

DOI: 10.20241403/CRPS.2502.1034.2.4.3

تحلیل تأثیرات سوگیری‌های شناختی بر تصمیمات و انتخاب‌های سیاسی

رضا مهدی^۱

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی این پرسش انجام شده است که چگونه سوگیری‌های شناختی و هویت‌های گروهی بر فرایند تصمیم‌گیری‌های سیاسی افراد تأثیر می‌گذارد؟ در پاسخ به این پرسش، با تکیه بر نظریه تفکر دوگانه کانمن (۲۰۱۱) و نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۹)، سازوکارهای شناختی تأثیرگذار بر قضاوت‌ها و انتخاب‌های سیاسی به اجمال واکاوی شده است. در این پژوهش از روش مرور اسنادی غیرنظام‌مند و فراتحلیل و از ابزارهای هوش مصنوعی برای گزینش و تحلیل منابع استفاده شده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، اکثر مردم اطلاعات ناسازگار با باورهای گروهی را رد می‌کنند، اثر هویت گروهی بسیار قوی‌تر از تحلیل عقلانی عمل می‌کند، تصمیم‌گیری‌های سریع منجر به قضاوت‌های مبتنی بر چارچوب‌بندی رسانه‌ای و عواطف - احساسات می‌شود و اغلب افراد به جای تصحیح، سعی می‌کنند انتخاب‌های اولیه خود را توجیه نمایند. شبکه‌های اجتماعی با ایجاد اتاق‌های پژواک، سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری‌ها را تشدید می‌کنند، بحران‌های سیاسی موجب غلبه پاسخ‌های احساسی - عاطفی بر تحلیل منطقی اغلب افراد می‌شود و برای اکثر مردم تصمیم‌گیری‌های سیاسی کمتر از محاسبات عقلانی و بیشتر از فرایندهای هویتی و شناختی - احساسی نشأت می‌گیرد. این وضعیت، مسئولیت‌های اجتماعی مهمی برای انواع رسانه‌ها مبنی بر ضرورت طراحی پیام‌های چندبُعدی خیرخواهانه برای فعال‌سازی امکان انتخاب عقلایی و منطقی، برای نهادهای آموزشی مبنی بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی و برای احزاب و گروه‌ها مبنی بر تدبیر درباره پیامدهای بلندمدت تهییج هویتی افراطی، دارد. همه نخبگان و رهبران فکری - سیاسی و گروه‌های مرجع در قبال ماهیت شناخت و انتخاب مردم و فراهم کردن زمینه‌های شکل‌گیری یا اصلاح سوگیری‌های شناختی مسئول‌اند.

کلمات کلیدی: تصمیم‌گیری شناختی، سوگیری شناختی، جانب‌داری سیاسی، هویت اجتماعی، گروه‌زدگی.

شماره ۲(۵)

سال ۲

تابستان ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۲/۱۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۴/۱۱

صص: ۲۶-۴۷



^۱ دانشیار پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت عتف. mahdi002@gmail.com

استناد: مهدی، رضا. (۱۴۰۴). تحلیل تأثیرات سوگیری‌های شناختی بر تصمیمات و انتخاب‌های سیاسی. (e224297). شناخت پژوهی مطالعات

سیاسی، ۲(۲)، ۲۶-۴۷. doi: 10.20241403/CRPS.2505.1047.2.5.2

Mahdi, R. (2025). Cognitive Biases and Political Decision-Making: A Critical Analysis. (e224297). Cognitive research of political studies, 2(2), 26-47.



این مقاله تحت لایسنس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

مقدمه

فرایندهای شناختی در تصمیم‌گیری‌های سیاسی، نقش بنیادینی در شکل‌گیری قضاوت‌های فردی و جمعی دارند. این فرایندها تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله احساسات، هویت‌های گروهی و زمینه‌های فرهنگی عمل می‌کنند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مردم در موقعیت‌های سیاسی اغلب به جای تحلیل عقلانی، به قضاوت‌هایی مبتنی بر احساس، تعصب و وفاداری گروهی روی می‌آورند (Bécharde et al., 2024; Jin et al., 2019). نظریه تفکر دوگانه کانمن (۲۰۱۱) دو سیستم شناختی را معرفی می‌کند: سیستم ۱ که سریع، احساسی و شهودی عمل می‌کند و سیستم ۲ که کند، تحلیلی و منطقی است. در فضای سیاسی، تصمیمات بسیاری تحت تسلط سیستم ۱ گرفته می‌شوند؛ جایی که احساسات و سوگیری‌ها جای تحلیل دقیق را می‌گیرند. از سوی دیگر، نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۹) نشان می‌دهد که تعلق به گروه‌های اجتماعی و سیاسی، بخش مهمی از خودپنداره افراد را می‌سازد و همین تعلق باعث می‌شود مردم اطلاعات را به گونه‌ای تفسیر کنند که با هویت گروهی‌شان سازگار باشد. در نتیجه، اطلاعات مخالف نادیده گرفته می‌شوند و تعصب گروهی تقویت می‌شود (Tajfel & Turner, 1979). این دو نظریه، هنگامی که در کنار یکدیگر قرار گیرند، چارچوبی کارآمد برای تحلیل رفتارهای سیاسی فراهم می‌آورند. درک سازوکارهای ذهنی و هویتی پشت انتخاب‌های سیاسی، می‌تواند به ارتقای گفت‌وگو عمومی، کاهش قطبی‌سازی و بهبود کیفیت تصمیم‌گیری‌های جمعی کمک کند (Wheeler, 2024; Allcott et al., 2020). در این پژوهش تلاش شده است با واکاوی دقیق و عمیق تأثیرات سوگیری‌های شناختی بر تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌های سیاسی افراد و گروه‌ها، به‌ویژه در زمینه‌های حساس و سرنوشت‌ساز مانند انتخابات، سیاست‌گذاری عمومی و بسیج‌های سیاسی، ابعاد پنهان و بعضاً نادیده گرفته شده این پدیده شناختی روشن گردد. هدف اصلی آن است که نشان داده شود چگونه فرایندهای غیرعقلانی و تعصبات شناختی می‌توانند بر سازوکارهای انتخاب و داوری سیاسی سایه افکننده و انتخاب‌های شهروندان را از مسیر منطقی و شواهدمحور منحرف سازند. در چارچوب این تحلیل، مجموعه‌ای از راهکارهای کاربردی و سیاستی نیز پیشنهاد شده است که بتواند به تقویت ظرفیت‌های عقلانی شهروندان، کاهش اثرگذاری سوگیری‌های خطرناک، ارتقاء کیفیت مشارکت سیاسی و جلوگیری از شکل‌گیری فضای رسانه‌ای و اجتماعی مبتنی بر اطلاعات تحریف شده و احساس محور کمک نماید. این راهبردها ناظر به ایجاد بستری برای تصمیم‌گیری آگاهانه، تقویت تفکر انتقادی، آموزش سواد

رسانه‌ای و محدودسازی عوامل تقویت‌کننده اتاق‌های پژواک و قطبی‌سازی سیاسی در فضای عمومی هستند.

۱- ادبیات و مبانی نظری

دو نظریه کاربردی در حوزه انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی افراد شامل نظریه تفکر دوگانه تفکر کانمن^۱ (۲۰۱۱) و نظریه هویت اجتماعی تاجفل^۲ (۱۹۷۹) مبنای اصلی و چارچوب نظری این پژوهش انتخاب شده است. نظریه تفکر دوگانه معرفی شده در کتاب «تفکر، سریع و کند آ»، یکی از نظریه‌های برجسته در روان‌شناسی شناختی و تصمیم‌گیری است (Kahneman, 2011). براساس این نظریه ذهن انسان برای پردازش داده‌ها و اطلاعات و رسیدن به دانش و خرد و نهایتاً تصمیم‌گیری، از دو سیستم مختلف استفاده می‌کند: سیستم ۱: تفکر سریع، احساسی و شهودی و سیستم ۲: تفکر کند، منطقی و تحلیلی. سیستم ۱ دارای ویژگی‌های مشترک و مهمی به شرح زیر است:

- خودکار، شهودی و بدون زحمت و تلاش؛
 - تصمیم‌گیری سریع، اغلب براساس شهود، تجربه یا احساس؛
 - عدم احساس نیاز به تمرکز، تأمل و یا توجه آگاهانه؛
 - معمول در کارهای روزمره نظیر رانندگی در مسیر همیشگی یا تشخیص چهره‌ها؛
 - به‌شدت مستعد خطا و سوگیری‌های شناختی.
- در مقابل، سیستم ۲ دارای ویژگی‌های مشترک و مهمی به شرح زیر است:
- آگاهانه، منطقی، تحلیلی و با تلاش ذهنی؛
 - تلاش برای حل مسائل پیچیده، تصمیم‌گیری‌های مهم و یا تحلیل داده‌ها و اطلاعات؛
 - کندتر و محتاج تمرکز، تعمق و صرف زمان و انرژی بیشتر؛
 - برخوردار از ظرفیت و توانایی بازبینی و اصلاح خطاهای سیستم ۱، با این حال، به‌دلیل نیاز به تلاش بیشتر، معمولاً دیر و با تأخیر وارد عمل می‌شود.

