

Ineffectiveness of Rational Reasons in Changing Moral Decisions

Ebrahim Ahmadi, PhD

Islamic Azad University

Buinzahra Branch, Buinzahra, Iran

ابراهیم احمدی*

استادیار گروه روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی

واحد بوبین زهرا

چکیده

هدف این پژوهش بررسی اثر دلایل‌های منطقی بر تصمیم‌گیری‌های اخلاقی بود. فراخوان شرکت در پژوهش به نشانی ایمیل ۷۵ هزار نفر از ساکنان شهر تهران و حومه فرستاده شد که ۷۶۵ نفر داوطلب شرکت در این پژوهش شدند. ابزار پژوهش یک دوراهی اخلاقی (استنلی، روقرتی، یانگ، هن و دبیرگارد، ۲۰۱۸) بود. در یک طرح تجربی از آزمودنی‌ها خواسته شد تا پاسخ دهند اگر در این دوراهی اخلاقی قرار بگیرند، کدام یک از دو راه را بر می‌گزینند (تصمیم نخستین). سپس آزمودنی‌ها به طور تصادفی به سه گروه گمارده شدند: به یک گروه دلایل‌های موافق تصمیم نخستین، به یک گروه دلایل‌های مخالف تصمیم نخستین، و به یک گروه همه دلایل‌ها (موافق و مخالف) داده شد و از هر سه گروه خواسته شد که این دلایل‌ها را ارزیابی کنند. سپس از آزمودنی‌ها خواسته شد دوباره یکی از دو راه را برگزینند (تصمیم پایانی). آزمون دقیق فیشر، تحلیل رگرسیون لجیستیک و تحلیل واریانس نشان داد که تعداد بسیار کمی از آزمودنی‌ها پس از بررسی دلایل‌ها، تصمیم نخستین خود را تغییر دادند. تصمیم نخستین، بخش بزرگی از واریانس تصمیم پایانی را تبیین کرد و آزمودنی‌ها دلایل‌های موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از دلایل‌های مخالف آن ارزیابی کردند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دلایل‌های منطقی به تغییر تصمیم‌های اخلاقی افراد کمکی نمی‌کند.

واژه‌های کلیدی: احساس، انتخاب اخلاقی، تصمیم‌گیری اخلاقی، دلیل، دوراهی اخلاقی

Abstract

This aim of this study was to investigate the effect of rational reasons on moral decisions. For this purpose a call for participation in the study was sent to 75000 email addresses of residents of Tehran and its suburbs. Eventually 765 volunteers participated in the study. By using a moral dilemma (Stanley, Dougherty, Yang, Henne & De Brigard, 2018) in an experimental design, the participants were asked to say which option they would choose if they were in this moral dilemma (their initial decision). Then the participants were randomly assigned to three groups: one group was given the reasons affirming their initial decision, one group was given the reasons opposing their initial decision, and one group was given all reasons (affirming and opposing). Participants were asked to evaluate these reasons. Then they were asked to choose one of the two options again (their final decision). Fisher's exact test, logistic regression analysis, and variance analysis showed that very few participants changed their initial decision after examining the reasons, the initial decision explained a large proportion of the final decision's variance, and participants evaluated affirming reasons better than opposing ones. These findings suggest that rational reasons do not help to change individual's moral decisions.

