

مقایسه خودبرتری اخلاقی در دو حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی و  
انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی

Comparing ethical self-superiority in the fields of doing ethical behaviors and  
not doing unethical behaviors

Ebrahim Ahmadi

ابراهیم احمدی\*

**Abstract**

The aim of this study was to compare the ethical self-superiority in terms of doing good deeds and in terms of not doing bad deeds. moral self-superiority has two forms: (1) the belief that "I do good things more than others", and (2) the belief that "I do bad things less than others", and the intensity of moral self-superiority can be different in these two areas. The research design was experimental and within-subjects and the research population were students of Islamic Azad University of Buin Zahra in 2016-17 academic year (N=5000) among which 73 were selected using random sampling. The research tool was a researcher-made scale in which the subjects were asked to determine whether they or others are more likely to do seven moral and immoral behaviors. One-sample t-test showed that when the subjects are confronted with unethical behaviors, they confirm that they are less likely than others to perform the behaviors (self-superiority), but when they encounter ethical behaviors, they do not announce that they are more likely than others to perform the behaviors (do not have self-superiority).

**Keywords:** self-evaluation, self-esteem, moral self-superiority, social cognition, moral psychology

**چکیده**

هدف پژوهش حاضر مقایسه خودبرتری اخلاقی از نظر انجام دادن کارهای خوب با خودبرتری اخلاقی از نظر انجام ندادن کارهای بد بود. خودبرتری اخلاقی دو شکل دارد: ۱- باور به این که «من بیشتر از دیگران کارهای خوب انجام می‌دهم»، ۲- باور به این که «من کمتر از دیگران کارهای بد انجام می‌دهم»، و شدت خودبرتری اخلاقی در این دو حوزه می‌تواند متفاوت باشد. طرح پژوهش حاضر آزمایشی و درون-آزمودنی و جامعه پژوهش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بوین زهرا در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ (پنج هزار نفر) بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی، ۷۳ نفر از آنها گزینش شدند. ابزار پژوهش یک مقیاس محقق‌ساخته بود که در آن از آزمودنی‌ها خواسته می‌شد که مشخص کنند آنها بیشتر احتمال دارد هفت کار اخلاقی و هفت کار غیراخلاقی را انجام دهند یا دیگران. آزمون t تک-نمونه‌ای نشان داد که وقتی آزمودنی‌ها با رفتارهای غیراخلاقی روبرو می‌شوند، اعلام می‌کنند که آنها کمتر از دیگران احتمال دارد که آن رفتارها را انجام دهند (خودبرتری هستند)، اما وقتی با رفتارهای اخلاقی روبرو می‌شوند اعلام نمی‌کنند که آنها بیشتر از دیگران احتمال دارد که آن رفتار را انجام دهند (خودبرتری نیستند).

**واژه‌های کلیدی:** خودسنجی، عزت‌نفس، خودبرتری اخلاقی، شناخت اجتماعی، روان‌شناسی اخلاق

email: eahmadi1356@Gmail.com

\* نویسنده مسئول: گروه روان‌شناسی، واحد بوین زهرا،  
دانشگاه آزاد اسلامی، بوین زهرا، ایران

Received: 4 Jan 2017

Accepted: 9 Mar 2017

پذیرش: ۹۵/۱۲/۱۹

دریافت: ۹۵/۱۰/۱۵

## مقدمه

بسیاری از مردم خود را از پشت عینک‌های خوش‌رنگ می‌بینند. مردم واقعیت‌ها را به گونه‌ای ادراک می‌کنند که نگاه مثبتی که به خود دارند، حفظ شود و این باعث می‌شود که خود را با اخلاق‌تر و پاکدامن‌تر از دیگران بدانند (اپلی و دانینگ، ۲۰۰۰؛ کلاین و اپلی، ۲۰۱۶؛ بهرامی، اسدی، و شیرعلی‌پور، ۱۳۸۹). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مردم گزارش می‌دهند که بیشتر از دیگران احتمال دارد که خون اهدا کنند، به خیریه‌ها کمک کنند، در اتوبوس صندلی خود را به یک زن باردار بدهند، با دیگران منصفانه رفتار کنند، و کلاً کارهای جامعه‌پسند انجام دهند (مور و اسمال، ۲۰۰۷). اما رفتار اخلاقی دامنه گسترده‌ای دارد: هم شامل انجام دادن کارهای خوب می‌شود و هم شامل انجام ندادن کارهای بد (کلاین و اپلی، ۲۰۱۶). باور فرد به این که او اخلاقی‌تر از دیگران است، هم شامل این می‌شود که او بیشتر از دیگران احتمال دارد که کارهای خوب انجام دهد و هم شامل این که او کمتر از دیگران احتمال دارد که کارهای بد انجام دهد. برای مثال اهدای صندلی خود به یک فرد سالمند در اتوبوس به دو شکل می‌تواند تفسیر شود: ۱- رفتار اخلاقی مهربانی و کمک به دیگران، و ۲- دوری از رفتار غیراخلاقی ناراحت‌نگاه- داشتن یک سالمند. حال پرسش این است که وقتی مردم باور دارند که اخلاقی‌تر از دیگران هستند، آیا این به آن معنی است که آنها خوبی‌های خود را بیشتر از دیگران می‌دانند، یا آنکه بدی‌های خود را کمتر از دیگران؟.