نظریه کانمن نشان می‌دهد که اغلب افراد بیش از حد توقع و انتظار، تحت تأثیر سیستم ۱ هستند و همین امر باعث می‌شود که دچار اشتباهاتی نظیر سوگیری‌ها، خطاهای منطقی یا تصمیمات عجولانه‌ای شوند که حتی در اغلب موارد و مواقع متوجه خطاهای آشکار خود نیز نمی‌شوند. این

^۱ Daniel Kahneman's Dual-Process Theory of Thinking

^۲ Henri Tajfel's Social Identity Theory

^۳ Thinking, Fast and Slow

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

نظریه در تحلیل رفتار رأی‌دهندگان در انتخابات ریاست‌جمهوری به‌عنوان یک امر سیاسی مهم و سرنوشت‌آفرین، کاربرد زیادی داشته است (Bajpai & Sáez, 2022). مثال‌های زیر شواهدی از تأثیر سیستم ۱ (تفکر سریع، شهودی و احساسی) در رفتار و انتخاب افراد در امر سیاسی انتخابات و رأی‌دهی است:

۱. تأثیر چهره و ظاهر نامزدها: رأی‌دهندگان ممکن است صرفاً بر مبنای ظاهر یا زبان بدن یک نامزد احساس اعتماد یا علاقه کنند، حتی اگر برنامه‌های انتخاباتی او را دقیق بررسی نکرده باشند.

۲. پاسخ‌های احساسی به شعارها: شعارهایی نظیر «نجات کشور»، «بازگشت عزت» یا «عدالت برای همه» خیلی سریع احساسات افراد را تحریک می‌کند و بدون بررسی منطقی، رأی‌دهندگان را جذب می‌کند.

۳. تأثیر اخبار جعلی یا اطلاعات هیجانی: افراد گاهی به‌جای تحقیق عقلانی بر مبنای تیرهای احساسی یا شایعات در شبکه‌های اجتماعی تصمیم می‌گیرند.

مثال‌های زیر شواهدی از تأثیر سیستم ۲ (تفکر کند، منطقی و تحلیلی) در رفتار و انتخاب افراد است:

۱. تحلیل برنامه‌های اقتصادی و سیاسی: رأی‌دهنده‌ای که وقت می‌گذارد تا برنامه‌های نامزدها را مقایسه، پیشینه آن‌ها را بررسی و مبتنی بر منطق تصمیم‌گیری کند.

۲. بررسی منابع مستقل خبری و راستی‌آزمایی اطلاعات: وقتی کسی خبری را راستی‌آزمایی می‌کند یا سعی می‌کند منابع مختلف را مقایسه کند تا به تصمیمی دقیق‌تر برسد.

۳. مشارکت در مناظره‌ها و گفتگوهای تحلیلی: مخاطبانی که مناظرات انتخاباتی را دنبال و تحلیل می‌کنند تا ببینند که کدام نامزد پاسخ‌های منطقی‌تری ارائه می‌دهد.

اکثر مردم در شرایط تنش و فشار روحی، زمان کم و یا بمباران اطلاعاتی، به‌طور پیش‌فرض به سیستم ۱ تکیه می‌کنند. سیاست‌مداران و پویس‌های انتخاباتی از این موضوع آگاه بوده و سعی می‌کنند با شعارهای هیجانی، تصاویر قدرتمند و تحریک احساسات، رأی‌دهندگان را به شیوه‌ای احساسی (نه منطقی و تحلیلی) جذب نمایند. به‌عنوان یک نمونه واقعی، در انتخابات ریاست‌جمهوری ایالات متحده، کاربست نظریه تفکر دوگانه کانمن مشهود و قابل تحلیل است. پویس‌های انتخاباتی آمریکا به‌شدت حرفه‌ای طراحی می‌شوند و از روان‌شناسی شناختی، بازاریابی و رسانه به شکل گسترده‌ای بهره‌برداری می‌کنند (Beri & Reddy, 2022). تاکنون سیستم ۱ در انتخابات این کشور با اقدامات و طراحی‌های هوشمندانه زیر استفاده شده است:

۱. استفاده از شعارهای ساده و تحریک‌کننده: شعار ساده و پُر از بار احساسی و نوستالژی یک نامزد در سال ۲۰۱۶ با عنوان «آمریکا را دوباره بزرگ کنیم»^۱ باعث شد که عمده رأی‌دهندگان بدون تحلیل عمیق، حس افتخار و امنیت گذشته را طلب کنند و به این نامزد رأی دهند.
۲. دوقطبی‌سازی و دشمن‌سازی: یکی از نامزدها و برخی از سیاست‌مداران از ترفند «ما در برابر آن‌ها» استفاده می‌کنند. «دموکرات‌ها می‌خواهند کشور را نابود کنند» یا «مهاجران شغل‌های شما را اشغال می‌کنند».
- این‌گونه ترفندهای سیستم ۱ برای بهره‌گیری از ترس و خشم مردم برای تصمیم‌گیری سریع و ایجاد زمینه سوگیری شناختی هستند.
۳. تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی: استفاده از کلیپ‌های کوتاه، تصاویر احساسی و پیام‌های سریع در فیسبوک، توئیتر و اینستاگرام باعث می‌شود تا افراد بدون تحلیل دقیق محتوا خیلی سریع تصمیم‌گیری کنند.
- با وجود این، سیستم ۲ نیز در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده با اقدامات و طراحی‌های ویژه به شرح زیر مورد استفاده قرار گرفته است:
 ۱. بررسی برنامه‌ها و سیاست‌ها: رأی‌دهندگان که مقالات طولانی می‌خوانند، مناظرات انتخاباتی را به‌طور دقیق دنبال و یا گزارش‌های تحقیقی درباره برنامه‌های بیمه درمانی، مالیات، آموزش و نظایر این‌ها را بررسی می‌کنند.
 ۲. راستی‌آزمایی سخنان نامزدها: وبگاه‌هایی نظیر فکت‌چک^۲ و پلیتی‌فکت^۳ برای راستی‌آزمایی ادعاهای نامزدها ساخته شدند و عموماً افرادی که به این منابع مراجعه می‌کنند، درگیر تفکر کُند و تحلیلی هستند.
 ۳. مشارکت در بحث‌های منطقی: رأی‌دهندگان که در مباحث سیاسی استدلالی، علمی و یا مناظره‌های عمومی مشارکت می‌کنند، بیش از احساس بر تحلیل داده‌ها و منطق تکیه می‌کنند.
- در عمل، اکثر رأی‌دهندگان ترکیبی از هر دو سیستم را استفاده می‌کنند، ولی پویش‌های موفق‌تر آن‌هایی هستند که بتوانند سیستم ۱ را تحریک کنند، در حالی که برای اقناع رأی‌دهندگان منطقی نیز فنون و ابزارهایی را تدارک دیده باشند. به‌ویژه در ایالات متحده به دلیل وجود تبلیغات پُر حجم و حرفه‌ای، هر دو سیستم به شدت درگیر می‌شوند، ولی همواره سیستم ۱ علی‌الخصوص در لحظات

¹ Make America Great Again

² FactCheck.org

³ PolitiFact

حساس یا تصمیم‌گیری‌های سریع نقش غالب‌تری داشته است (Bajpai & Beri, 2022; Sáez, 2022).

نظریه هویت اجتماعی تاجفیل (1979) یکی از نظریه‌های مهم و قابل اتکا در روان‌شناسی اجتماعی است که به واکاوی و بررسی چگونگی شکل‌گیری هویت فردی از طریق تعلق به گروه‌های اجتماعی می‌پردازد (Tajfel, 1978). همچنین، این نظریه برای فهم و تبیین پدیده‌هایی فردی، گروهی و اجتماعی نظیر تعصب، نژادپرستی، ملی‌گرایی افراطی، هویت قومی، رفتار و تصمیم‌گیری سیاسی و رفتار هواداران تیم‌های ورزشی کاربرد دارد (Tajfel & Turner, 1979). مفاهیم کلیدی این نظریه به شرح زیر است:

1. هویت اجتماعی: بخشی از خودپنداره فرد است که از تعلق به گروه‌های اجتماعی مختلف نظیر قومیت، مذهب، ملیت، تیم ورزشی، شغل و امثال این‌ها ناشی می‌شود.
 2. گروه درونی و گروه بیرونی¹: افراد تمایل دارند خود را متعلق به گروه خاصی بدانند (گروه درونی) و سایر افراد را به‌عنوان اعضای گروه‌های دیگر (گروه بیرونی) تعریف نمایند.
 3. فرایندهای سه‌گانه شکل‌گیری هویت اجتماعی: تعیین هویت؟ افراد برای ساده‌سازی جهان اطراف، دیگران (و خود) را در گروه‌های مختلف دسته‌بندی می‌کنند، درونی‌سازی؟ پس از دسته‌بندی، فرد خود را با گروهی خاص یکی می‌داند و ویژگی‌های آن گروه را درونی می‌سازد، مقایسه‌ی اجتماعی؟ افراد گروه خود را با گروه‌های دیگر مقایسه می‌کنند تا عزت نفس خود را افزایش دهند؛ این مقایسه‌ها اغلب به نفع گروه درونی است.
 4. سوگیری به نفع گروه خودی²: برای تقویت عزت نفس، افراد معمولاً تمایل دارند گروه خود را بهتر از دیگر گروه‌ها ارزیابی کنند که امر می‌تواند منجر به کلیشه‌سازی، تبعیض و تعارض بین گروهی شود.
- به‌عنوان مثال، در یک مدرسه دو کلاس شامل کلاس «الف» و کلاس «ب»، هر گروه از دانش‌آموزان، خود را متعلق به کلاس خود می‌دانند (درونی‌سازی). وقتی رقابت ورزشی یا علمی بین این دو کلاس شکل می‌گیرد، دانش‌آموزان کلاس «الف» ممکن است ادعا کنند که «ما باهوش‌تریم» یا «ما منظم‌تریم». این دقیقاً همان سوگیری به نفع گروه خودی است. حتی اگر تفاوت

¹ In-group and Out-group

² Social Categorization

³ Social Identification

⁴ Social Comparison

⁵ In-group Bias

واقعی زیادی بین دو کلاس نباشد، باز هم احساس تعلق باعث قضاوت جانبدارانه می‌شود. به‌عنوان مثال دیگر، وقتی فردی خود را متعلق به یک ملیت یا قوم خاص می‌داند ممکن است ویژگی‌های مثبت زیادی نظیر مهمان‌نوازی، هوش و فرهنگ غنی، برای قوم یا گروه خود قائل باشد، ولی به اقوام و گروه‌های دیگر با شک و یا دید منفی نگاه کند. این برداشت و نگاه، می‌تواند منجر به تعصب، کلیشه‌سازی یا حتی تبعیض شود (Haddadian, Hashemian & Tabakhian, 2016).

نظریه هویت اجتماعی تاجفل کاربرد بسیار مهمی در درک رفتار مردم در انتخابات و تصمیم‌گیری‌های سیاسی دارد. با استفاده از این نظریه می‌توان فهمید که چرا افراد به احزاب یا گروه‌های سیاسی خاصی گرایش پیدا می‌کنند و یا چگونه تعصبات و سوگیری‌های سیاسی شکل می‌گیرد (Mohammadi & Mousavi, 2020; Tajfel & Turner, 1979).

۱. تعلق به گروه سیاسی و شکل‌گیری هویت: در فضای سیاسی، مردم معمولاً خود را متعلق به یک حزب، جناح یا طرز فکر خاص نظیر اصلاح‌طلب، اصول‌گرا، محافظه‌کار، لیبرال و غیره می‌دانند. این تعلق، بخشی از «هویت اجتماعی» فرد می‌شود و یعنی فرد حس می‌کند ما اصلاح‌طلب‌ها یا ما اصول‌گراها و در نتیجه، خود را با اعضای آن گروه هم‌هویت می‌کند.

۲. درک و فهم جانبدارانه از واقعیت: وقتی افراد در یک گروه سیاسی خاص قرار می‌گیرند، معمولاً اطلاعات، اخبار و تحلیل‌ها را به گونه‌ای پردازش می‌کنند که مؤید دیدگاه‌های گروه خودی باشد. به‌عنوان نمود، اگر رهبر حزب خود اشتباه کند، توجیه می‌کنند، اما اگر همان کار را حزب رقیب انجام دهد، شدیداً انتقاد می‌کنند. این نوع تفکر، همان سوگیری به نفع گروه درونی است.

۳. تصمیم‌گیری سیاسی بر اساس هویت، نه برنامه: بسیاری از رأی‌دهندگان هنگام انتخابات، به‌جای بررسی دقیق برنامه‌های نامزدها صرفاً به کسی رأی می‌دهند که به گروه خودی نزدیک‌تر باشد. در واقع، رأی دادن به‌نوعی بیان هویت اجتماعی تبدیل می‌شود. فرد احساس می‌کند با رأی دادن، از «ما» دفاع کرده و در برابر «آنها» یا «دیگری» ایستاده است.

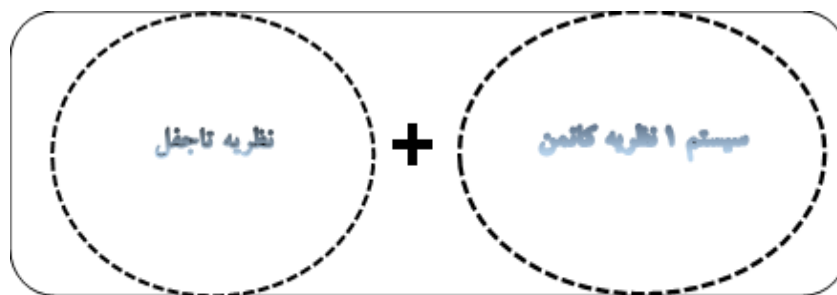
۴. دوقطبی شدن جامعه: وقتی جامعه بر اساس هویت‌های سیاسی تقسیم می‌شود، گروه‌ها ممکن است به‌شدت دچار دوقطبی شده و گفتگو یا درک متقابل بین آنها سخت شود. این وضعیت می‌تواند باعث افزایش تعارض‌های سیاسی، کاهش تحمل دیگران، شکل‌گیری پویش‌های تخریبی و اخبار جعلی شود.

نظریه هویت اجتماعی توضیح می‌دهد که رفتار سیاسی افراد فقط عقلانی و بر اساس داده‌ها و اطلاعات نیست، بلکه ریشه در احساس تعلق به گروه‌های فکری و اجتماعی - سیاسی دارد. این نظریه

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

کمک می‌کند تا فهم و شد که چرا گاهی افراد از یک سیاست‌مدار با وجود ضعف‌های متعدد دفاع می‌کنند و چرا «ما و آن‌ها» در سیاست تا این حد پُررنگ و گاهی حتی به شدت آسیب‌زا و خسارت‌بار است (Allcott et al., 2020; Wheeler, 2024).

هم‌افزایی، هم‌آفرینی و اشتراک سیستم ۱ نظریه تفکر دوگانه کانمن و نظریه هویت اجتماعی تاجفل به شرح چارچوب مفهومی زیر (شکل ۱) عامل و نقطه کانونی و بحرانی تولید و زایش انواع سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌های افراد و مردم به‌ویژه در امور سیاسی است. غلظت ترکیب و اشتراک این دو نظریه می‌تواند به معنی تشدید خلق سوگیری‌های شناختی و انفکاک و فاصله و شکاف این دو نظریه به معنی کاهش امکان و ظرفیت تولید سوگیری‌های شناختی خواهد بود.



شکل-۱. شمایی از چارچوب مفهومی پژوهش

۲- روش تحقیق

در این پژوهش از روش مرور اسنادی غیرنظام‌مند و نوعی فراتحلیل مفهومی بهره گرفته شده است. هدف از این رویکرد، نه تجمیع آماری یافته‌ها بلکه ترکیب و تحلیل مفاهیم نظری و شواهد تجربی پراکنده در زمینه سوگیری‌های شناختی در رفتارهای سیاسی بوده است. برای انتخاب منابع، معیارهایی شامل: (۱) ارتباط مستقیم با موضوع سوگیری‌های شناختی، تصمیم‌گیری سیاسی یا هویت اجتماعی، (۲) انتشار در بازه زمانی ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۴ (به‌ویژه پس از انتشار نظریه تفکر دوگانه کانمن) و (۳) اعتبار علمی منابع از حیث انتشار در مجلات علمی-پژوهشی یا توسط ناشران معتبر، لحاظ شده است. گرچه این مرور به صورت نظام‌مند کامل (مطابق با چارچوب PRISMA انجام نشده، اما تلاش شده با رعایت استانداردهای علمی نظیر شفافیت در ملاک‌های جستجو، تنوع منابع و تحلیل تطبیقی، از سوگیری در انتخاب داده‌ها جلوگیری شود. منابع تحلیل‌شده ترکیبی از مطالعات کمی (نظیر

داده‌های تجربی و پیمایشی)، کیفی (نظیر تحلیل گفتمان و مطالعات موردی) و متون نظری بوده‌اند. تمرکز پژوهش بیشتر بر تحلیل مفهومی یافته‌ها بوده و داده‌ها با هدف کشف الگوها، روابط و پیامدهای شناختی در تصمیم‌گیری‌های سیاسی تلفیق و تفسیر شده‌اند. نکته حائز اهمیت و نوپدید در این تحقیق این است که برای جستجو، گزینش، راستی‌آزمایی، صحت‌سنجی و مقایسه و تطبیق برخی منابع علمی و یافته‌های پژوهشی از چهار ابزار معروف هوش مصنوعی^۱ شامل ChatGPT، Storm، Grok و DeepSeek به‌عنوان دستیاران پژوهشگر، بهره‌برداری شده است. استفاده از این ابزارها موجب دسترسی به منابع و داده‌های بیشتر و کاهش زمان تحلیل، نگارش و جمع‌بندی داده‌ها و مباحث شده است.

۳- یافته‌های پژوهش

درک فرایندهای شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها، پیچیدگی‌ها و چالش‌های قابل توجهی را آشکار می‌کند. یکی از مشکلات عمده ارزیابی کیفیت یک تصمیم صرفاً بر اساس داده‌ها و اطلاعات موجود در زمان اتخاذ آن، مستقل از نتیجه نهایی آن است. این چالش با گرایشی به‌نام سوگیری نتیجه، جایی که افراد کیفیت تصمیم‌گیری را عمدتاً با موفقیت یا شکست نتیجه ارزیابی می‌کنند تا خود فرایند تصمیم‌گیری، تشدید می‌شود (Jin, Ji & Peng, 2019; Béchard et al., 2024). به دلیل هوش جمعی، همفکری و تنوع دیدگاه‌ها گروه‌ها اغلب می‌توانند در تصمیم‌گیری‌ها بهتر از افراد که ممکن است منجر به ارزیابی دقیق‌تر گزینه‌ها و پیامدها شود، عمل کنند. با این حال، گروه‌ها نیز مستعد زیان‌های فرایندی نظیر فشارهای انطباق که می‌تواند مانع تفکر انتقادی شده و منجر به تصمیم‌گیری‌های نامناسب شود، پدیده‌ای به‌عنوان گروه‌زدگی، هستند (Shannon, McGee, 2020; Jones, 2019). به‌علاوه، مفهوم عقلانیت محدود نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری‌ها اغلب تحت محدودیت‌های داده‌ها و اطلاعات و منابع شناختی محدود انجام می‌شود و مفهوم عقلانیت کامل در فرایندهای تصمیم‌گیری را با چالش مواجه می‌کند (Shannon, McGee, 2019). در نتیجه، هر دو فرایند تصمیم‌گیری فردی و گروهی باید از نظر محدودیت‌های شناختی و زمینه‌هایی که در آن رخ می‌دهند، به‌ویژه در فضاها و شرایط برخوردار از بار سیاسی^۲ فهم شوند.

¹Artificial Intelligence (AI) Transformers

²Politically charged environments

سوگیری‌های شناختی به‌طور قابل توجهی قضاوت‌ها و تصمیمات سیاسی را شکل می‌دهند و اغلب افراد را وادار می‌کنند تا داده‌ها و اطلاعات را به‌گونه‌ای تفسیر نمایند که با باورهای پیشین آن‌ها همسو و هم‌راستا باشد. این پدیده به‌ویژه در زمینه سوگیری تأیید که در آن افراد به‌دنبال داده‌ها و اطلاعاتی هستند که نظرات آن‌ها را پشتیبانی کند یا وزن نامتناسبی به آن‌ها دهد، در حالی که شواهد متناقض را رد می‌کند، برجسته و درخور توجه می‌شود (Kim, 2001; Herrmann et al., 2019). این‌گونه سوگیری‌ها می‌تواند به اشکال مختلف ظاهر شود و بر رفتار سیاسی و فرایندهای تصمیم‌گیری تأثیر گذارد. چندین سوگیری شناختی معمولاً در زمینه‌های سیاسی مشاهده می‌شود: ۱. سوگیری تأیید؛ ۲. سوگیری اقتدار و ۳. سوگیری چارچوب‌بندی. سوگیری تأیید شایع‌ترین سوگیری شناختی است که بر قضاوت‌های سیاسی تأثیر گذار است. افراد را وادار می‌کند تا داده‌ها و اطلاعاتی را که باورهای موجود آن‌ها را تأیید می‌کند یا با آن‌ها در تضاد است نادیده بگیرند (Gonzalez, 2014). این نوع سوگیری می‌تواند فضاها و محیط‌های سیاسی قطبی را جایی که افراد در موقعیت‌های خود تثبیت شده و گفتگوهای سازنده را به چالش می‌کشد، خلق کند (Kim, 2001). سوگیری اقتدار به تمایل به تأثیرپذیری از نظرات مقامات و شخصیت‌های ادراک شده اشاره دارد. افراد ممکن است بدون در نظر گرفتن تخصص گوینده در موضوعات سیاسی، نظرات شخصیت‌های سیاسی یا افراد مشهور را با تحلیل انتقادی اندک بپذیرند و به اظهارات آن‌ها اعتبار نابجا نسبت دهند (Caetano & Martins, 2017; Jin, Ji & Peng, 2019). این امر می‌تواند منجر به ارتقای نامزدهایی شود که ممکن است فاقد تجربه سیاسی مرتبط باشند؛ اما به‌دلیل موقعیت اجتماعی خود همچنان مورد پشتیبانی قرار می‌گیرند. اثر چارچوب‌بندی نشان می‌دهد که چگونه ارائه داده‌ها و اطلاعات می‌تواند به‌طور قابل توجهی تفاسیر و پاسخ‌های افراد را تغییر دهد. مشخصه آن روشی است که داده‌ها و اطلاعات ساختار یافته یا چارچوب‌بندی شده است تا بر جنبه‌های خاصی تأکید کند که علی‌رغم حقایق زیربنایی یکسان، به نتایج متفاوت منجر می‌شود. بر پایه نتایج پژوهش‌ها افراد مسن‌تر ممکن است بیشتر مستعد تأثیرات چارچوب‌بندی باشند و این امر نشان می‌دهد که پردازش شناختی با افزایش سن تکامل می‌یابد (Wheeler, 2024; Fiveable, 2024).

سوگیری‌های شناختی می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های سیاسی غیرمنطقی شود که اغلب افراد را از تحلیل عینی دور می‌کند و به سمت نتیجه‌گیری‌های هیجانی هدایت می‌کند. سوگیری‌هایی نظیر طرفداری درون‌گروهی می‌تواند افراد را تشویق کند تا منافع گروه سیاسی خود را بر نیازهای فراگروهی و اجتماعی گسترده‌تر ترجیح دهند (Caetano & Martins, 2017). این امر می‌تواند جو

سیاسی تفرقه‌افکنانه را تداوم بخشد و مانع اجماع مبتنی بر منطق و برهان متقن شود. افزون بر این، پویایی گروه‌زدگی می‌تواند در فضاها و محیط‌های سیاسی، جایی که میل به هماهنگی در یک گروه منجر به سرکوب نظرات مخالف می‌شود و قضاوت‌های مغرضانه را بیشتر تقویت می‌کند، ظاهر شود (Wason, 1960). آثار ترکیبی این سوگیری‌ها نه تنها بر فرد رأی‌دهندگان تأثیر می‌گذارد، بلکه بر نظام‌های سیاسی بزرگ‌تر نیز تأثیر گذاشته و سیاست‌ها و نتایج انتخابات را شکل می‌دهد که ممکن است ترجیحات واقعی رأی‌دهندگان را منعکس نکند. فهم این سوگیری‌های شناختی برای تقویت گفتمان سیاسی آگاهانه‌تر و منطقی‌تر بسیار حائز اهمیت است، زیرا شناخت تأثیر آن‌ها می‌تواند افراد را برای جستجوی دیدگاه‌های متنوع‌تر و کاهش تأثیرات سوگیری‌ها بر قضاوت‌های آن‌ها توانمندتر کند.

پویایی گروه نقش مهمی در فرایند تصمیم‌گیری سیاسی ایفا می‌کند و به واسطه مذاکره و پویایی اقتدار در میان افراد و گروه‌های دارای منافع متضاد، بر نتایج تأثیر می‌گذارد (Aytton & Fischer, 2004). یکی از مسائل مهمی که در بافتارهای تصمیم‌گیری گروهی مطرح می‌شود، پدیده قطبی‌شدن، جایی که گروه‌ها تمایل دارند مواضع افراطی‌تری نسبت به دیدگاه‌های اولیه خود اتخاذ کنند، است. قطبی‌شدن که می‌تواند توسط عوامل مختلفی تشدید شود، به‌طور ویژه در فضاها و محیط‌های سیاسی پرمخاطره‌تر است (Hrabina, 2023; Bardon, 2020). گروه‌زدگی یک پدیده روان‌شناختی است که اغلب مانع تصمیم‌گیری مؤثر در گروه‌ها می‌شود و زمانی اتفاق می‌افتد که اعضای گروه نوعی از اجماع و هماهنگی را بر ارزیابی انتقادی گزینه‌ها اولویت می‌دهند. این پدیده می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های ناصواب و نابجا شود. نمونه‌های تاریخی گروه‌زدگی شامل حمله به خلیج خوک‌ها، فاجعه شاتل فضایی چلنجر و حمله به عراق در سال ۲۰۰۳ نشان می‌دهد که این پویایی می‌تواند به دلایل فشارها برای انطباق، نگاه بسته و توهم وحدت رویه اعضا، به نتایج فاجعه‌باری منتج شود (Baron, 2010; Dominic, 2020; Zmigrod et al., 2021). در بافتارهای سیاسی، گروه‌زدگی می‌تواند منجر به نادیده گرفتن داده‌ها و اطلاعات انتقادی و نظرات مخالف شود، در نتیجه خطر شکست سیاست‌ها و تزايد بحران‌ها را افزایش می‌دهد (Wang & Ruhe, 2007). پیامدهای گروه‌زدگی به بخش‌های مختلف از جمله مراقبت‌های بهداشتی و عملیات نظامی گسترش می‌یابد، جایی که تصمیم‌ها به‌طور قابل توجهی بر زندگی و ثبات اجتماعی تأثیر می‌گذارند (Baron, 2010).

پژوهش‌ها درباره قطبی‌سازی گروهی^۱ نشان می‌دهد که مباحث جمعی اغلب منجر به مواضع افراطی‌تر در میان اعضای گروه می‌شود. این پدیده می‌تواند تحت تأثیر باورهای مشترک، هنجارهای اجتماعی و تمایل به انسجام گروهی باشد که ممکن است فرایندهای تصمیم‌گیری منطقی را مبهم کند. در تصمیم‌گیری سیاسی، چنین دوقطبی‌سازی می‌تواند شکاف‌ها را تشدید کند و منجر به تغییر سیاست‌های رادیکال شود که لزوماً منعکس‌کننده دیدگاه‌های گسترده‌تر جامعه و مردم نیست (Rachel et al., 2024). شناخت این پویایی‌ها برای تقویت تصمیم‌گیری بهتر در محیط‌های سیاسی ضروری است، زیرا درک زیربنای روانی می‌تواند به کاهش خطرات مرتبط با گروه‌زدگی و قطبی شدن کمک کند. سوگیری‌های شناختی به‌طور قابل توجهی بر داوری‌های سیاسی و فرایندهای تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد و نحوه تفهم افراد و گروه‌ها و احزاب از موضوعات و مسائل سیاسی را شکل می‌دهد. این سوگیری‌ها می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری مبتنی بر ایدئولوژیک، جایی که افراد داده‌ها و اطلاعات را از منظر اعتقادات سیاسی خود تفسیر می‌کنند و اغلب شواهدی را که با دیدگاه‌های خود در تضاد است رد یا کم‌اهمیت جلوه می‌دهند، می‌شود (Littrell & Fugelsang, 2023; Ehrlinger, Gilovich & Ross, 2005). این گرایش می‌تواند به اشکال مختلف، از جمله سوگیری تأیید، سوگیری اقتدار و اثر چارچوب‌بندی ظاهر شود که تمام این سوگیری‌ها می‌توانند گفتمان سیاسی و ارزیابی سیاست را خدشه‌دار کنند (Caetano & Martins, 2017). تأثیر سوگیری‌های شناختی بر تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌های سیاسی پیامدهای عمیقی برای سیاست عمومی دارد. تصمیم‌گیرندگان اغلب بر میان‌برهای شناختی تکیه می‌کنند که می‌تواند منجر به ارزیابی ناقص و ناکافی اثربخشی سیاست و نیازهای اجتماعی شود (Fiveable, 2024). به‌عنوان مثال، چارچوب‌بندی یک خط‌مشی شامل نحوه ارائه اهداف و نتایج آن می‌تواند درک عمومی از موفقیت یا شکست را شکل دهد. ارزیابی‌کنندگانی که جنبه‌های خاص و محدودی از یک خط‌مشی را برجسته می‌کنند، ممکن است درک عمومی و پذیرش شایستگی‌های آن را منحرف کنند (Fiveable, 2024). به‌علاوه، سوگیری‌های شناختی می‌تواند قطبی‌سازی گروهی را تسهیل کند که در آن افراد در گروه‌های همگن سیاسی، باورهای یک‌دیگر را تقویت می‌کنند که پیامد آن اتخاذ مواضع افراطی‌تر خواهد بود. این پدیده می‌تواند شکاف سیاسی را تشدید کند، زیرا اعضای گروه‌ها و احزاب مخالف به‌طور فزاینده‌ای از یک‌دیگر بیگانه می‌شوند و ظرفیت‌ها و امکان‌های گفتگوهای سازنده و سازش را کاهش می‌دهد (Lerman & Acland, 2020). تأثیر متقابل سوگیری‌ها و پویایی

¹ group polarization

گروه‌ها و احزاب اغلب منجر به تشدید تنش‌های سیاسی نظیر قطب‌بندی فزاینده بین مناطق طرفدار دو حزب متفاوت می‌شود (Baron, 2010).

پیامدهای داوری‌های سیاسی جانب‌دارانه به مشارکت عمومی و مشارکت مدنی بسط پیدا می‌کند. سوگیری‌های شناختی ممکن است تمایل افراد را برای در نظر گرفتن دیدگاه‌های جایگزین که برای گفتمان سالم مردم سالارانه ضروری است، مختل کند. هنگامی که سوگیری‌ها بر داوری‌های سیاسی چیره می‌شود، مردم و شهروندان ممکن است در باورهای خود ثابت‌قدم و منجر به جدایی از فرایندهای سیاسی یا تداوم داده‌ها و اطلاعات نادرست شوند. این امر می‌تواند محیطی را ایجاد کند که در آن پشتیبانی‌های سیاسی و مباحث سیاستی بیش از ابتناء بر تحلیل‌های عقلانی و مبتنی بر شواهد، تحت تأثیر احساسات و ایدئولوژی قرار می‌گیرد.

از منظر نظریه تفکر دوگانه کانمن و هویت اجتماعی تاجفل، داده‌ها و اطلاعات همسو با هویت گروهی حتی اگر نادرست باشند، توسط سیستم ۱ به راحتی پذیرفته می‌شوند. به عنوان مثال، شایعات ضد حزب و گروه رقیب در شبکه‌های اجتماعی به دلیل تأیید هویت گروهی، به سرعت باور می‌شوند. داده‌ها و اطلاعات ناهمسو با هویت گروهی، حتی اگر منطقی باشند، توسط سیستم ۱ رد می‌شوند و سیستم ۲ نیز به دلیل فشار شناختی برای تحلیل آن‌ها انرژی صرف نمی‌کند. به عنوان مثال، طرفداران یک سیاست‌مدار ممکن است اخبار فساد او را صرفاً به دلیل آن که پذیرش آن به معنی تهدید هویت خویش است، نادیده بگیرند. رهبران با جذب^۱ می‌توانند با تحریک عواطف و هویت جمعی، سیستم ۱ را فعال کنند و سیستم ۲ را با استفاده از شعارهای ساده و ایجاد دشمن مشترک دور بزنند. این خُده‌ها باعث می‌شود که مردم به جای تحلیل عمیق، به صورت غریزی از رهبر سیاسی مد نظر پیروی کنند. همچنین، پُست‌های سریع و احساسی شامل توییت‌های کوتاه، بیشتر توسط سیستم ۱ پردازش می‌شوند و هویت گروهی را تقویت می‌کنند. در عوض، مقالات تحلیلی طولانی نیاز به سیستم ۲ دارند، اما معمولاً فقط توسط افرادی خوانده می‌شوند که هویت خویش را تهدید شده نمی‌بینند (Kahneman & Tversky, 1979). در نتیجه، قطبی شدن سیاسی به دلیل آن که اکثر مردم در دامن حلقه‌های اطلاعاتی هویت‌محور می‌افتند، تشدید می‌شود. ترکیب دو نظریه مذکور نشان می‌دهد اولاً هویت اجتماعی پایه اصلی قضاوت سیاسی است و سیستم ۱ از آن به صورت غریزی دفاع می‌کند، ثانیاً سیستم ۲ می‌تواند تعصبات را کاهش دهد، اما تنها زمانی که هویت فرد زیر سؤال نرود و ثالثاً

¹ Charismatic Leaders

رهبران و رسانه‌ها با تحریک عواطف و هویت‌های جمعی، می‌توانند سیستم ۱ را مسلط کنند و تصمیم‌گیری‌های منطقی و عقلایی را تضعیف نمایند (Jamieson & Cappella, 2008). به‌علاوه، نظریه تفکر دوگانه کانمن نشان می‌دهد که افراد در مواجهه با اطلاعات سیاسی ابتدا از سیستم ۱ (تفکر سریع، شهودی و احساسی) استفاده می‌کنند. این سیستم به‌صورت خودکار و با تکیه بر کلیشه‌ها و تعصبات عمل می‌کند. از سوی دیگر، نظریه هویت اجتماعی تاجفل تأکید دارد که مردم تمایل شدیدی به حمایت از گروه و حزب خود و رد گروه‌ها و احزاب رقیب دارند. ترکیب این دو نظریه توضیح می‌دهد که چرا اطلاعات همسو با هویت گروهی حتی اگر نظیر شایعات سیاسی نادرست باشند، به‌راحتی پذیرفته می‌شوند و اطلاعات ناهمسو به دلیل تهدید بودن آن‌ها برای هویت فرد، به‌سرعت رد می‌شوند. به‌عنوان مثال، در انتخابات ۲۰۱۶ ایالات متحده طرفداران یک نامزد اخبار مربوط به فساد او را نادیده گرفتند، چراکه پذیرش این اخبار به معنی تهدید هویت سیاسی آن‌ها بود. این پدیده «سوگیری تأییدی»^۱ را تقویت می‌کند. با وجود این، اگرچه سیستم ۲ (تفکر تحلیلی و منطقی) می‌تواند تعصبات را کاهش دهد، اما در عمل به‌دلایل متعددی نظیر تنبلی شناختی و تهدید هویت، کمتر فعال می‌شود. تنبلی شناختی باعث می‌شود که پردازش عمیق اطلاعات انرژی‌بر است و مردم ترجیح می‌دهند به تفکر سریع تکیه کنند و بر اساس تهدید هویت، وقتی اطلاعات منطقی هویت گروهی را زیر سؤال ببرد، افراد به‌جای تحلیل، از سازوکارهای دفاعی همچون انکار، استفاده می‌کنند. در موضوع برگزیت، اقتصاددانان هشدار دادند که خروج از اتحادیه اروپا به اقتصاد آسیب می‌زند، اما بسیاری از مردم این تحلیل‌ها را نظرات نخبگان دور از واقعیت دانستند. این واقعیت، نشان می‌دهد که حتی حقایق مستند نیز نمی‌توانند بر هویت‌های تحریک‌شده غلبه کنند (Sunstein, 2017).

رهبران سیاسی و رسانه‌ها با استفاده از زبان ساده، نمادها و احساسات، به‌طور مستقیم سیستم ۱ را با نیرنگ‌های رایجی نظیر شعارهای احساسی و دشمن‌تراشی، هدف می‌گیرند. این خُده‌ها باعث می‌شود که مردم و رأی‌دهندگان به‌جای ارزیابی منطقی (سیستم ۲)، براساس غریزه و هویت گروهی تصمیم بگیرند. در تبلیغات برگزیت، ترس از مهاجران با تصاویر احساسی از هجوم پناهجویان تقویت شد. رسانه‌های اجتماعی با نمایش محتوای همسو با عقاید کاربران، حلقه‌های بازخوردی ایجاد می‌کنند که در آن سیستم ۱ مدام با داده‌ها و اطلاعات تأییدکننده هویت فرد تغذیه می‌شود و سیستم ۲ هیچ‌گاه برای بررسی انتقادی فعال نمی‌شود. در انتخابات ۲۰۱۶ ایالات متحده کاربران فیسبوک

¹ Confirmation Bias

فقط اخبار موافق با دیدگاه‌های خود را دیدند که به قطبی شدن شدید منجر شد. رهبران پوپولیست با تحریک سیستم ۱ و هویت‌های جمعی، از تحلیل منطقی جلوگیری می‌کنند (Sunstein, 2009; Jamieson & Cappella, 2008). در مجموع، ترکیب دو نظریه نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری سیاسی نتیجه تعامل سوگیری‌های شناختی، هویت‌های گروهی و فرایندهای عاطفی است. درک این سازوکارها به بهبود راهبردهای انتخاباتی و تقویت تصمیم‌گیری آگاهانه کمک می‌کند. با این همه لازم است در ترکیب و استفاده از این نظریه‌ها به زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی بومی - محلی توجه شود.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با تکیه بر نظریه تفکر دوگانه کانمن و نظریه هویت اجتماعی تاجفل، به واکاوی و تحلیل نقش و تأثیر سوگیری‌های شناختی بر فرایندهای تصمیم‌گیری سیاسی، به‌ویژه در زمینه انتخابات و گرایش‌های حزبی پرداخته است. ترکیب این دو نظریه، یک چارچوب مفهومی برای درک بهتر تعامل میان شناخت، احساس و هویت در تصمیم‌گیری‌های سیاسی ارائه می‌دهد. این چارچوب می‌تواند مبنایی برای اصلاح ساختارهای تصمیم‌گیری، ارتقای سطح مشارکت آگاهانه و جلوگیری از پیامدهای منفی افراط‌گرایی و قطبی‌سازی در جوامع مدرن باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اغلب تصمیمات و انتخاب‌های سیاسی مردم، به‌جای آن‌که مبتنی بر تحلیل‌های منطقی، داده بنیان و مبتنی بر شواهد عینی باشد، بر پایه احساسات، هویت گروهی و واکنش‌های شهودی و سریع شکل می‌گیرد. بر اساس نظریه تفکر دوگانه، ذهن انسان دارای دو سیستم تصمیم‌گیری است: سیستم اول، سریع، شهودی و احساسی است؛ در حالی که سیستم دوم، کند، تحلیلی و منطقی عمل می‌کند. در شرایط استرس‌زا یا مواجهه با اطلاعات پیچیده، افراد اغلب از سیستم اول استفاده می‌کنند که منجر به سوگیری‌هایی نظیر سوگیری تأیید، سوگیری اقتدار، اثر چارچوب‌بندی و نادیده گرفتن شواهد متضاد می‌شود.

از سوی دیگر، نظریه هویت اجتماعی نشان می‌دهد که افراد با عضویت در گروه‌های اجتماعی یا سیاسی خاص، هویت خود را شکل داده و تمایل دارند اطلاعاتی را بپذیرند که همسو با این هویت باشد، در حالی که اطلاعات ناهمسو را رد یا تحریف می‌کنند. این امر سبب ایجاد قطب‌گرایی سیاسی، عدم تحمل مخالف و شکل‌گیری اتاق‌های پژواک^۱ در فضای اجتماعی و رسانه‌ای می‌شود.

¹ echo chambers

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

نمونه‌های متعددی از کاربرد این مفاهیم در سیاست‌گذاری‌های جهانی نظیر پویش‌های انتخاباتی ایالات متحده و پدیده‌هایی نظیر برگزیت که در آن‌ها با استفاده از ابزارهای احساسی، شعارهای ساده و تحریک هویت جمعی، رأی‌دهندگان بدون تحلیل عمیق تصمیم‌گیری کرده‌اند، وجود دارد. این فرایندها با استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های تقویت‌کننده باورهای پیشین، تشدید شده‌اند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، در شرایط بحرانی یا رقابتی، افراد بیش از محاسبات عقلانی به فرایندهای احساسی، گروهی و شهودی تکیه می‌کنند. پدیده‌هایی نظیر «گروه‌زدگی» و «قطبی شدن گروهی» نشان می‌دهد که فشارهای درون گروهی می‌تواند تصمیمات افراطی، غیراخلاقی یا فاجعه‌بار را رقم بزند. بر این اساس، یکی از مهم‌ترین نتایج پژوهش، ضرورت طراحی راهبردهایی برای کاهش تأثیر سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌های سیاسی است. این راهبردها شامل تقویت تفکر انتقادی، آموزش سواد رسانه‌ای، ترویج تنوع دیدگاه‌ها و طراحی پیام‌های سیاسی چندبُعدی و فراگیر است. نهادهای آموزشی، رسانه‌ها و رهبران سیاسی باید در کاهش اثرات منفی سوگیری‌های شناختی و ارتقای کیفیت گفتمان سیاسی نقش فعال ایفا کنند.

کاهش جانب‌داری‌های شناختی^۱ و تصمیم‌گیری‌های نادرست نیازمند ترکیب بهینه‌ای از آگاهی، آموزش و تغییر در روش‌های تفکر و تصمیم‌گیری است. از این رو، برای مقابله با این سوگیری‌های زیان‌بار، چندین راهبرد و راهکار به شرح زیر پیشنهاد و توصیه شده است:

(۱) ترویج تنوع: ترویج و تشویق تنوع در گروه‌ها و احزاب برای افزایش تصمیم‌گیری ضروری است. وقتی اعضای تیم از پیشینه‌ها و تجربیات مختلف می‌آیند، دیدگاه‌ها و ایده‌های متفاوتی را ارائه می‌کنند و در نتیجه احتمال گروه‌زدگی را کاهش می‌دهند. تنوع، گروه‌ها را قادر می‌سازد تا داده‌ها و اطلاعات را با دقت بیشتری ارزیابی کنند و به تصمیمات آگاهانه‌تری برسند.

(۲) سازوکارهای بازخورد ناشناس: اجازه دادن به افراد برای ارائه نظرات یا پیشنهادها ناشناس می‌تواند به طور قابل توجهی فشار برای انطباق را کاهش دهد. ناشناس بودن ورودی صادقانه و بازخورد انتقادی را تشویق می‌کند و می‌تواند با تعصبات و سوگیری‌های ناشی از پویایی‌های اجتماعی در گروه‌ها مقابله کند.

¹ Cognitive Biases

- ۳) تشویق گفتگوهای باز و آزاد: ایجاد محیطی که در آن گفتگوهای باز و آزاد تشویق می‌شود، می‌تواند به کاهش سوگیری تأیید و اثر چارچوب‌بندی کمک کند. هنگامی که اعضا برای بیان نظرات مخالف احساس امنیت می‌کنند، گروه می‌تواند طیف وسیع‌تری از ایده‌ها و راه‌حل‌های بالقوه را بررسی کند و در نتیجه نتایج تصمیم‌گیری را افزایش دهد.
- ۴) آموزش و آگاهی‌بخشی: افزایش آگاهی در مورد سوگیری‌های شناختی در بین تصمیم‌گیرندگان بسیار مهم است. ارائه آموزش‌هایی که به افراد در مورد سوگیری‌های رایج، آموزش می‌دهد، می‌تواند آن‌ها را در تشخیص و کاهش این اثرات در فرایندهای تصمیم‌گیری خود توانمند کند.
- ۵) فرایندهای تصمیم‌گیری ساختاریافته: پیاده‌سازی چارچوب‌های تصمیم‌گیری ساختاریافته می‌تواند به هدایت مباحث کمک کند و اطمینان حاصل کند که داده‌ها و اطلاعات مهم نادیده گرفته نمی‌شوند. این چارچوب‌ها اغلب شامل مراحل برای ارزیابی شواهد، در نظر گرفتن گزینه‌های جایگزین و ارزیابی پیامدهای بالقوه است.
- ۶) توسعه منشور اخلاقی جهانی برای کاربرد علوم شناختی در انتخابات: ترکیب علوم شناختی و فناوری‌های دیجیتال، فرصت‌ها و تهدیدهای بی‌سابقه‌ای برای دموکراسی ایجاد کرده است. درک این تأثیرات مستلزم همکاری بین‌رشته‌ای میان عصب‌شناسان، متخصصان علوم سیاسی و مهندسان فناوری است. توسعه چارچوب‌های اخلاقی و نظارتی مناسب می‌تواند تضمین کند که این پیشرفت‌ها در خدمت ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری جمعی قرار گیرند. این منشور می‌تواند با مشارکت دانشمندان علوم اعصاب، متخصصان دموکراسی دیجیتال، نمایندگان حقوق بشر، مهندسان هوش مصنوعی، طراحی و تدوین شود.
- ۷) مواجهه مؤثر و هوشمندانه با رسانه‌ها و جریان‌های خبری: رسانه‌ها در انتخابات با چارچوب‌بندی داده‌ها و اطلاعات، تحریک احساسات ظنیر ترس، خشم یا امید و تقویت هویت‌های گروهی، رفتار رأی‌دهندگان را شکل می‌دهند. این تأثیر از طریق تعامل با سیستم ۱ (نظریه کانمن)، تمایز درون گروه/ برون گروه (نظریه تاجفل) و سوگیری‌های شناختی نظیر تأییدی، دسترسی و چارچوب‌بندی، ایجاد می‌شود. رسانه‌های سنتی، اجتماعی و حزبی هر یک به شیوه‌ای خاص بر تصمیم‌گیری اثر می‌گذارند. شناخت این سازوکارها به طراحی پوی‌های مؤثر، کاهش قطبی‌سازی و آموزش سواد رسانه‌ای کمک می‌کند، اما چالش‌هایی همچون اخبار جعلی و اتاق‌های پژواک نیازمند توجه ویژه هستند.

۸) افزایش آگاهی از سوگیری‌های شناختی: شناسایی سوگیری‌های رایج نظیر تأییدطلبی (تمایل به پذیرش داده‌ها و اطلاعات همسو با باورهای موجود)، خطای هاله‌ای (قضاوت بر اساس یک ویژگی مثبت یا منفی کلی)، سوگیری بازماندگی (تمرکز بر موارد موفق و نادیده گرفتن شکست‌ها): نخستین گام برای افزایش آگاهی درباره سوگیری‌های شناختی است. همچنین، افراد باید عادت کنند تا تصمیمات گذشته خود را ارزیابی کرده و ببینند که آیا تحت تأثیر سوگیری بوده‌اند یا خیر.

۹) بسط و توسعه روحیه و تفکر انتقادی^۱: پرسش‌گری مداوم از الزامات توسعه تفکر انتقادی است تا افراد به جای پذیرش سریع داده‌ها و اطلاعات، به پرسش از منابع، انگیزه‌ها و شواهد پشت یک ادعا و جریان خبری، خو گرفته باشند. فن «چرا؟» و پرسیدن چندباره «چرا؟» می‌تواند تا حد زیادی به ریشه‌های واقعی یک تصمیم و ادعا آگاهی یابد. همچنین، بررسی و ارزیابی دیدگاه‌های مخالف نقش به‌سزایی در توسعه تفکر انتقادی دارد. افراد باید به‌عمد به دنبال داده‌ها و اطلاعات و نظرات مخالف با باورهای خود باشند تا از سوگیری تأییدی جلوگیری کنند.

۱۰) کاربرد چارچوب‌های تصمیم‌گیری ساختاریافته: تهیه فهرست معیارهای مهم قبل از تصمیم‌گیری و ارزیابی گزینه‌ها بر اساس آن‌ها یکی از گام‌های اساسی در استفاده از چارچوب‌های تصمیم‌گیری ساختاریافته است. استفاده از فن پیش‌مرگ^۲ با فرض این‌که تصمیم با شکست مواجه شده است و تحلیل دلایل احتمالی این شکست، از ابزارهای تصمیم‌گیری ساختاریافته است. همچنین، تصمیم‌گیری گروهی با تنوع دیدگاه‌ها و نظرات می‌تواند سوگیری‌های فردی را تا حد قابل توجهی خنثی کند.

۱۱) کنترل هیجانات و تأخیر در تصمیم‌گیری: هیجانات شدید نظیر ترس، طمع و خشم می‌تواند منجر به تصمیم‌های نادرست شوند. از این‌رو، باید از تصمیم‌گیری تحت فشار هیجانی اجتناب و دوری شود. بر اساس «قانون تأخیر» لازم است برای تصمیمات مهم، یک وقفه زمانی مناسب و معنادار گذاشته شود تا از تأثیر هیجانات حتی‌الامکان کاسته شود.

۱۲) استفاده از داده‌ها و شواهد عینی: به جای تکیه بر حکایت‌ها^۳ از داده‌های آماری و شواهد عینی استفاده شده و بر داده‌های کمی تکیه شود.

¹ Critical Thinking

² Pre-mortem

³ Anecdotal Evidence

۱۳) آموزش و تمرین مداوم: عموم تمرین‌های شناختی نظیر بازی‌های فکری، حل مسئله و مطالعات موردی^۱ می‌تواند ذهن انسان را برای شناسایی سوگیری‌ها پرورش دهد. یادگیری از اشتباهات و ثبت تصمیمات و نتایج آن‌ها به مرور زمان الگوهای سوگیری را آشکار می‌کند.

۱۴) محدود کردن تأثیر محیط و رسانه‌ها: رسانه‌ها اغلب از سوگیری توجه (تمرکز بر اخبار منفی) و سوگیری دراماتیک (اغراق در رویدادها) استفاده می‌کنند. از این رو، لازم است از مصرف اخبار جهت‌دار کاسته شود. همچنین، باید از اتاق‌های پژواک و قرار گرفتن در فضاها و محیط‌های همفکر تشدیدکننده سوگیری‌های تأییدی، پرهیز شود.

۱۵) استفاده از فناوری‌ها و ابزارهای کمکی: برخی ابزارهای تصمیم‌گیری هوش مصنوعی و برنامه‌های فناورانه نظیر چت‌بات‌های تحلیلی، می‌توانند با ارائه دیدگاه عینی، سوگیری‌ها را کاهش دهند. چک‌لیست‌های تصمیم‌گیری نیز مشابه با چک‌لیست‌های پزشکی، خطاهای تشخیصی را کاهش می‌دهند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

Translated References to English

- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk, *Econometrica*, (2)47, pp. 263-291.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux.
- Tajfel, H. (19678). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*, Academic Press.
- 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*), Brooks/Cole, 33-47.
- Haddadian, A., Hashemian, M., Tabakhian, L. (2016). Analysis of identity elements on consumer behavior (based on Tajfel & Jenkins categorization theory). (Fourth National Conference on Management, Economics, and Accounting, Tabriz.
- Hosseini, S. A. & Ghasemi, A. (2020). Social resources of the foreign policy of the Islamic Republic of Iran, *Strategic Studies of Public Policy*, (36)10.
- Mohammadi, A & Mousavi, S. M. (2020). Dimensions and components of occupational identity: Proposing an assessment model, *Journal of Career & Organizational Counseling*, (43)12.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In *The social psychology of intergroup relations* pp. 33-47.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., MacKuen, M. (2000). *Affective Intelligence and Political Judgment*. University of Chicago Press.

¹ Case Studies

- Brader, T. (2006). *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*, University of Chicago Press.
- Bécharde B., Bodet M. A., Laflamme L. Ouimet, M. (2024). Studying political decision-making as a cognitive process: is it interdisciplinary? A bibliometric analysis, *Front. Polit. Sci.* 6:1305055, doi: 10.3389/fpos.2024.1305055.
- Jin M, Ji L., Peng, H. (2019). The Relationship between Cognitive Abilities and the Decision-Making Process: The Moderating Role of Self-Relevance. *Front. Psychol.* 10:1892. doi: 10.3389/fpsyg.2019.01892.
- Herrmann, O., Jong A., Pin, R., Schoonbeek, L. (2019). A prospect-theory model of voter turnout. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 168, 362-373.
- Kim, Y. (2001). A comparative study of the Abilene Paradox and Groupthink, *Public Administration Quarterly*, 25(2), 168–189.
- Gonzalez, C. (2014). Decision-Making: A Cognitive Science Perspective, *The Oxford Handbook of Cognitive Science*, Edited by Susan E. F. Chipman, Online Publication Date: Nov 2014, DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199842193.013.6.
- Caetano, J., Martins, A. (2017, October 26). Politician-Public Group Dynamics, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, Retrieved 1 May 2025, from https://oxfordre.com/communication/view/10,1093/acrefore/97801902286613,001,0001/a_crefore-9780190228613-e-407.
- Fiveable. (2024). 7.3 Groupthink – Power and Politics in Organizations. https://fiveable.me/power-and-politics-in-organizations/unit-7/groupthink/study_guide/_zqUOOhv7uAwzHrSy.
- Wheeler, G. (2024). Bounded Rationality, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Winter 2024 Edition), Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), <https://plato.stanford.edu/archives/win2024/entries/bounded-rationality>.
- Wason, P.C. (1960). On the Failure to Eliminate Hypotheses in a Conceptual Task. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 12(3), 129-140.
- Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M., Yang, D. (2020). Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic. *Journal of Public Economics*, 191, 1–11.
- Zmigrod, L., Eisenberg, I., Bissett, P., Robbins, T., Poldrack, R. (2021). The cognitive and perceptual correlates of ideological attitudes: A data-driven approach, *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 376(1822), 1–14.
- Ayton, P., Fischer, I. (2004). The hot hand fallacy and the gambler's fallacy: Two faces of subjective randomness? *Memory & Cognition*, 32(8), 1369–1378.
- Beard, C., Sawyer, A. T., Hofmann, S. G. (2012). Efficacy of attention bias modification using threat and appetitive stimuli: A meta-analytic review. *Behavior Therapy*, 43(4), 724–740.
- Caputo, A. (2016). Overcoming judgmental biases in negotiations: A scenario-based survey analysis on third party direct intervention. *Journal of Business Research*, 69(10), 4304–4312.
- Bardon, A. (2020). Humans are hardwired to Dismiss Facts that Don't Fit Their Worldview. *The Conversation*. Retrieved December 7, 2020, from <https://theconversation.com/humans-are-hardwired-to-dismiss-facts-that-dont-fit-their-worldview-127168>.
- Rachel D., Ashley D., Abigail K., Julie P. (2024). The Effect of Group Dynamics on Individual Ethical Decision Making. *Behavioral Research in Accounting* 1 March 2024; 36 (1): 1–19.
- Wang, Y. & Ruhe, G. (2007). The Cognitive Process of Decision Making, *International Journal of Cognitive Informatics and Natural Intelligence*, 1(2), 73-85, April-June 2007, DOI: 10.4018/jcini.2007040105.

- Lerman, Amy E. & Acland, D. (2020). United in States of Dissatisfaction: Confirmation Bias Across the Partisan Divide, *American Politics Research* 2020, 48(2), 227–237. (Lerman & Acland, 2020)
- Bajpai, R., & Sáez, L. (2022). Winning big: The political logic of winning elections with large margins in India. *India Review*, 21(1), 21-52.
- Beri, D., & Reddy, K. J. (2022). A cognitive insight into political minds: Exploring cognitive biases among Indian political representatives. *SSRN Electronic Journal*.
- Blanco, F. (2022). Cognitive bias. *Encyclopedia of Animal Cognition and Behavior*, 1487-1493.
- McGraw, K. M. (2000). Contributions of the cognitive approach to political psychology. *Political Psychology*, 21(4), 805-832. <https://doi.org/10.1111/0162-895x.00217>.
- Schreiber, D. (2007). Political cognition as social cognition. *The Affect Effect*, 48-70.
- Supplemental material for the partisan mind: Is extreme political partisanship related to cognitive inflexibility? (2019). *Journal of Experimental Psychology: General*.
- Vaishnav, M. (2019, April 4). Religious nationalism and India's future - The BJP in power: Indian democracy and religious nationalism. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2019/04/04/religious-nationalism-and-india-s-future-pub-78703>.
- Zmigrod, L., Rentfrow, P. J., & Robbins, T. W. (2018). Cognitive underpinnings of nationalistic ideology in the context of Brexit. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(19). <https://doi.org/10.1073/pnas.1708960115>.
- Zmigrod, L., Eisenberg, I. W., Bissett, P., Robbins, T. W., & Poldrack, R. (2020). A data-driven analysis of the cognitive and perceptual attributes of ideological attitudes. <https://doi.org/10.31234/osf.io/dgaxr>.
- Fiveable. (2024, July 31). 17.2 Prospect Theory and Loss Aversion – Honors Economics. <https://library.fiveable.me/honors-economics/unit-17/prospect-theory-loss-aversion/study-guide/sRm5SoPNnfOBtOdk>.
- Maali Q. Khader (2023). Politics in the Boardroom: Navigating Power Dynamics and Decision-Making Introducti, Middle East institute of directors, MEIoD.org
- [Dominic D.P.J.](#) (2020). Strategic Instincts: The Adaptive Advantages of Cognitive Biases in International Politics, Princeton University Pub.
- Shannon, B. McGee, Z. & Jones, B. (2019, June 25). Bounded Rationality and Cognitive Limits in Political Decision Making, *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.961>.
- Hrabina, J. (2023). JUST WARS, OR JUST FALLACIES: THE CASE FOR IDEOLOGIES, COGNITIVE BIAS, AND WARS, THE DRFINCE HORIZON JOURNAL, [HTTPS://TDHJ.ORG/BLOG/POST/IDEOLOGIES-COGNITIVE-BIAS-WARS-FALLACIES](https://TDHJ.ORG/BLOG/POST/IDEOLOGIES-COGNITIVE-BIAS-WARS-FALLACIES).
- Baron, J. (2009). Cognitive biases in moral judgments that affect political behavior, *Synthese*, Springer, DOI 10.1007/s11229-009-9478-z.
- Baron, J. (2010). Cognitive Biases in Moral Judgments That Affect Political Behavior, *Synthese* Vol. 172, No. 1, pp. 7-35.
- Wildfeuer, A.G. (2024). Rationality and Bounded Rationality. In: Chacko Chennattuserry, J., Deshpande, M., Hong, P. (eds) *Encyclopedia of New Populism and Responses in the 21st Century*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-9859-0_287-1.
- Druckman, J. N., Kang, S., Chu, J., N. Stagnaro, M., Voelkel, J. G., Mernyk, J. S. & Willer, R. (2023). Correcting misperceptions of out-partisans decreases American legislators' support for undemocratic practices. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 120(23), e2301836120.
- Ehrlinger, J., Gilovich, T., Ross, L. (2005). Peering into the bias blind spot: People's assessments of bias in themselves and others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(5), 680–692.

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

- Littrell, S., Fugelsang, J. A. (2023). Bullshit blind spots: The roles of miscalibration and information processing in bullshit detection. *Thinking & Reasoning*, 1–30.
- Littrell & Fugelsang, 2023
- Baron, J. (2010). Cognitive biases in moral judgments that affect political behavior. *Synthese* 172, 7–35 (2010).
- Jamieson, K. H. & Cappella, J. N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford: Oxford University Press.
- Sunstein, C. R. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. [ISBN 978-0-691-17551-5](#). [OCLC 958799819](#).
- Sunstein, C. R. (2017). *Impeachment: A Citizen's Guide*. Harvard University Press. [ISBN 978-0-674-98379-3](#).