Keywords: affect, moral choice, moral decision, moral dilemma, reason

مقدمه

افراد به هنگام تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، دلایل بسیاری را برای انتخاب هر تصمیم در ذهن خود مرور می‌کنند. فیلسوفان و دانشمندان دینی معتقدند تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و بازنگری در این تصمیم‌ها باید با دلیل انجام شود، زیرا افراد تنها به واسطه دلیل آوردن قادر به توجیه تصمیم خود هستند (اسنیدگار، ۲۰۱۸؛ بروم، ۲۰۱۳؛ راس، ۱۹۳۰؛ کریسپ، ۲۰۰۵). بسیاری از افراد ادعا می‌کنند که بر پایه دلایل‌های منطقی تصمیم می‌گیرند؛ با وجود این، فیلسوفان و دانشمندان دینی معمولاً به افراد توصیه می‌کنند که در برابر دلایل‌های منطقی مقاومت نکرده و تصمیم‌های خود را تغییر دهند (اسنیدگار، ۲۰۱۸؛ بروم، ۲۰۱۳؛ راس، ۱۹۳۰؛ کریسپ، ۲۰۰۵)، اگرچه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تصمیم‌ها و داوری‌های اخلاقی، اثرپذیری چندانی از دلایل‌های منطقی ندارند (استنلی، دارتی، ینگ، هن و دبريگارد، ۲۰۱۸). هایت (۲۰۰۱، ۲۰۰۷) با پیروی از هیوم (۱۹۶۵) و زاجونک (۱۹۸۰) بیان می‌کند که داوری‌ها و تصمیم‌های اخلاقی معمولاً از واکنش‌های خودکار^۱، فوری^۲، احساسی^۳ و ناهشیار^۴ سرچشمه می‌گیرند. شواهد پژوهشی نیز نشان می‌دهد که بیشتر افراد، به صحنه‌ها و داستان‌هایی که دربردارنده تخلف‌های اخلاقی هستند، واکنش‌های فوری و بدون فکر نشان می‌دهند (لو و دیگران، ۲۰۰۶). افزون بر آن، احساس‌ها به خوبی می‌توانند تصمیم‌ها و داوری‌های اخلاقی را پیش‌بینی کنند (سانفی، ریلینگ، ارنسن، نایستروم و کوهن، ۲۰۰۳؛ هایت و هرش، ۲۰۰۱) و بر آن‌ها اثر بگذارند (والدسلو و دستینو، ۲۰۰۶؛ ویتلی و هایت، ۲۰۰۵؛ یوگازویو، لام و سینگر، ۲۰۱۲). بر اساس پژوهش‌ها، افراد رفتارهای تابو^۵ را حتی زمانی که دلایلی برای بی‌زیان بودن آن‌ها وجود دارد، غیراخلاقی می‌دانند، اما قادر به توضیح علت این داوری خود نیستند (رویزمن، کیم و لیمن، ۲۰۱۵؛ هایت، ۲۰۰۱؛ هایت، بیورکلاند و مورفی، ۲۰۰۰). در واقع افراد به‌هنگام داوری و تصمیم‌گیری اخلاقی، نخست واکنش احساسی از خود نشان می‌دهند (هایت، ۲۰۰۱، ۲۰۰۷) و حتی اگر دلیل و منطقی وجود داشته باشد، پس از تصمیم‌گیری

احساسی و با هدف توجیه آن تصمیم‌گیری رخ می‌دهد (اباذری، ملک‌پور، قمرانی، عابدی و فرامزوی، ۱۳۹۵؛ کمری، فولادچنگ، خرمایی، شیخ‌الاسلامی و جوکار، ۱۳۹۷؛ هایت، کولر و دیاس، ۱۹۹۳). به اعتقاد کوندا (۱۹۹۰) بیشتر افراد، نخست تصمیم می‌گیرند و سپس برای دفاع از آن تصمیم، دلیل می‌آورند. به عبارت دیگر، دلایل‌های سست اما همساز^۶ با سلیقه خود را می‌پذیرند، ولی دلایل‌های محکم اما ناهمساز^۷ با سلیقه خود را رد می‌کنند (دیتو، مونرو، اپانوویچ، سیپانسکی و لاکهارت، ۲۰۰۳) و برای اندیشه‌های همساز با نتیجه‌گیری‌های خود، ارزش بیشتری قائل‌اند (اولمان و کوهن، ۲۰۰۵؛ نورتن، وندلو و دارلی، ۲۰۰۴).

با وجود این، تصمیم‌گیری‌های اخلاقی تا حدی مبتنی بر دلایل منطقی نیز هستند (بلوم، ۲۰۱۰؛ پکستن، آنگر و گرین، ۲۰۱۲؛ پکستن و گرین، ۲۰۱۰؛ ماکی و ریمی، ۲۰۱۷؛ هورن، پاول و هامل، ۲۰۱۵)، اگرچه پژوهش‌هایی که به نقش دلایل منطقی در تغییر تصمیم‌گیری‌های اخلاقی بپردازند، اندک است. از طرفی پژوهش‌ها در رشته‌های دیگر همچون اقتصاد رفتاری^۸ نشان می‌دهد که بازخوردها، ترجیح‌ها، و تصمیم‌ها با بررسی دلایل‌ها ساخته و تغییر داده می‌شوند (باربر، هیت و اودین، ۲۰۰۳؛ دیچریک و لیست، ۲۰۱۶). بر اساس این یافته‌ها، افراد در زمان تصمیم‌گیری یا بازبینی یک تصمیم گرفته شده، به دنبال توجیه تصمیم‌شان برای خود و دیگران هستند (استنلی، هن، اینگار، سینات-آرمسترانگ و دبريگارد، ۲۰۱۷؛ ویلیو، چیترا، لویس و دیویس، ۲۰۰۹). همچنین بین تصمیم‌گیری اخلاقی با سایر تصمیم‌گیری‌ها، تفاوت‌های بنیادی وجود دارد (اسکیتکا، ۲۰۱۰؛ اسکیتکا، باومن و سارگیس، ۲۰۰۵؛ تیوریل، ۲۰۰۲؛ مورگان، اسکیتکا و ویزنسکی، ۲۰۱۰).