پژوهش‌های موجود به طور مستقیم به این پرسش نپرداخته‌اند و اخلاقی بودن را به انجام دادن کارهای خوب و انجام ندادن کارهای بد تفکیک نکرده‌اند. اما یافته‌های آنها نشان می‌دهد که خودبرتربینی اخلاقی در حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی شدیدتر از حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی است. برای مثال مسیک، بلوم، بولدیزار، و ساموئلسون (۱۹۸۵) از آزمودنی‌ها خواستند که رفتارهای منصفانه و نامنصفانه‌ای را که خود انجام داده‌اند و در دیگران مشاهده کرده‌اند، بنویسند و مشاهده کردند که رفتارهای منصفانه آزمودنی‌ها با رفتارهای منصفانه دیگران تفاوتی نداشت اما رفتارهای نامنصفانه آزمودنی‌ها «خفیف‌تر» از رفتارهای نامنصفانه دیگران بود. یک پژوهش دیگر نشان داده است که انگیزه مردم از انجام کارهای اخلاقی بیشتر از آن که میل به بااخلاق بودن باشد، فرار از بی‌اخلاق بودن است (بامیستر، استیلول، و هیترتون، ۱۹۹۴). مردم به این دلیل به درخواست کمک دیگران پاسخ مثبت می‌دهند که نه گفتن برایشان سخت است نه آن که آری گفتن برایشان شیرین باشد (فلین و لیک، ۲۰۰۸؛ خدایاری‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲؛ رحیمی‌نژاد، رحیمی جعفری، و سلامتی، ۱۳۹۴).

پژوهش حاضر به طور مستقیم به آزمون این فرضیه می‌پردازد که خود برتربینی اخلاقی در حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی شدیدتر از حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی است. اما چرا این گونه است؟. نخستین دلیل آن است که مردم هنگام ارزیابی دیگران (در مقایسه با زمانی که خود را ارزیابی می‌کنند)، کمتر تحت تأثیر احساسات قرار می‌گیرند. اطلاعاتی که خود پنداره مثبت فرد را تهدید می‌کنند، مکانیزم‌های دفاعی را به راه می‌اندازند (کمپل و سدیکیدس، ۱۹۹۹). فرد ممکن است به خود بقبولاند که اطلاعات تهدیدکننده معتبر نیستند (دیتو، سپانسی، مونرو، آپانوویچ، و لاکهارت، ۱۹۹۸). به دنبال شواهدی برای تأیید خودپنداره مثبت خود بگردند (افرون، ۲۰۱۴)، یا حتی شواهد را بازتعریف کنند تا به نتیجه دلخواه برسند (داوسون، گیلوویچ، و ریگان، ۲۰۰۲). محرک‌های منفی بیشتر از محرک‌های مثبت توجه را به خود جلب می‌کنند و شناخت را هدایت می‌کنند (بامیستر، براتسلاوسکی، فینکناپر، و ووس، ۲۰۰۱؛ رازین و رویزمن، ۲۰۰۱). تصور کمک نکردن به خیریه خودپنداره اخلاقی

مقایسه خودبرتری اخلاقی در دو حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی و ...

فرد را تهدید نمی‌کند، ولی تصور دزدی از خیریه تهدید می‌کند. وقتی خودپنداره اخلاقی تهدید شد، استدلال انگیزه‌دار به راه می‌افتد، استدلالی که هدفش رسیدن به حقیقت نیست بلکه هدفش فقط خودبرتری اخلاقی است (گیلبرت، لیبرمن، موروج، و ویلسون، ۲۰۰۴). دومین دلیل آن است که چشم‌انداز روان‌شناختی مردم هنگامی که رفتار خودشان را ارزیابی می‌کنند، متفاوت با زمانی است که رفتار دیگران را ارزیابی می‌کنند (پرائین و کوگر، ۲۰۰۷؛ کروگر و گیلوویچ، ۲۰۰۴؛ کوهرل و پون، ۲۰۰۶). مردم هنگام ارزیابی رفتار خود از آنچه که درباره قصدها، انگیزه‌ها، و میل‌های خود می‌دانند استفاده می‌کنند، اما هنگام ارزیابی رفتار دیگران به این‌ها دسترسی مستقیم ندارند و به ناچار آن‌ها را از روی رفتار دیگران استنباط می‌کنند. مردم هنگام ارزیابی رفتار دیگران از دانشی که درباره جامعه دارند نیز استفاده می‌کنند: «هدف آن فرد دزدی بوده است زیرا این روزها دزدی زیاد شده است» (ویلیامز، گیلوویچ، و دانینگ، ۲۰۱۲). این چشم‌انداز متفاوت، وقتی رفتار دیگران با قصد آن‌ها همخوان نیست، باعث تفاوت در ارزیابی خود و دیگران می‌شود. چون بیشتر مردم تصور مثبتی از خود دارند، معمولاً رفتار خود را دارای قصد و نیت مثبت می‌دانند (ویلسون و راس، ۲۰۰۱). مدیری که بخشی از کارکنان خود را اخراج می‌کند، باور دارد که این کار را با نیت اخلاقی پرداخت دستمزد بهتر به کارکنان باقی‌مانده انجام داده است، اما همین رفتار از دیدگاه کارکنان اخراج شده بی‌تفاوتی و بی‌رحمی تعبیر می‌شود. نتیجه آن می‌شود که ما رفتارهای غیراخلاقی را معمولاً در دیگران می‌بینیم نه در خود. اما این امر درباره رفتارهای اخلاقی وجود ندارد. یک رفتار اخلاقی هم از چشم‌انداز درونی و هم از چشم‌انداز بیرونی دارای نیت اخلاقی دیده می‌شود، اما یک رفتار غیراخلاقی فقط از چشم‌انداز بیرونی دارای نیت غیراخلاقی دیده می‌شود. این ساز و کار شناختی پیش‌بینی می‌کند که خودبرتری اخلاقی در انجام ندادن کارهای بد شدیدتر از انجام دادن کارهای خوب است.

