدی برای شناسایی مسائل دارای شرایط مناسب به منظور طراحی مداخلات رفتاری و وجود موارد از پیش تعیین شده برای تطابق خطمشی با اصول رفتاری است، لذا تمرکز این گزارش بر ارائه چارچوبی برای حل این دو چالش می‌باشد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir