

طراحی مدل پیش‌بینی رفتار اخلاقی بر پایه نگرش و هویت اخلاقی: نقش میانجی سود و زیان‌ها

آرزو دلفان بیرانوند^۱، دکتر خسرو رشید*^۲، دکتر ابوالقاسم یعقوبی^۲، دکتر رسول کردنوقایی^۲
 ۱. دانشجوی دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
 ۲. گروه روان‌شناسی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
 (تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱)

چکیده

زمینه: این پژوهش با هدف طراحی مدل پیش‌بینی رفتار اخلاقی بر پایه نگرش و هویت اخلاقی با توجه به نقش میانجی سود و زیان‌ها انجام شد.

روش: روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموزان دبیرستانی مقطع متوسطه دوم شهر همدان در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۴۰۰ بود. اندازه نمونه شامل تعداد ۹۲۸ نفر بودند (۳۹۹ دختر و ۵۲۹ پسر) که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند-مرحله‌ای انتخاب شدند و مقیاس‌های رفتار اخلاقی، هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، و مقیاس سود و زیان را تکمیل کردند. داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی با داده‌های تجربی برازش مناسبی دارد و متغیرهای سود روانشناختی، سود موقعیتی، زیان روانشناختی و زیان موقعیتی در ارتباط بین نگرش اخلاقی و هویت اخلاقی با رفتار اخلاقی نقش واسطه‌ای معناداری دارند. همچنین یافته‌ها بیانگر این است که اثرات مستقیم نگرش و هویت اخلاقی بر رفتار اخلاقی معنادار نیست.

نتیجه‌گیری: برپایه یافته‌ها می‌توان گفت که دو عامل سود (روانشناختی - موقعیتی) و زیان (روانشناختی - موقعیتی) می‌توانند انجام دادن یا ندادن رفتارهای اخلاقی را از سوی افراد با نگرش و هویت اخلاقی کنترل کنند. زیرا ارزیابی میزان سود و زیانی که انجام دادن یا ندادن رفتارهای اخلاقی برای افراد به همراه دارد، انجام کنش یا رفتار اخلاقی را از سوی افراد تسهیل یا بازداری می‌کند.

کلیدواژه‌گان: اخلاق، رفتار اخلاقی، نگرش اخلاقی، هویت اخلاقی، سود و زیان

سرآغاز

چه نیرویی باعث می‌شود تا افراد به طور اخلاقی رفتار کنند؟ آیا نیرویی فراتر از عقلانیت و قضاوت وجود دارد که اراده اخلاقی بودن را متزلزل کند؟ (۶). تبیین رفتار اخلاقی مسأله‌ای است که از دیدگاه‌های متفاوت به آن نگریسته شده است. علاقه روانشناسان به رفتار اخلاقی از مدت‌ها پیش موضوع سؤالات رشدی و پیامدهای بالینی بوده است (۷) و به این مسایل به دو طریق پاسخ می‌دهند. برخی از منظر رشد به مسأله نگاه می‌کنند و برخی دیگر از منظر تأثیر اجتماعی به مسأله می‌پردازند (۸). صاحب‌نظران در زمینه اخلاق، پی بردند که رابطه بین قضاوت اخلاقی و عمل اخلاقی تا حدی ضعیف است (۹) و نیز برخی نشان دادند افرادی که از نظر اخلاقی در سطح بالایی قرار دارند، ظرفیت استدلال اخلاقی چندانی پیشرفته‌ای ندارند (۱۰).

اخلاق در علم روانشناسی، دامنه‌ی وسیعی از ملاحظات اجتماعی را در بر دارد تا در مورد نگرانی‌های اجتماعی، نگرانی‌های روان‌شناختی، انتخاب شخصی و حقوق فردی تصمیم‌گیری صورت گیرد (۱). اخلاق شامل قوانین رفتاری مبتنی بر وجدان یا تشخیص درست و نادرست است (۲). اخلاق بخشی جدایی‌ناپذیر از قوانین و سیاست‌های اجتماعی ما است (۳). رفتار اخلاقی، واکنشی به شیوه‌ای مطابق با آنچه که جامعه و افراد ارزش‌های خوب می‌دانند، می‌باشد (۴). رفتار اخلاقی به اقدامات موردنظر برای ایجاد پیامدهایی مانند مهربانی و انصاف اشاره دارد و شامل اقداماتی است که پاسخ اجتماعی به نیازها و علایق دیگران را نشان می‌دهد (۵).

چرا افراد با نگرش و هویت اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون زندگی از انجام رفتارهای اخلاقی خودداری می‌کنند؟

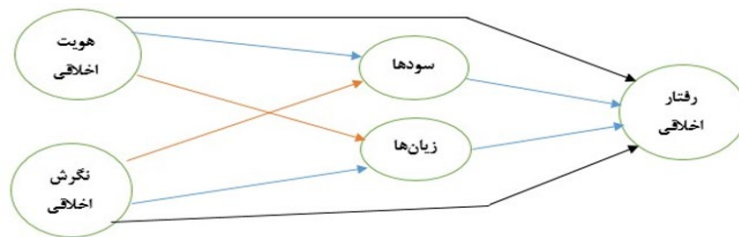
با وجود اینکه برخی شواهد پژوهشی نشان می‌دهند که هویت اخلاقی و نگرش اخلاقی بر رفتار اخلاقی مؤثرند و افراد با نگرش و هویت اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون می‌توانند اخلاقی‌تر عمل کنند، اما پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهند که حتی افراد خوب می‌توانند و اغلب کارهای بدی انجام می‌دهند (۲۵). مسأله نگران‌کننده این است که اعمال اخلاقی توسط افرادی که اخلاق را مهم و با ارزش می‌دانند تأیید می‌شوند اما وقتی فرصت پیدا می‌کند رفتار غیر اخلاقی نشان می‌دهند (۲۶). برای نمونه، در پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، به کشف تقلب بانکی در سال ۱۳۹۰ (۲۷)، تقلب تحصیلی (۲۸)، افزایش بی‌صدافتی تحصیلی در میان دانشجویان (۲۹)، تمایل به استفاده از رویه‌های غیر اخلاقی بازاریابی با افزایش سطح تحصیلات حسابرسان (۳۰) اشاره شده است. بنابراین این خلاء پژوهشی که حتی کسانی که هویت اخلاقی بالایی دارند غالباً درگیر رفتارهای غیر اخلاقی می‌شوند (۲۵) و اینکه افراد با نگرش اخلاقی در انجام رفتار اخلاقی شکست می‌خورند، باعث شد تا در این پژوهش نقش سود و زیان‌ها به عنوان عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده رفتار اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون بررسی شود. مشاهده‌ی اینکه افراد خوب می‌توانند کارهای بد/ نادرست انجام دهند بیانگر این است که برای پی بردن به رفتار اخلاقی لازم است که به فراتر از علل انحراف و تخلفات افراد پرداخته شود (۱۶). یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که می‌توان از جنایات غم‌انگیز متداول قرن گذشته - صفوف بی‌پایان جنگ‌های مذهبی، کشتارهای جمعی، پاکسازی‌های قومی، بمب‌گذاری - های تروریستی و سرپوش گذاشتن بر خطرات محصولات شرکت‌ها - گرفت این است که کارهای وحشتناک فقط توسط هیولا انجام نمی‌شود، بلکه افرادی که اخلاق را با ارزش می‌دانند می‌توانند به گونه‌ای رفتار کنند که به نظر می‌رسد نسبت به اصول اخلاقی بی‌اعتنا هستند (۳۱). این چگونه ممکن است، چرا افراد با داشتن باورهایی مبنی بر ارزشمند بودن اخلاق و رفتار اخلاقی در رفتار از نظر اخلاقی شکست می‌خورند؟ (۲۶). بر این اساس، این پژوهش در پی طراحی مدل پیش‌بینی رفتار اخلاقی بر پایه نگرش و هویت اخلاقی با توجه به نقش میانجی سود و زیان‌هاست. مسأله اصلی این پژوهش این است که آیا مدل پیش‌بینی رفتار اخلاقی بر پایه نگرش و هویت اخلاقی با توجه به نقش میانجی سود و زیان‌ها به عنوان عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده احتمالی رفتار اخلاقی برازش دارد؟ مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر است.

پژوهشگران رابطه بین باورهای اخلاقی، مقصود و رفتارها را مورد بررسی قرار داده‌اند و تفاوت‌های قابل توجهی بین باورها یا اهداف و رفتارهای واقعی یافته‌اند (۱۱). بدین ترتیب، مسأله شکاف قضاوت اخلاقی و عمل اخلاقی مطرح شد. همین مسأله که رابطه استدلال اخلاقی با رفتار اخلاقی ضعیف است و شناخت رفتار اخلاقی با شناخت ویژگی‌های فرد میسر نیست، بلکه رفتار فرد را باید در فضای اجتماعی و محیط پیرامونش تحلیل کرد (۱۲)، باعث شد تا صاحب‌نظران با معرفی سازه‌های دیگر به توصیف و تبیین شکاف بین استدلال اخلاقی و رفتار اخلاقی بپردازند.

یکی از سازه‌هایی که احتمال بروز رفتارهای اخلاقی را تحت تأثیر قرار می‌دهد نگرش اخلاقی است. زیرا تصمیمات اخلاقی افراد به شدت تحت تأثیر نگرش افراد نسبت به رفتار اخلاقی قرار دارد (۱۳). نگرش اخلاقی بیانگر انگیزه و تعهد در عمل و توانایی پاسخگویی به دیگران است و جنبه قابل توجهی از ارتباطات انسانی محسوب می‌شود و بیانگر رفتار نوع دوستانه با دیگری و یک رفتار فداکارانه است (۱۴). نگرش اخلاقی به معنای زیر سوال بردن تصمیمات، احترام به نظرات دیگران و آسیب نرساندن است (۱۵).

هویت اخلاقی از جمله سازه‌هایی است که نقش تعیین‌کننده‌ای در بروز رفتارهای اخلاقی دارد و به عنوان یک عامل انگیزشی مهم در انجام رفتار اخلاقی محسوب می‌شود (۱۶) و امکان درونی‌سازی ارزش‌های اخلاقی را فراهم می‌آورد (۱۷). هویت اخلاقی با سطح بالاتری از عملکرد اخلاقی همراست (۱۸) و عامل اصلی در عملکرد اخلاقی نوجوانان است (۱۹) و هدف از رشد آن، یکپارچه ساختن خود و اخلاق است. این یکپارچگی موجب می‌شود تا فرد به نحو باثباتی، مطابق با نظام‌های انگیزشی و هیجانی مبتنی بر اخلاقیات عمل کند (۲۰). برخی بیان کرده‌اند که هویت اخلاقی بهترین ساختار روانشناختی موجود برای پیش‌بینی رفتار اخلاقی است (۲۱).

یکی دیگر از سازه‌هایی که ممکن است در موقعیت‌های گوناگون نقش تسهیل‌کننده و یا بازدارنده را برای احتمال بروز رفتار اخلاقی ایفا کند، سازه سود و زیان‌هاست. بر اساس تحلیل هزینه/ سود، می‌توان مزایای کل مزایا را نسبت به هزینه‌ها تخمین زد و بدین ترتیب گزینه‌های موجود را قبل از تصمیم‌گیری درجه‌بندی کرد (۲۲). تحلیل نظامند هزینه/ سود یک استراتژی تصمیم‌گیری برتر از نظر هنجاری است که می‌تواند در زمینه قضاوت اخلاقی بکار رود (۲۳) و با تصمیم‌گیری اخلاقی سازگار است و مجموعه گسترده‌تری از ارزش‌ها و یک رویکرد ارزیابی را مطابق با ملاحظات اخلاقی ارائه می‌دهد (۲۴).



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش

این پژوهش، از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بود. جامعه‌ی آماری شامل کلیه دانش‌آموزان دبیرستانی دختر و پسر مقطع متوسطه دوم شهر همدان در سال تحصیلی ۴۰۱-۱۴۰۰ بودند. در پژوهش حاضر، تعداد ۹۲۸ نفر دانش‌آموز (۳۹۹ دختر و ۵۲۹ پسر) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند (۴۱۶ نفر؛ ۴۴/۸ درصد در پایه دهم)، (۳۱۶ نفر؛ ۳۴/۱ درصد در پایه یازدهم) و (۱۹۶ نفر؛ ۲۱/۱ درصد در پایه دوازدهم) بودند. میانگین و انحراف معیار سن پسران $16/17 \pm 1/17$ و دختران $16/42 \pm 1/03$ سال بود. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش به شرح زیر هستند:

مقیاس هویت اخلاقی: این مقیاس دارای ۱۰ گویه است که شامل دو زیرمقیاس نمادسازی و درونی‌سازی است (۳۲). آزمودنی‌ها میزان موافقت خود با هر گویه را بر روی یک مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً موافقم (نمره ۵) تا کاملاً مخالفم (نمره ۱) مشخص می‌کنند. گویه‌های ۱، ۲، ۴، ۷، ۱۰ مربوط به بعد درونی‌سازی و گویه‌های ۳، ۵، ۶، ۸، ۹، مربوط به بعد نمادسازی هستند که در این بین گویه‌های ۴ و ۷ به صورت معکوس و سایر گویه‌ها مستقیم، نمره‌گذاری می‌شوند. پایایی و روایی این مقیاس توسط سازندگان آن احراز گردیده است. همچنین همسانی درونی از طریق آلفای کرونباخ این دو بعد درونی-سازی و نمادسازی به ترتیب ۷۷٪ و ۷۶٪ می‌باشد. در ایران نیز پایایی و روایی مطلوب را برای این مقیاس گزارش کرده‌اند (۳۳). در پژوهش حاضر، ضریب پایایی با روش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۷۳۷ و برای زیرمقیاس‌های درونی‌سازی و نمادسازی به ترتیب ۰/۷۹۵، ۰/۷۱۶ به دست آمده است.

مقیاس رفتار اخلاقی (پژوهشگر ساخته): این مقیاس در دو مرحله ساخته شد. در مرحله نخست، براساس مبانی نظری موجود در زمینه اخلاق و رفتارهای اخلاقی مقیاسی ۳۵ گویه ساخته شد. برای بررسی روایی محتوایی و صوری این مقیاس از نظر متخصصان سود برده شد. این مقیاس ۳۵ سؤالی در اختیار ۱۰ نفر محقق قرار گرفت. در مرحله بعد ضریب همبستگی بین آن‌ها از طریق ضریب کاپا ارزیابی شد. اندازه توافقی کاپا ۷۵٪ با سطح معنی‌داری $p < 0/001$ بدست آمد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی دو عامل را نشان داد (رفتارهای ایجابی و رفتارهای سلبی). به منظور بررسی پایایی این آزمون از ضریب آلفای کرونباخ برده شد. پایایی خرده مقیاس‌های این آزمون با استفاده از آلفای کرونباخ برای رفتارهای ایجابی (۰/۹۱۸)، رفتارهای سلبی (۰/۹۲۰) و همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس رفتار اخلاقی ۰/۸۶۲ بدست آمد. در این مقیاس، هرچه نمرات افراد در رفتارهای ایجابی بیشتر و نمراتشان در رفتارهای سلبی کم‌تر باشد گفته می‌شود که افراد دارای رفتارهای اخلاقی هستند.

مقیاس نگرش اخلاقی (پژوهشگر ساخته): این مقیاس در دو مرحله ساخته شد. در مرحله نخست، براساس مبانی نظری موجود در زمینه

نگرش و نگرش اخلاقی، مقیاسی ۳۶ سؤالی ساخته شد. برای بررسی روایی محتوایی و صوری این مقیاس از نظر متخصصان سود برده شد. این مقیاس ۳۶ سؤالی در اختیار ۱۰ نفر محقق قرار گرفت. در مرحله بعد ضریب همبستگی بین آن‌ها از طریق ضریب کاپا ارزیابی شد. اندازه توافقی کاپا ۷۶٪ با سطح معنی‌داری $p < 0/001$ بدست آمد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی سه عامل را نشان داد (بعد شناختی، عاطفی و رفتاری). بعد شناختی سؤالات (۴-۶-۷-۸-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳)، بعد عاطفی سؤالات (۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۳-۲۴-۲۵) و بعد رفتاری سؤالات (۲۶-۲۷-۲۹-۳۰-۳۱-۳۲-۳۴-۳۵-۳۶) شامل می‌شوند. بررسی همسانی درونی این مقیاس با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس (۰/۹۴) و برای زیرمقیاس‌های شناختی، عاطفی و رفتاری به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۹۰، ۰/۸۷ بدست آمد.

مقیاس سود و زیان: عاملی برای تبیین چرایی انجام دادن و انجام ندادن رفتارهای اخلاقی (پژوهشگر ساخته): این مقیاس براساس اطلاعات بدست آمده از تحلیل محتوای مصاحبه با ۲۲۲ نفر (۱۲۱ نفر دانش‌آموز دبیرستانی مقطع متوسطه دوم ۱۶ تا ۱۹ ساله و ۱۰۱ نفر بزرگسال ۲۰ تا ۵۲ ساله) در پژوهشی در زمینه "عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده‌ی رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی براساس نظریه‌های ضمنی مردم ایران: نقش سود و زیان‌ها" که نشان داده دو نوع سود به عنوان عوامل تسهیل‌کننده‌ی رفتارهای اخلاقی و دو نوع زیان به عنوان بازدارنده‌ی رفتار اخلاقی وجود دارند (۳۴)، ساخته شد (۴ عامل: سود روانشناختی، سود موقعیتی، زیان روانشناختی، زیان موقعیتی). مقیاس سود (۳۳ سؤالی) و مقیاس زیان (۲۶ سؤالی) براساس طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (هرگز، ۱، خیلی کم، ۲، کم، ۳، متوسط، ۴، زیاد، ۵، خیلی زیاد، ۶، همیشه) آماده شدند. جهت بررسی روایی صوری و روایی محتوایی، سؤالات طراحی شده برای دو مقیاس سود و زیان، توسط ۵ نفر از دانشگاه بوعلی سینا مورد بررسی قرار گرفت و مواردی که نیاز به ویرایش داشتند اصلاح شدند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نیز برای هر مقیاس دو مؤلفه مورد نظر را تأیید کرد. ضریب همسانی درونی با استفاده از آلفای کرونباخ برای کل مقیاس سود ۰/۹۵۴ و برای خرده مقیاس‌های سود روانشناختی و سود موقعیتی به ترتیب ۰/۹۱۸، ۰/۹۳۴ بدست آمد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس زیان، ۹۶۵/۰ و برای خرده مقیاس‌های زیان روانشناختی و زیان موقعیتی به ترتیب ۰/۹۴۹، ۰/۹۲۸ بدست آمد.

به منظور اجرای این پژوهش، ابتدا اطلاعات لازم در مورد شیوه، روند پژوهش، نحوه‌ی پاسخ‌دهی، و طول مدت تکمیل مقیاس‌ها به دانش‌آموزان داده می‌شد و در صورت تمایل می‌توانستند در پژوهش شرکت کنند. سپس مقیاس‌ها جهت تکمیل شدن در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری، آزمون سوبل، و شاخص‌های برازندگی برای الگوی تدوین شده با کمک نرم افزار SPSS و نرم افزار Lisrel استفاده شد.

یافته‌ها

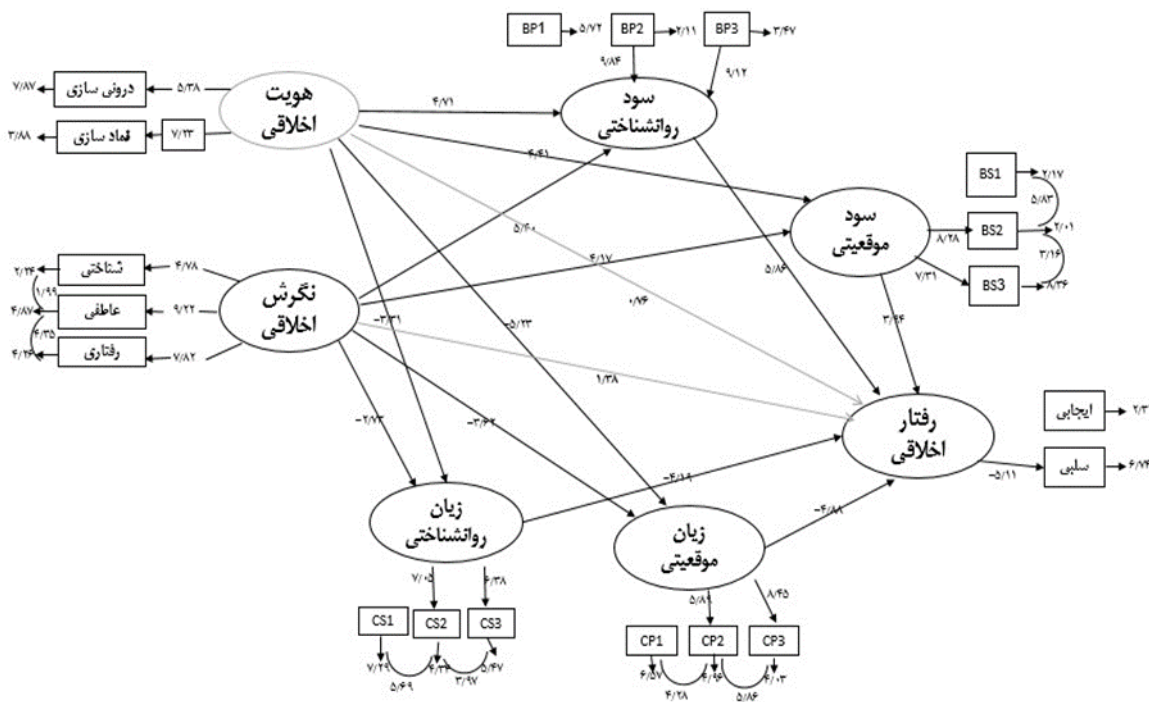
شاخص‌های برازش ارائه شده در جدول ۲ نشان از برازش مناسب مدل دارد.

جدول ۱ میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همچنین نگاره ۲، مدل نهایی پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. هویت اخلاقی	۵۱/۵۸	۹/۹۶	-						
۲. نگرش اخلاقی	۱۳۱/۲۱	۲۰/۶۲	۰/۲۹**	-					
۳. سود روانشناختی	۹۹/۴۸	۱۶/۱۸	۰/۵۵**	۰/۵۱**	-				
۴. سود موقعیتی	۸۳/۹۷	۱۴/۱۶	۰/۵۳**	۰/۵۰**	۰/۳۹**	-			
۵. زیان روانشناختی	۳۰/۳۵	۱۰/۶۹	-۰/۳۳**	-۰/۳۶**	-۰/۲۵**	-۰/۲۱**	-		
۶. زیان موقعیتی	۳۰/۸۵	۹/۸۴	-۰/۳۳**	-۰/۳۷**	-۰/۲۸**	-۰/۲۴**	۰/۴۴**	-	
۷. رفتار اخلاقی	۱۲۴/۲۰	۲۳/۰۸	۰/۴۸**	۰/۴۹**	۰/۳۵**	۰/۴۱**	-۰/۵۳**	-۰/۴۴**	-

**P < ۰/۰۱ ، *P < ۰/۰۵



نگاره ۲: مدل نهایی پژوهش

جدول ۲: شاخص‌های برازندگی برای الگوی تدوین شده

شاخص‌های برازندگی الگو	RMSEA	CFI	IFI	GFI	X ² /df	df	X ²
بعد از اصلاح	۰/۰۶۴	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۲	۲/۸۱	۵۸۳	۱۶۴۱/۰۹

جدول ۳: ضرایب مدل تبیین رفتار اخلاقی بر اساس هویت و نگرش اخلاقی، با میانجی‌گری سود و زیان‌ها

مسیر مستقیم	ضریب رگرسیونی	آماره t
اثر هویت اخلاقی بر سود روانشناختی	۰/۳۴**	۴/۷۱
اثر هویت اخلاقی بر سود موقعیتی	۰/۳۳**	۴/۴۱
اثر هویت اخلاقی بر زیان روانشناختی	-۰/۲۵**	-۳/۳۱
اثر هویت اخلاقی بر زیان موقعیتی	-۰/۳۷**	-۵/۲۳
اثر نگرش اخلاقی بر رفتار اخلاقی	۰/۰۸	۰/۷۶
اثر نگرش اخلاقی بر سود روانشناختی	۰/۳۸**	۵/۴۰
اثر نگرش اخلاقی بر سود موقعیتی	۰/۴۳**	۶/۱۷
اثر نگرش اخلاقی بر زیان روانشناختی	-۰/۲۲**	-۲/۷۳
اثر نگرش اخلاقی بر زیان موقعیتی	-۰/۲۷**	-۳/۶۲
اثر نگرش اخلاقی بر رفتار اخلاقی	۰/۱۱	۱/۳۸
اثر سود روانشناختی بر رفتار اخلاقی	۰/۴۱**	۵/۸۶
اثر سود موقعیتی بر رفتار اخلاقی	۰/۲۹**	۳/۹۴
اثر زیان روانشناختی بر رفتار اخلاقی	-۰/۳۱**	-۴/۱۹
اثر زیان موقعیتی بر رفتار اخلاقی	-۰/۳۵**	-۴/۸۸

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

موقعیتی ($\beta = -0.27, p < 0.01$) و معنادار بودند. بر اساس نتایج، اثر سود روانشناختی ($\beta = 0.41, p < 0.01$)، سود موقعیتی ($\beta = 0.43, p < 0.01$) و زیان موقعیتی ($\beta = -0.31, p < 0.01$) نیز بر رفتار اخلاقی معنادار بودند. اما اثر هویت اخلاقی ($\beta = 0.08, p > 0.05$) و نگرش اخلاقی ($\beta = 0.11, p > 0.05$) بر رفتار اخلاقی معنادار نبود.

تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از روابط متغیرها از طریق ضرایب رگرسیونی در مدل معادلات ساختاری در جدول ۳ نشان می‌دهد که اثر هویت اخلاقی بر سود روانشناختی ($\beta = 0.34, p < 0.01$)، سود موقعیتی ($\beta = 0.33, p < 0.01$)، زیان روانشناختی ($\beta = -0.25, p < 0.01$)، زیان موقعیتی ($\beta = -0.37, p < 0.01$) معنادار بودند. همچنین نتایج بخش ساختاری نشان داد که اثر نگرش اخلاقی بر سود روانشناختی ($\beta = 0.38, p < 0.01$)، سود موقعیتی ($\beta = 0.43, p < 0.01$)، زیان روانشناختی ($\beta = -0.22, p < 0.01$)، زیان

جدول ۴: نتایج حاصل از بررسی نقش واسطه‌ای سود (روانشناختی - موقعیتی) و زیان (روانشناختی - موقعیتی) در ارتباط بین هویت و نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی از طریق آزمون سوبل

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	متغیر میانجی	Sobel's test (z)	P
هویت اخلاقی	رفتار اخلاقی	سود روانی	۱۰/۱۲	۰/۰۰۱
هویت اخلاقی	رفتار اخلاقی	سود موقعیتی	۱۱/۴۰	۰/۰۰۱
هویت اخلاقی	رفتار اخلاقی	زیان روانی	۹/۴۸	۰/۰۰۱
هویت اخلاقی	رفتار اخلاقی	زیان موقعیتی	۸/۴۶	۰/۰۰۱
نگرش اخلاقی	رفتار اخلاقی	سود روانی	۹/۸۱	۰/۰۰۱
نگرش اخلاقی	رفتار اخلاقی	سود موقعیتی	۱۱/۱۰	۰/۰۰۱
نگرش اخلاقی	رفتار اخلاقی	زیان روانی	۱۰/۰۸	۰/۰۰۱
نگرش اخلاقی	رفتار اخلاقی	زیان موقعیتی	۸/۹۸	۰/۰۰۱

نتایج حاصل از آزمون سوبل در جدول ۴ نشان می‌دهد که متغیر سود روانشناختی ($Z = 10.12, p < 0.01$) و سود موقعیتی ($Z = 11.40, p < 0.01$) در ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی نقش واسطه‌ای معناداری دارد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر سود روانشناختی ($Z = 9.48, p < 0.01$) و سود موقعیتی ($Z = 8.46, p < 0.01$) در ارتباط بین نگرش اخلاقی و رفتار اخلاقی نقش واسطه‌ای معناداری دارد. متغیر زیان روانشناختی

نتایج حاصل از آزمون سوبل در جدول ۴ نشان می‌دهد که متغیر سود روانشناختی ($Z = 10.12, p < 0.01$) و سود موقعیتی ($Z = 11.40, p < 0.01$) در ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی نقش واسطه‌ای معناداری دارد. متغیر زیان روانشناختی ($Z = 9.48, p < 0.01$)



به سوی انجام رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی سوق می‌دهند. افرادی که نگرش و هویت اخلاقی در آن‌ها شکل گرفته است در زمان روبرو شدن با موقعیت‌هایی که لازم است رفتارهای اخلاقی انجام شود دو عامل سود و زیان به عنوان پیامد احتمالی انجام رفتارهای اخلاقی وارد عمل شده و افراد براساس آن شروع به ارزیابی می‌کنند که آیا انجام دادن این رفتار اخلاقی (برای نمونه راست‌گویی) در این موقعیت (برای نمونه محیط کار، تحصیلی، اجتماع و محیط خانواده) در آینده (نزدیک یا دور) چقدر زیان و چقدر سود به همراه دارد. بر این اساس می‌توان گفت که در مواجهه با موقعیت‌های گوناگون زندگی (کاری، تحصیلی، اجتماع و خانواده) اگر به هنگام ارزیابی میزان سود/ زیان انجام یک نمونه رفتار اخلاقی، میزان سود (روانشاختی - موقعیتی) بر میزان زیان غلبه کند یعنی میزان سود بیشتر باشد احتمال انجام رفتار اخلاقی از سوی افراد تسهیل می‌یابد. اما اگر میزان زیان (روانشاختی - موقعیتی) بر میزان سود غلبه کند احتمال انجام رفتار اخلاقی از سوی افراد بازدارنده می‌شود حتی اگر این افراد از نگرش و هویت اخلاقی بالایی برخوردار باشند. برای نمونه، می‌توان به افراد نخبه در کشورهای جهان که در پست‌های مختلف از ریاست جمهوری گرفته تا وزراء قرار دارند اشاره کرد که با وجود داشتن نگرش اخلاقی و هویت اخلاقی در سطح کلان رفتارهای غیراخلاقی مانند جنگ و خونریزی، ظلم به دیگران، فریب افکار عمومی انجام می‌دهند. شاید بتوان گفت که دو عامل سود و زیان به عنوان پیامدهایی که انجام دادن یا ندادن رفتارهای اخلاقی به دنبال دارد، نقش نیرومندی‌تر نسبت به هویت و نگرش اخلاقی ایفا کنند. زیرا در سطح جهان بروز رفتارهای غیراخلاقی از سوی افرادی که نگرش و هویت اخلاقی در آن‌ها شکل گرفته است قابل مشاهده است و این یک فاجعه‌ی بزرگ برای جامعه بشریت است. این پژوهش شکاف بین نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی و شکاف بین هویت اخلاقی با رفتار اخلاقی را براساس سود و زیان‌هایی که به عنوان یک عامل بازدارنده یا تسهیل‌کننده عمل می‌کنند تبیین می‌کند.

پیشنهادات پژوهش عبارتند از: با توجه به نتایج پژوهش‌های گذشته و یافته‌های پژوهش حاضر، مبنی بر وجود ارتباط و همبستگی بین نگرش و هویت اخلاقی با رفتار اخلاقی، چرا جامعه شاهد کسانی بوده و هست که باوجود شکل‌گیری نگرش و هویت اخلاقی در آن‌ها، درگیر رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند؟ یافته‌های این پژوهش، نقش سود و زیان را به عنوان عاملی برای تبیین مسأله موردنظر بیان می‌کند. لذا پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی دنبال بررسی عواملی باشند که براساس آن‌ها بتوان با وجود زیانی که رفتار اخلاقی ممکن هست به همراه داشته باشد همچنان آن رفتار اخلاقی از سوی افراد انجام شود. محدودیت پژوهش عبارتند از: از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به محدود بودن نمونه به جامعه‌ی دانش‌آموزان، استفاده صرف از ابزار خودگزارشی اشاره کرد. این محدودیت‌ها تعمیم نتایج را به سایر گروه‌های سنی در بافت‌های مختلف تحصیلی با محدودیت مواجه می‌سازد. از اینرو لازم است پژوهشگران در تعمیم‌پذیری نتایج این پژوهش احتیاط کنند.

($Z=10.08, p<.01$) و زیان موقعیتی ($Z=8.98, p<.01$) نیز در ارتباط بین نگرش اخلاقی و رفتار اخلاقی نقش واسطه‌ای معناداری دارد. بر اساس نتایج متغیرهای سود (روانشناختی و موقعیتی) و زیان (روانشناختی و موقعیتی) نقش واسطه‌ای معناداری در رابطه بین هویت و نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی دارند.

بحث

این پژوهش با هدف طراحی مدل پیش‌بینی رفتار اخلاقی بر پایه نگرش و هویت اخلاقی با توجه به نقش میانجی سود و زیان‌ها انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که اثر هویت اخلاقی و نگرش اخلاقی بر سود روانی، سود موقعیتی، زیان روانی، و زیان موقعیتی معنادار و اثر سود روانی، سود موقعیتی، زیان روانی، و زیان موقعیتی بر رفتار اخلاقی معنادار بودند. اما در مدل معادلات ساختاری اثر هویت اخلاقی و نگرش اخلاقی بر رفتار اخلاقی معنادار نبودند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که متغیرهای سود (روانشناختی - موقعیتی) و زیان (روانشناختی - موقعیتی) نقش واسطه‌ای معناداری در رابطه بین هویت و نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی دارند. در این راستا، پژوهشی جهت همسویی با نتایج پژوهش یافت نشد. یافته‌ها نشان می‌دهند که بین هویت و نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو است (۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۲). براساس دیدگاه پژوهشگران، هویت اخلاقی خودپنداره‌ای است که حول ارزش‌های اخلاقی شکل می‌گیرد و واسطه بین اخلاق و عمل اخلاقی است (۴۳). بنابراین زمانی که هویت افراد شکل می‌گیرد، افراد تمایل دارند که رفتارهای خود را با ارزش‌های مورد نظرشان هماهنگ کنند و با احتمال بیشتری ممکن است رفتارهای اخلاقی را نشان دهند. اما هویت اخلاقی تنها عاملی نیست که بتواند رفتار اخلاقی را از سوی افراد پیش‌بینی کند. همچنین نگرش به عنوان نظامی که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و یک تمایل به عمل است روی رفتار اثر می‌گذارد (۴۴). از اینرو، کسانی که نگرش اخلاقی در آن‌ها شکل می‌گیرد ممکن است به رفتارهای اخلاقی تمایل نشان دهند. اما نگرش نمی‌تواند انجام رفتار اخلاقی از سوی افراد را تضمین کند. بنابراین بنظر می‌رسد که هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی به خودی خود شکل دهنده‌ی رفتار افراد نیستند، بلکه از طریق فرایندهای واسطه‌ای، رفتار آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند (۴۵). از اینرو براساس یافته‌های پژوهش حاضر شاید بتوان گفت که دو عامل سود (روانشناختی - موقعیتی) و زیان (روانشناختی - موقعیتی) به عنوان کنترل‌کننده‌های انجام دادن یا ندادن رفتارهای اخلاقی، این مسأله را که چرا افراد با نگرش اخلاقی و هویت اخلاقی بالا درگیر رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند، تبیین کند. زیرا با وجود اینکه بین هویت و نگرش اخلاقی با رفتار اخلاقی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، اما دو عامل نگرش و هویت اخلاقی نمی‌توانند تضمین‌کننده‌ی این باشند که افراد رفتارهای اخلاقی انجام بدهند. بلکه این دو عامل سود و زیان هستند که افراد را

نتیجه گیری

در پاسخ به این مسأله که چرا افراد با نگرش اخلاقی و هویت اخلاقی در انجام رفتارهای اخلاقی شکست می‌خورند؟ می‌توان به پیامدهای احتمالی که انجام یک رفتار و کنش اخلاقی برای افراد به همراه دارد تحت عنوان سود و زیان‌ها اشاره کرد. ارزیابی سود و زیان برای انجام یک رفتار اخلاقی از سوی افراد باعث می‌شوند تا با وجود داشتن نگرش و هویت اخلاقی - آن‌هایی که به عنوان یک فرد سالم رفتار اخلاقی را با ارزش دانسته و از اهمیت بکارگیری آن در موقعیت‌های مختلف آگاهی دارند- رفتارهای اخلاقی نشان دهند. یعنی زمانی که به هنگام انجام یک رفتار اخلاقی میزان سود آن بر میزان زیان غلبه داشته باشد انجام رفتار اخلاقی تسهیل و زمانی که زیان غلبه داشته باشد انجام رفتار مورد نظر بازداری می‌شود.

ملاحظه های اخلاقی

ملاحظات اخلاقی که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفت شامل رضایت آگاهانه، و شرکت داوطلبانه آزمودنی‌ها، حق انصراف از پژوهش، افشا نشدن اطلاعات، رعایت حریم خصوصی (رازداری و محرمانگی). به عبارت دیگر همه دانش‌آموزان در تکمیل مقیاس‌های موردنظر از آزادی عمل برخوردار بودند و اطمینان خاطر در خصوص اصول محرمانگی به آنان داده شد. این پژوهش هیچ گونه تعارض منافی ندارد.

سپاسگزاری

در این پژوهش ساخت مقیاس‌ها، اجرای مقیاس‌ها روی دانش‌آموزان، تحلیل داده‌ها و نوشتن مقاله با خانم آرزو دلفان بیرانوند، و نظارت بر کار با دکتر خسرو رشید (استاد راهنما) بود، و اساتید مشاور دکتر ابوالقاسم یعقوبی و دکتر رسول کرد نوقابی بودند. همچنین از هم‌همی دانش‌آموزانی که در تکمیل پرسشنامه‌های پژوهشی مشارکت نمودند و از مدیران و آموزگاران‌شان سپاسگزاریم.

واژه نامه

1. Moral	اخلاق
2. Sanctions	ضمانت اجرایی قانون
3. Moral or ethical Behavior	رفتار اخلاقی
4. Social responsiveness	پاسخ‌های اجتماعی
5. Moral judgement	قضاوت اخلاقی
6. Moral attitude	نگرش اخلاقی
7. Moral identity	هویت اخلاقی
8. Identity	هویت
9. Cost and benefit	سود و زیان
10. Cost-Benefit Analysis	تحلیل سود و زیان
11. Strategy	راهبرد
12. Utility value	ارزش سودمندی
13. Immoral behavior	رفتار غیر اخلاقی
14. Counterproductive behavior	رفتار غیرمولد
15. Monsters	هیولا

References

- Gray K, Graham J. (2018). Atlas of moral psychology. New York: The gull ford press .
- Sunar D. (2018). The psychology of morality. Online Readings in Psychology and Culture; 2 .(۱)
- Lane T. (2019). Commentary on ethics and morality. 1st ed. USA: Wiley Publication .
- Suhonen R, Stolt M, Virtanen H, Leino-Kilpi H. (2011). Organizational ethics: A literature review. Nursing Ethics; 18: 285-303 .
- Aquino K, Felps A, Lim VG, Freeman D, Reed AII. (2009). Testing a socialcognitivemodel of moral behavior: The interactive influence of situations and moral identity centrality. Journal of Personality and Social Psychology; 97 (1): 123.
- Heinrichs K, Oser F, Lovat T. (2013). Handbook of moral motivation: theories, models, applications. 1st ed. USA: Sense Publishers.
- Ellemers N, Van Der Toorn J, Paunov Y, Leeuwen TV. (2019). the psychology of morality: a review and analysis of empirical studies published from 1940 through 2017. Personality and Social Psychology Review; 23(4): 332-366.
- Batson C D, Thompson E R. (2001). Why don't moral people act morally? motivational

considerations. American Psychological Society; 10(20): 54-58.

- Blasi A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. Psychological Bulletin; 88: 1-45.
- Colby A, Damon W. (1992). Some do care: Contemporary lives of moral commitment. New York: Free Press.
- Weber J, Gillespie J. (1998). Differences in ethical beliefs, intentions, and behaviors. Business and Society; 37(4): 447-467.
- Koten Kortenkamp KV, Moore F. (2001). Egocentrism and anthropocentrism: moral reasoning about ecological commons dilemmas. J Envir Psycho; 21: 261-72.
- Leonard LN K, Cronan TP. (2005). Attitude toward ethical behavior in computer use: a shifting model. Industrial Management & Data Systems; 105(9): 1150-1171.
- Solomon HM. (2001). Origins of the ethical attitude. Journal of Analytical Psychology; 46 (3): 443-54.
- Starck M. (2017). Ethics and the ethical attitude. Jung Journal; 11(1): 47-52.
- Jia F, Krettenauer T. (2017). Recognizing moral identity as a cultural construct. Frontiers. Psychology; 8 (412).

17. Krettenauer T, Murua L A, Jia F. (2016). Age-related differences in moral identity across adulthood. *Developmental Psychology*; 52: 972–984.
18. Pohling R, Diessner R, Strobel A. (2018). The role of gratitude and moral elevation in moral identity development. *International Journal of Behavioral Development*; 42 (4): 405-415.
19. Kingsford JM, Hawes DJ, De Rosnay M. (2018). The moral self and moral identity: Developmental questions and conceptual challenges. *British Journal of Developmental Psychology*; 36 (4): 652-566.
20. Lapsley D. (2015). Moral identity and developmental theory. *Human Development*; 58(3): 164-171.
21. Damon W, Hart D. (1992). Self-understanding and its role in social and moral development. In M. H. Bornstein & M. E. Lamb (Eds.), *Developmental psychology: An advanced textbook*; 421–464
22. Lowry R, Peterson M. (2011). Cost-benefit analysis and non-utilitarian ethics. *Politics, Philosophy & Economics*; 11(3): 258–279 .
23. Bennis WM, Medin DL, Bartels DM. (2010). The costs and benefits of calculation and moral rules. *Perspectives on Psychological Science*; 5(2): 187-202.
24. Zerbe RO. (2018). A distinction between benefit-cost analysis and cost benefit analysis moral reasoning and a justification for benefit cost analysis .
25. Bazerman MH, Gino F. (2012). Behavioral ethics: toward a deeper understanding of moral judgment and dishonesty. *Annual Review of Law and Social Science*; 8: 85-104.
26. Gino F. (2015). Understanding ordinary unethical behavior: why people who value. *Current Opinion in Behavioral Sciences*; 3: 107-111.
27. Hasas Yeganeh Y, Gholamzadeh Ladari M. (2012). Comprehensive evaluation of audit quality in Iran: Research opportunities. Tehran: 10th Accounting Conference. Al-Zahra University (In Persian).
28. Shahbazian Khonig A, Farid A, Habibi Kaleybr R. (2016). Phenomenological survey of causes of student tendencies to academic cheating and cheating methods from perspective and experiences of cheater students. *Journal of Research in Teaching*; 4(2) (In Persian).
29. Khamsan A, Amiri MA. (2011). The study of academic cheating among male and female students. *Ethics in Science and Technology*; 6 (1):54-62 (In Persian).
30. Jori M M, Vakilifard H, Pour Zamani Z. (2017). Tendency toward Machiavellianism behavior & the auditor's attitude toward unethical marketing methods. *Ethics in Science and Technology*; 12 (3) (In Persian) .
31. Bergman R. (2002). Why be moral? a conceptual model from developmental psychology. *Human Development*; 45:104–124.
32. Aquino K, Reed AII. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*; 83:1423–1440.
33. Azimpour A, Nisi A K, Shahni Yilagh M, Arshadi N, Bashlideh K. (2014). Validation of the "Importance for Moral Identity" scale. *Personality and Individual Differences*; 3(4): 19-38 (In Persian).
34. Delfan Beiranvand A, Rashid Kh, Yaghoubi AB, Kordnoghi R. (2022). Facilitating and preventing factors in moral and immoral behaviors based on the implicit theories of the Iranian people: the role of benefit and costs. *Journal of Fundamentals of Mental Heal*; 3(4). (In Persian).
35. Shao RD, Aquino K, Freeman D. (2008). Beyond moral reasoning: a review of moral identity research and its implications for business ethics. *Bus. Ethics Q.*; 18: 513–40.
36. O'Reilly J, Aquino K. (2011). A model of third parties' morally motivated responses to mistreatment in organizations. *Acad. Manage. Rev.*; 36: 526–43
37. Kantor J, Weisberg J. (2002). Ethical attitudes and ethical behavior: are managers role models. *International Journal of Manpower*; 23 (8): 687 – 703
38. Reynolds S J, Ceranic T L. (2007). The effects of moral judgment and moral identity on moral behavior: an empirical examination of the moral individual. *Journal of Applied Psychology*; 92(6): 1610–1624 .
39. Charoensap A, Virakul B, Senasu K, Ayman R. (2019). Effect of ethical leadership and interactional justice on employee work attitudes, *Journal of Leadership Studies*; 12(4): 26-7.
40. Krettenauer T. (2020). Moral identity as a goal of moral action: A self-determination theory perspective. *Journal of Moral Education*; 49(3): 330–345.
41. Moosavi S, Borhani F, Mohsenpour M. (2016). Ethical attitudes of nursing students at Shahid Beheshti University of Medical Sciences. *Iran. Indian J Med Ethics*; 2(1): 14-20.
42. Lucidi F, Zelli A, Mallia L, Nicolais G, Lazuras L, Hagger M S. (2017). Moral attitudes predict cheating and gamesmanship behaviors among competitive tennis players. *Frontiers in Psychology*; 4 .(۵)
43. Mohamadpour F, Aflaksiir A. (2022). Investigating the role of moral identity and alexithymia in social adjustment in dormitory female students. *Ethics in Science and Technology*; 16 (4):29-35
44. Ahmadi A, Ashrafjehani A. (2012). The impact of demographic variables and code of ethics on ethical perceptions and attitudes of managers. *Ethics in Science and Technology*; 7 (2):45-56.
45. Babadi Akesh N, Mirzaei H, Shirzadi MM. (2022). The mediating role of psychological gap in the relationship between moral identity and spiritual identity with empathy. *Ethics in Science and Technology*; 16 (4):45-52.