درک ماهیت دقیق خودبرتری اخلاقی به درک ماهیت دقیق خودپنداره-که یکی از متغیرهایی است که پژوهش‌های زیادی روی آن انجام شده است (برای مثال، کروگر و گیلوویچ، ۲۰۰۴)-کمک می‌کند. پژوهش حاضر از این نظر نیز مهم است که وقتی ما خود را کمتر از دیگران مستعد انجام رفتارهای غیراخلاقی بدانیم، ممکن است وسوسه انجام کارهای غیراخلاقی را جدی‌نگیریم و با آن وسوسه مبارزه نکنیم. هدف پژوهش حاضر آزمون این فرضیه است که خودبرتری اخلاقی در حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی شدیدتر از حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی است. یعنی پژوهش حاضر قصد دارد برای این فرضیه حمایت فراهم کند که مردم فقط در حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی، دچار خودبرتری اخلاقی هستند، اما در حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی، زیاد خود را برتر از دیگران نمی‌بینند.

## روش

در پژوهش حاضر با هدف درک ماهیت دقیق خودبرتری اخلاقی، پیش‌بینی آزمودنی‌ها درباره رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی خود و دیگران بررسی شد. جامعه پژوهش حاضر کلیه دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد بویین زهرا در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ (پنج هزار نفر) بودند. از فهرست اسامی این دانشجویان ۲۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. از این ۲۰۰ نفر ۱۱۱ نفر حاضر به شرکت در پژوهش شدند و در نهایت

داده‌های درست و کامل از ۷۳ نفر (۴۳ زن و ۳۰ مرد با میانگین سنی ۲۴) به دست آمد. به آزمودنی‌ها گفته شد که در پژوهشی درباره «رفتار مردم» شرکت خواهند کرد.

طرح پژوهش حاضر از نوع آزمایشی و درون‌آزمودنی‌ها بود، زیرا یک گروه آزمودنی در دو موقعیت (رفتارهای اخلاقی-رفتارهای غیراخلاقی) قرار داده شدند و در هر موقعیت، خودبتریبینی اخلاقی آن‌ها اندازه‌گیری شد. یعنی از هر آزمودنی یک بار خواسته شد که اعلام کند رفتارهای اخلاقی را او بیشتر احتمال دارد انجام دهد یا دیگران، و یک بار خواسته شد که اعلام کند رفتارهای غیراخلاقی را او بیشتر احتمال دارد انجام دهد یا دیگران. ابزار پژوهش هفت رفتار غیراخلاقی و هفت رفتار اخلاقی بود که توسط محقق گردآوری شدند و آزمودنی‌ها باید اعلام می‌کردند که آنها بیشتر احتمال دارد که آن رفتارها را انجام دهند یا دیگران. روش آماری به کار رفته نیز (با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها)، عبارت بود از آزمون t تک نمونه‌ای. با این آزمون بررسی شد که آیا پاسخ‌های آزمودنی‌ها از نقطه صفر (من و دیگران به یک اندازه احتمال دارد که این کار را انجام دهیم)، فاصله معنادار دارد یا خیر. در این آزمون، نمره ملاک صفر بود. همچنین برای مقایسه میزان خودبتریبینی اخلاقی آزمودنی‌ها در دو حوزه رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی، از آزمون تی همبسته استفاده شد. آزمودنی‌ها پیش‌بینی کردند که آیا آنها بیشتر احتمال دارد که هفت کار اخلاقی و هفت کار غیراخلاقی را انجام دهند یا دیگران. از آزمودنی‌ها خواسته شد که هفت رفتار اخلاقی و هفت رفتار غیراخلاقی موجود در جدول ۱ را بخوانند و با استفاده از مقیاسی از ۷- (دیگران خیلی بیشتر از من احتمال دارد که این کار را انجام دهند) تا ۷+ (من خیلی بیشتر از دیگران احتمال دارد که این کار را انجام دهم)، مشخص کنند که آنها بیشتر احتمال دارد که آن رفتارها را انجام دهند یا دیگران. در این مقیاس، نقطه صفر به این معنی بود که «من و دیگران به یک اندازه احتمال دارد که این کار را انجام دهیم». نمونه‌هایی از رفتارهای اخلاقی عبارت بودند از بازگرداندن یک کیف پول گم شده به صاحبش و خریدن غذا برای یک فرد بی‌خانمان، و نمونه‌هایی از رفتارهای غیراخلاقی عبارت بودند از دروغ گفتن به همکارها و دزدیدن مقدار اندکی پول (جدول ۱). سپس آزمودنی‌ها به اخلاقی بودن آن رفتارها از ۴- تا ۴+ نمره دادند. ترتیب این ۱۴ رفتار تصادفی شد، به طوری که هفت رفتار اخلاقی و هفت رفتار غیراخلاقی لابه‌لای یک‌دیگر قرار گرفتند.

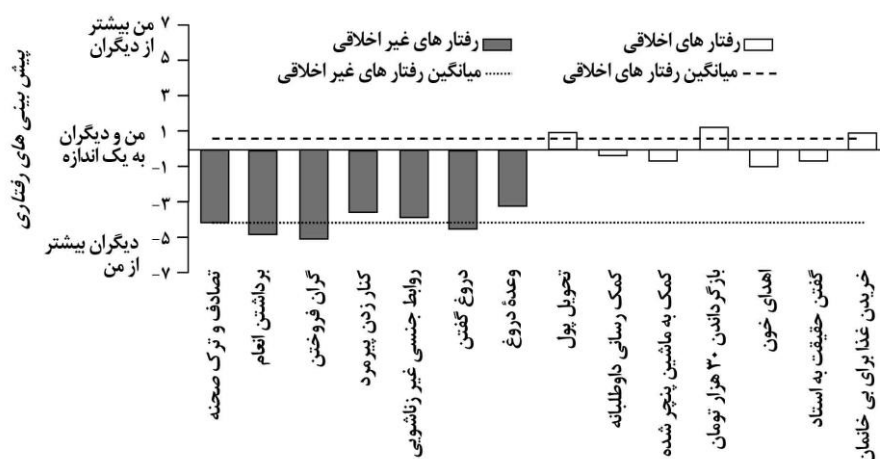
مقایسه خودبرتری اخلاقی در دو حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی و ...

### جدول ۱- رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی به کار رفته در پژوهش

رفتار
اخلاقی
۱- کمک کردن به فردی که ماشینش در جاده پنجر شده است.
۲- اهدای خون در زمانی که از شما درخواست شده است.
۳- تحویل دادن پولی که پیدا کرده‌اید به پلیس
۴- کمک‌رسانی داوطلبانه به یک نوانخانه
۵- به استاد خود می‌گویید که به اشتباه به شما نمره بیشتری داده است.
۶- بازگرداندن ۳۰ هزار تومانی که فروشنده در هنگام خرد کردن پولتان اشتباهی به شما داده است.
۷- خریدن غذا برای یک فرد بی‌خانمان
غیراخلاقی
۱- گران فروختن یک کالا به فردی که قیمت واقعی آن کالا را نمی‌داند.
۲- کنار زدن یک پیرمرد برای اشغال آخرین صندلی موجود در مترو
۳- برداشتن انعام ۱۰ هزار تومانی که برای خدمتکار رستوران گذاشته شده است.
۴- درگیر شدن در روابط جنسی خارج از زناشویی
۵- دروغ گفتن برای کسب ارتقای شغلی
۶- وعده دروغ دادن
۷- تصادف با یک ماشین پارک شده و ترک صحنه بدون گذاشتن یادداشت

### یافته‌ها

همان‌گونه که تصویر ۱ نشان می‌دهد، آزمودنی‌ها معتقد بودند که کمتر از دیگران احتمال دارد رفتارهای غیر اخلاقی انجام دهند، اما معتقد نبودند که بیشتر از دیگران احتمال دارد رفتارهای اخلاقی انجام دهند. جدول ۲ نیز همین امر را تأیید می‌کند: درجه بندی آزمودنی‌ها از رفتارهای غیر اخلاقی، منفی و مطابق با آزمون t تک نمونه‌ای معنادار است، ولی درجه‌بندی آنها از رفتارهای اخلاقی، مثبت است، اما معنادار نیست. این بدان معنی است که آزمودنی‌ها گفته‌اند «دیگران بیشتر از من احتمال دارد که فلان کار غیراخلاقی را انجام دهند»، اما نگفته‌اند که «من بیشتر از دیگران احتمال دارد که فلان کار اخلاقی را انجام دهم».



تصویر ۱. پیش‌بینی‌های رفتاری آزمودنی‌ها درباره خود و دیگران

بر پایه درجه‌بندی آزمودنی‌ها، رفتارها از خیلی غیراخلاقی تا خیلی اخلاقی از چپ به راست چیده شده‌اند.

## جدول ۲: میانگین و انحراف استاندارد درجه‌بندی آزمودنی‌ها از رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی

### و آزمون t تک‌نمونه‌ای بر روی آن درجه‌بندی‌ها

میانگین	انحراف استاندارد	مقدار تی	میانگین تفاوت	سطح معنی‌داری
۰/۵۹	۳/۰۹	۱/۶۳	-۰/۵۵	>۰/۱۰
-۴/۱۸	۳/۸۱	۹/۳۷	۴/۱۲	<۰/۰۰۱

توضیح: میانگین منفی نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها گفته‌اند «دیگران بیشتر از من احتمال دارد که آن کار را انجام دهند»، و میانگین مثبت نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها گفته‌اند «من بیشتر از دیگران احتمال دارد که آن کار را انجام دهم».

برای مقایسه مقدار خودبتریبینی اخلاقی در دو حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی و انجام دادن رفتارهای اخلاقی، ابتدا درجه‌بندی آزمودنی‌ها از رفتارهای غیراخلاقی (که همگی منفی بودند) نمره‌گذاری معکوس و لذا تبدیل به نمره‌های مثبت شد (به گونه‌ای که نمره بیشتر نشان‌دهنده خودبتریبینی بیشتر باشد) و سپس آزمون t وابسته بر روی داده‌ها اجرا گردید. دلیل استفاده از آزمون t وابسته این بود که یک گروه آزمودنی یک بار با رفتارهای اخلاقی و یک بار با رفتارهای غیراخلاقی مواجه شد و در هر بار از آنها پرسیده شد که شما بیشتر احتمال

مقایسه خودبرتری اخلاقی در دو حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی و ...

دارد که آن رفتارها را انجام دهید یا دیگران. همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شد، درجه‌بندی آزمودنی‌ها از رفتارهای غیراخلاقی به گونه‌ای معنادار بیشتر از درجه‌بندی آنها از رفتارهای اخلاقی بود (نگاه کنید به جدول ۳).

**جدول ۳- آزمون t وابسته بر روی داده‌های نمره‌گذاری معکوس شده**

مقدار تی	میانگین تفاوت	سطح معنی‌داری
۸/۸۷	۲/۱۳	<۰/۰۱

سرانجام نتایج نشان داد که دستکاری متغیر اخلاقی بودن رفتار، موفق بوده است زیرا آزمودنی‌ها هفت رفتار اخلاقی موجود در جدول ۱ را به گونه‌ای معنادار، اخلاقی‌تر از هفت رفتار غیراخلاقی موجود در آن جدول ارزیابی کردند (نگاه کنید به جدول ۴). این نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها نیز همانند پژوهشگر، هفت رفتار اخلاقی را اخلاقی و هفت رفتار غیراخلاقی را غیراخلاقی دیده‌اند.

**جدول ۴- میانگین و انحراف استاندارد نمره‌هایی که آزمودنی‌ها به اخلاقی بودن رفتارهای موجود در**

**جدول ۱ دادند و آزمون t وابسته بر روی آن نمره‌ها**

میانگین	انحراف استاندارد	مقدار تی	میانگین تفاوت	سطح معنی‌داری	
۳/۱۳	۱/۰۱				رفتارهای اخلاقی
-۲/۷۰	-۰/۸۹	۲۲/۱۳	۴/۰۰	<۰/۰۰۰۱	رفتارهای غیراخلاقی

توضیح: میانگین منفی نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها بیشتر رفتارها را غیراخلاقی دانسته‌اند و میانگین مثبت نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها بیشتر رفتارها را اخلاقی دانسته‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر همانند پژوهش‌های پیشین (اپلی و دانینگ، ۲۰۰۰؛ کلاین و اپلی، ۲۰۱۶؛ مور و اسمال، ۲۰۰۷) نشان داد که مردم معتقدند که اخلاقی‌تر از دیگران عمل می‌کنند. اما پژوهش حاضر یک یافته جدید نیز داشت که پژوهش‌های پیشین (برای مثال، مسیک و همکاران، ۱۹۸۵)، فقط به طور ضمنی به آن پرداخته‌اند نه به طور مستقیم. یافته جدید پژوهش حاضر این بود که مردم باور دارند که کمتر از دیگران احتمال دارد رفتارهای غیراخلاقی انجام دهند، اما باور ندارند که بیشتر از دیگران احتمال دارد رفتارهای اخلاقی انجام دهند. آزمودنی‌های پژوهش حاضر اعلام کردند که: «دیگران بیشتر از من احتمال دارد که فلان کار غیراخلاقی را انجام دهند»، اما اعلام نکردند که: «من بیشتر از دیگران احتمال دارد که فلان کار اخلاقی را انجام دهم». در واقع پژوهش حاضر نشان داد که باور مردم به اخلاقی‌تر بودن خود، فقط در حوزه انجام ندادن رفتارهای غیراخلاقی است نه در حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی. مردم معتقدند که رفتارهای غیراخلاقی را کمتر از دیگران انجام می‌دهند، اما معتقد

نیستند که رفتارهای اخلاقی را بیشتر از دیگران انجام می‌دهند. این یافته را چگونه می‌توان تبیین کرد؟ چرا خودبتریبینی اخلاقی در حوزه رفتارهای غیراخلاقی وجود دارد اما در حوزه رفتارهای اخلاقی وجود ندارد؟

تعدادی از سازوکارهای انگیزشی و شناختی هستند که باعث می‌شوند قضاوت ما درباره خودمان متفاوت با قضاوت ما درباره دیگران باشد (چیمبرس و وینشیتل، ۲۰۰۴). هر چیزی که هویت فرد را تهدید کند، فرایند استدلال انگیزه‌دار را برای حفظ باور کنونی فرد درباره خودش به راه می‌اندازد. از آنجا که، بیشتر مردم معتقدند که آدم‌های بااخلاقی هستند، حتی تصور این که مرتکب یک عمل غیراخلاقی شوند، فرایند استدلال را با هدف دفاع از خودپنداره مثبت کنونی در آنها به راه می‌اندازد. این فرایند می‌تواند به شکل بی‌اخلاق‌تر دیدن دیگران خود را نشان دهد. اما تصور انجام ندادن کارهای اخلاقی خطری برای خودپنداره فرد به همراه ندارد. سازوکار شناختی آن است که چشم‌انداز مردم هنگام ارزشیابی خود متفاوت از چشم‌انداز آن‌ها هنگام ارزشیابی دیگران است. مردم هنگام ارزشیابی خود، چشم‌انداز درونی دارند، یعنی رفتار خود را بر پایه قصد، خواسته‌ها، و خودپنداره خودشان پیش‌بینی می‌کنند (اپلی و دانینگ، ۲۰۰۰؛ هلزر و دانینگ، ۲۰۱۲؛ کوهلر و پون، ۲۰۰۶؛ کروگر و گیلوویچ، ۲۰۰۴). از آنجا که بیشتر مردم خود را بااخلاق و دارای نیت‌های اخلاقی می‌دانند، کمتر باور می‌کنند که آنها نیز ممکن است یک کار غیراخلاقی بکنند. اما مردم دیگران را از بیرون نگاه می‌کنند و بنابراین، هنگام پیش‌بینی رفتار آنها به نرخ پایه رفتار در زندگی روزمره نگاه می‌کنند: «این روزها دروغ زیاد شده پس فلانی هم می‌تواند دروغ بگوید» (اپلی و دانینگ، ۲۰۰۰). در واقع مردم این گونه استدلال می‌کنند: «من تا به حال پیش نیامده‌ام که به فردی که دچار پنچری شده کمک نکنم، ولی بسیار دیده‌ام که دیگران کمک نکرده‌اند، پس دیگران بیشتر از من احتمال دارد که نایستند و به فردی که پنچر شده کمک نکنند».

پژوهش حاضر این را هم نشان داد که دستکاری متغیر اخلاقی بودن رفتار، موفق بوده است، زیرا آزمودنی‌ها هفت رفتار اخلاقی موجود در جدول ۱ را به گونه‌ای معنادار، اخلاقی‌تر از هفت رفتار غیراخلاقی موجود در آن جدول ارزیابی کردند. این نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها نیز همانند پژوهشگر، هفت رفتار اخلاقی را اخلاقی و هفت رفتار غیراخلاقی را غیراخلاقی دیده‌اند.

اگر مردم پیش‌بینی می‌کنند که آنها کمتر از دیگران احتمال دارد که مرتکب رفتارهای غیراخلاقی شوند، چرا باید این پیش‌بینی را به حساب خودبتریبینی آنها بگذاریم؟ چرا نباید این پیش‌بینی‌ها را به حساب این بگذاریم که آن‌ها واقعاً از نظر اخلاقی برتر از دیگران هستند؟ زیرا پژوهش نشان داده است که وقتی مردم در موقعیت واقعی قرار می‌گیرند، کارهایی می‌کنند که قبلاً پیش‌بینی نکرده بودند: در یک آزمایش (کاواکامی، دان، کارمالی، و داویدو، ۲۰۰۹)، آزمودنی‌ها پیش‌بینی کردند که فقط ۳۵ درصد احتمال دارد که بخوانند یا فردی که یک جوک نژادپرستانه تعریف کرده است همکار شوند، اما ۹۰ درصد از آزمودنی‌هایی که واقعاً آن جوک را شنیدند، موافقت کردند که با فرد تعریف‌کننده جوک همکار شوند. در پژوهشی دیگر (باکیارو، زیماردو، و ون لانگی، ۲۰۱۲)، کمتر از ۴ درصد آزمودنی‌ها پیش‌بینی کردند که اگر آزمایشگر از آن‌ها بخواهد که شرکت در یک آزمایش غیراخلاقی و زیان‌آور را به گروهی از افراد توصیه کنند، آن‌ها از این درخواست آزمایشگر اطاعت خواهند کرد. اما وقتی آزمایشگر واقعاً این درخواست را از آزمودنی‌ها کرد، ۷۷ درصد از آن‌ها موافقت کردند. همین باور اشتباه مردم به پایین بودن احتمال انجام رفتارهای غیراخلاقی توسط خودشان است که آزمایش‌های کلاسیک روان‌شناسی اجتماعی- از قبیل



مقایسه خودبتریبینی اخلاقی در دو حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی و ...

میلگرام (۱۹۶۳) و دارلی و لاتین (۱۹۶۸) - را تا این حد غیرمنتظره کرده است. آزمودنی‌های این آزمایش‌های کلاسیک، غیراخلاقی‌تر از آن چیزی رفتار می‌کنند که مردم درباره خودشان انتظار دارند. این باور نادرست مردم به برتری اخلاقی نسبت به دیگران، می‌تواند باعث شود که مردم در زندگی شخصی و شغلی خود، گام‌های لازم را برای کاهش خطر انجام دادن رفتارهای غیراخلاقی بر ندارند، زیرا آنها احتمال افتادن در دام رفتارهای غیراخلاقی را کمتر از آنچه که هست، برآورد می‌کنند. بنابراین، خودارزیابی‌های مردم بسیار مهم است، زیرا انتخاب‌های آنان را هدایت می‌کند. باور اشتباه به این که من کمتر از دیگران احتمال دارد که کارهای غیراخلاقی انجام دهم، می‌تواند باعث شود که مردم خود را در موقعیت‌های اخلاقی پرخطری قرار دهند که اگر این باور اشتباه را نداشتند، از آن موقعیت‌ها دوری می‌کردند.

پژوهش حاضر یک محدودیت هم داشت: شاید وقتی از آزمودنی‌ها درباره احتمال انجام دادن یک کار اخلاقی سؤال می‌شود، فروتنی آنها به راه بیافتاد و واقعیت را نگویند. یعنی ممکن است واقعاً باور داشته باشند که بهتر از دیگران هستند، اما از ترس متکبر به نظر رسیدن این را گزارش ندهند. درست است که گمنام‌سازی و محرمانگی اطلاعات آزمودنی‌ها در پژوهش حاضر رعایت شد، اما پژوهش‌های آینده نباید فقط به این راهکار بسنده کنند. پژوهش‌های آینده باید تمایل افراد به دادن پاسخ‌های مطلوب جامعه را اندازه‌گیری و به همبستگی آن با خودبتریبینی اخلاقی نگاه کنند؛ اگر یافته‌های پژوهش حاضر به دلیل تمایل آزمودنی‌ها به خوب (فروتن و غیرمتکبر) نشان دادن خود باشد، آنگاه باید آن‌هایی که در پرسشنامه تمایل به دادن پاسخ‌های مطلوب جامعه نمره پایین می‌گیرند، هم در رفتارهای غیراخلاقی خودبتریبین باشند و هم در رفتارهای اخلاقی؛ کسانی که میلی به فروتن و غیرمتکبر نشان دادن خود ندارند، باید باور داشته باشند که هم کمتر از دیگران احتمال دارد کارهای غیراخلاقی انجام دهند، و هم آن که بیشتر از دیگران احتمال دارد کارهای اخلاقی انجام دهند.

پژوهش‌های آینده می‌توانند پژوهش حاضر را با روش‌های دیگری هم تکرار کنند. برای مثال می‌توانند از آزمودنی‌ها بخواهند که مقایسه خود با دیگران را به طور «غیرمستقیم» انجام دهند، به این صورت که نخست احتمال انجام دادن یک رفتار توسط خود را درجه‌بندی کنند و سپس به طور جداگانه احتمال انجام دادن آن رفتار توسط دیگران را درجه‌بندی نمایند، و یا آن که می‌توانند مجموعه‌ای همانند از رفتارها را به آزمودنی‌ها بدهند که برخی از آنها اخلاقی چهارچوب‌بندی شده‌اند و برخی غیراخلاقی. یعنی صرفاً پایان رفتارها متفاوت باشد. برای مثال رفتار تصادف کردن با یک ماشین پارک شده می‌تواند به شکل اخلاقی، یعنی گذاشتن یک یادداشت و نوشتن شماره تلفن در آن، یا غیراخلاقی، یعنی ترک کردن صحنه بدون گذاشتن یادداشت، چهارچوب‌بندی شود، و یا هجوم بردن به داخل اتوبوس می‌تواند یا به شکل دادن آخرین صندلی به یک پیرمرد چهارچوب‌بندی شود و یا به شکل اشغال صندلی زودتر از یک پیرمرد.

پژوهش‌های آینده می‌توانند بررسی کنند که آیا در «یادآوری» رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی نیز یافته‌های پژوهش حاضر تکرار می‌شود یا خیر. از دیدگاه سازنده‌گرایی، انسان‌ها خاطره‌های خود را به یاد نمی‌آورند، بلکه آنها را «می‌سازند». بنابراین همان عوامل روان‌شناختی که در پیش‌بینی آینده اثر دارند، بر یادآوری گذشته هم اثر می‌گذارند (شاکتر، ادیس، و باکتر، ۲۰۰۷). به همین دلیل، شدیدتر بودن خودبتریبینی اخلاقی در حوزه انجام ندادن

رفتارهای غیراخلاقی، نسبت به حوزه انجام دادن رفتارهای اخلاقی، باید هنگام یادآوری گذشته نیز، همانند زمانی که آینده پیش‌بینی می‌شود، مشاهده شود. باید از آزمودنی‌ها خواسته شود که رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی اخیر خود و دیگران را به یاد آورند. انتظار می‌رود که آزمودنی‌ها رفتارهای غیراخلاقی دیگران را بیشتر از رفتارهای غیراخلاقی خود به یاد آورند، اما رفتارهای اخلاقی خود را بیشتر از رفتارهای اخلاقی دیگران به یاد نیاورند.

## References

- Bahrami, H., Asadi, M., Shiralipoor, A. (2011). The relationship between identity, self-efficiency, and fundamental needs with general health in school students: A fundamental correlation. *Applied psychological research quarterly*, 1 (2): 29-44 (in persian).
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5, 323-370. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- Baumeister, R. F., Stillwell, A. M., & Heatherton, T. F. (1994). Guilt: An interpersonal approach. *Psychological Bulletin*, 115, 243-267. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.115.2.243>
- Bocchiaro, P., Zimbardo, P. G., & Van Lange, P. A. M. (2012). To defy or not to defy: An experimental study of the dynamics of disobedience and whistleblowing. *Social Influence*, 7, 35-50. <http://dx.doi.org/10.1080/15534510.2011.648421>
- Campbell, W. K., & Sedikides, C. (1999). Self-threat magnifies the self-serving bias: A meta-analytic integration. *Review of General Psychology*, 3, 23-43. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.3.1.23>
- Chambers, J. R., & Windschitl, P. D. (2004). Biases in social comparative judgments: The role of nonmotivated factors in above-average and comparative-optimism effects. *Psychological Bulletin*, 130, 813-838. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.130.5.813>
- Darley, J. M., & Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 377-383. <http://dx.doi.org/10.1037/h0025589>
- Dawson, E., Gilovich, T., & Regan, D. T. (2002). Motivated reasoning and performance on the Wason selection task. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1379-1387. <http://dx.doi.org/10.1177/014616702236869>
- Ditto, P. H., Scepansky, J. A., Munro, G. D., Apanovitch, A. M., & Lockhart, L. K. (1998). Motivated sensitivity to preference-inconsistent information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 53-69.
- Effron, D. A. (2014). Making mountains of morality from molehills of virtue: Threat causes people to overestimate their moral credentials. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40, 972-985. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167214533131>
- Epley, N., & Dunning, D. (2000). Feeling "holier than thou": Are self-serving assessments produced by errors in self- or social prediction? *Journal of*

- Personality and Social Psychology*, 79, 861–875. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.79.6.86>
- Flynn, F. J., & Lake, V. K. B. (2008). If you need help, just ask: Underestimating compliance with direct requests for help. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 128–143. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.128>
- Gilbert, D. T., Lieberman, M. D., Morewedge, C. K., & Wilson, T. D. (2004). The peculiar longevity of things not so bad. *Psychological Science*, 15, 14–19. <http://dx.doi.org/10.1111/j.0963-7214.2004.01501003.x>
- Helzer, E. G., & Dunning, D. (2012). Why and when peer prediction is superior to self-prediction: The weight given to future aspiration versus past achievement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103, 38–53. <http://dx.doi.org/10.1037/a0028124>
- Kawakami, K., Dunn, E., Karmali, F., & Dovidio, J. F. (2009, January 9). Mispredicting affective and behavioral responses to racism. *Science*, 323, 276–278. <http://dx.doi.org/10.1126/science.1164951>
- Khodayarifard, M., Ghobaribonab, B., Zamanpoor, E., Derakhshan, M., Akbari, Z., Moosavi, S. (2014). Optimism: Developing an Iranian-Islamic paradigm. *Applied psychological research quarterly*, 3 (3): 13-23 (in persian).
- Klein, N., & Epley, N. (2016). Maybe holier, but definitely less evil, than you: Bounded self-righteousness in social judgment. *Journal of personality and social psychology*, 110(5), 660.
- Koehler, D. J., & Poon, C. S. K. (2006). Self-predictions overweight strength of current intentions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 517–524. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2005.08.003>
- Kruger, J., & Gilovich, T. (2004). Actions, intentions, and self-assessment: The road to self-enhancement is paved with good intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 328–339. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167203259932>
- Messick, D. M., Bloom, S., Boldizar, J. P., & Samuelson, C. D. (1985). Why we are fairer than others. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 480–500. [http://dx.doi.org/10.1016/0022-1031\(85\)90031-9](http://dx.doi.org/10.1016/0022-1031(85)90031-9)
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371–378. <http://dx.doi.org/10.1037/h0040525>
- Moore, D. A., & Small, D. A. (2007). Error and bias in comparative judgment: On being both better and worse than we think we are. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 972–989. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.972>
- Myers, D. G. (2010). *Social psychology* (10th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Pronin, E., & Kugler, M. B. (2007). Valuing thoughts, ignoring behavior: The introspection illusion as a source of the bias blind spot. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 565–578. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2006.05.011>
- RahimineZhad, A., Rahimi Jafari, M., Salamati, P. (2016). The relationship between identity styles and cognitive-social-emotional wellbeing: the mediating role of

- commitment and accepting religious identity. *Applied psychological research quarterly*, 3 (1): 95-112 (in persian).
- Rozin, P., & Royzman, E. B. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 296–320. [http://dx.doi.org/10.1207/S15327957PSPR0504\\_2](http://dx.doi.org/10.1207/S15327957PSPR0504_2)
- Schacter, D. L., Addis, D. R., & Buckner, R. L. (2007). Remembering the past to imagine the future: The prospective brain. *Nature Reviews Neuroscience*, 8, 657–661. <http://dx.doi.org/10.1038/nrn2213>
- Williams, E. F., Gilovich, T., & Dunning, D. (2012). Being all that you can be: The weighting of potential in assessments of self and others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 143–154. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167211421937>
- Wilson, A. E., & Ross, M. (2001). From chump to champ: People's appraisals of their earlier and present selves. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 572–584. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.80.4.572>