هدف این پژوهش، پاسخ به سه پرسش درباره نقش دلیل‌ها در بازبینی و تغییر تصمیم‌های اخلاقی بود. پرسش نخست این است که آیا افراد هنگامی که در یک دوراهی اخلاقی^۹ تصمیمی می‌گیرند (یعنی یکی از دو راه برمی‌گزینند) و سپس با دلیل‌های مخالف تصمیم خود روبه‌رو می‌شوند، در مقایسه با هنگامی که

1. automatic
2. immediate
3. emotional

4. unconscious
5. taboo behaviors
6. compatible

7. incompatible
8. behavioral economics
9. moral dilemma

هر ۷۵ هزار نشانی فرستاده شد: «با شرکت در این پژوهش، ضمن کمک به پیشرفت روان‌شناسی، در قرعه‌کشی یک دستگاه تلفن همراه شرکت کنید». همچنین، از دارندگان ایمیل‌ها خواسته شد که در صورت تمایل به شرکت در این پژوهش، پرسشنامه جمعیت‌شناختی پیوست ایمیل را تکمیل و ارسال کنند. ۱۰۲۳ نفر با تکمیل و ارسال این پرسشنامه، برای شرکت در پژوهش داوطلب شدند، اما فقط ۷۶۵ نفر (۳۰۶ زن، ۴۵۹ مرد) از آن‌ها سن مورد نظر (۱۸ سال به بالا) را داشتند و از همه دستورها به‌درستی پیروی کردند. میانگین و انحراف استاندارد سن افراد، به‌ترتیب ۳۴/۴۹ و ۱۱/۶۲ بود که در دامنه سنی ۱۸ تا ۶۶ سال قرار داشتند. این پژوهش با پرسشنامه‌های اینترنتی انجام شد. در پایان پژوهش، به یکی از آزمودنی‌ها با قرعه‌کشی، تلفن همراه هدیه داده شد.

دوراهی اخلاقی^۲ (استنلی و دیگران، ۲۰۱۸). این دوراهی اخلاقی، فرد را در انتخاب یکی از دو راه، دچار تعارض می‌کند و به شرح زیر است: «سربازان دشمن شهر شما را گرفته‌اند و دستور دارند که همه شهروندان، به‌جز نوزادان و کودکان را بکشند. شما و چند تن از همشهری‌هایتان به زیرزمین یک خانه بزرگ پناه برده‌اید. از بیرون صدای سربازان را می‌شنوید که در جست‌وجوی چیزهای گرانبه‌ای خانه هستند. نوزاد شما با صدای بلند شروع به گریه می‌کند. شما با دست، دهان نوزاد را می‌پوشانید اما نمی‌توانید جلوی صدای گریه او را بگیرید. اگر سربازان صدای گریه را بشنوند شما را پیدا می‌کنند و قطعاً همه شما را می‌کشند. بنابراین تنها راه شما برای جلوگیری از کشته شدن خود و دیگران این است که نوزاد را خفه کنید. هیچ راه دیگری هم برای نجات خود و افراد دیگری که در زیرزمین پنهان شده‌اند ندارید. بنابراین شما فقط دو راه دارید: خفه کردن نوزاد یا خفه نکردن نوزاد.»

از آزمودنی‌ها خواسته شد که این دوراهی اخلاقی را با دقت بخوانند و پس از خواندن دوراهی، تصمیم بگیرند که اگر در آن دوراهی بودند، کدام راه را برمی‌گزیدند: خفه کردن نوزاد یا خفه نکردن نوزاد. این انتخاب، تصمیم نخستین آزمودنی‌ها بود. همچنین از آزمودنی‌ها خواسته شد تا چگونگی تصمیم‌گیری خود

با دلیل‌های موافق تصمیم خود روبه‌رو می‌شوند، چقدر احتمال دارد که آن تصمیم را تغییر دهند؟ جدا از اینکه یک تصمیم بر پایه احساس یا استدلال گرفته شده است یا خیر، دلیل‌های منطقی نقش برجسته‌ای در تغییر دادن تصمیم‌های گرفته شده افراد ایفا می‌کنند (بلوم، ۲۰۱۰؛ بوچیارلی و دانیله، ۲۰۱۵؛ بوچیارلی، کملانی و جانسن-لرد، ۲۰۰۸). حتی مخالفان خردنگری^۱ همچون گرین و هایت (۲۰۰۲)، از استدلال منطقی به‌عنوان یکی از راه‌های تغییر تصمیم‌ها نام برده‌اند. پیزارو و بلوم (۲۰۰۳) نیز نشان داده‌اند که افراد به‌هنگام دریافت اطلاعات مخالف با تصمیم اخلاقی‌شان، در تصمیم خود تجدیدنظر می‌کنند.

پرسش دوم این است که وقتی پس از روبه‌رو کردن افراد با دلیل‌های موافق یا مخالف تصمیمی که گرفته‌اند، از آن‌ها خواسته می‌شود تا دوباره تصمیم بگیرند (یعنی بار دیگر در یک دوراهی اخلاقی، یکی از دو راه را برگزینند)، چه چیزی بهتر می‌تواند این تصمیم پایانی را پیش‌بینی کند؟ تصمیم نخستین یا موافق/مخالف بودن دلیل‌هایی که با آن روبه‌رو شده‌اند؟

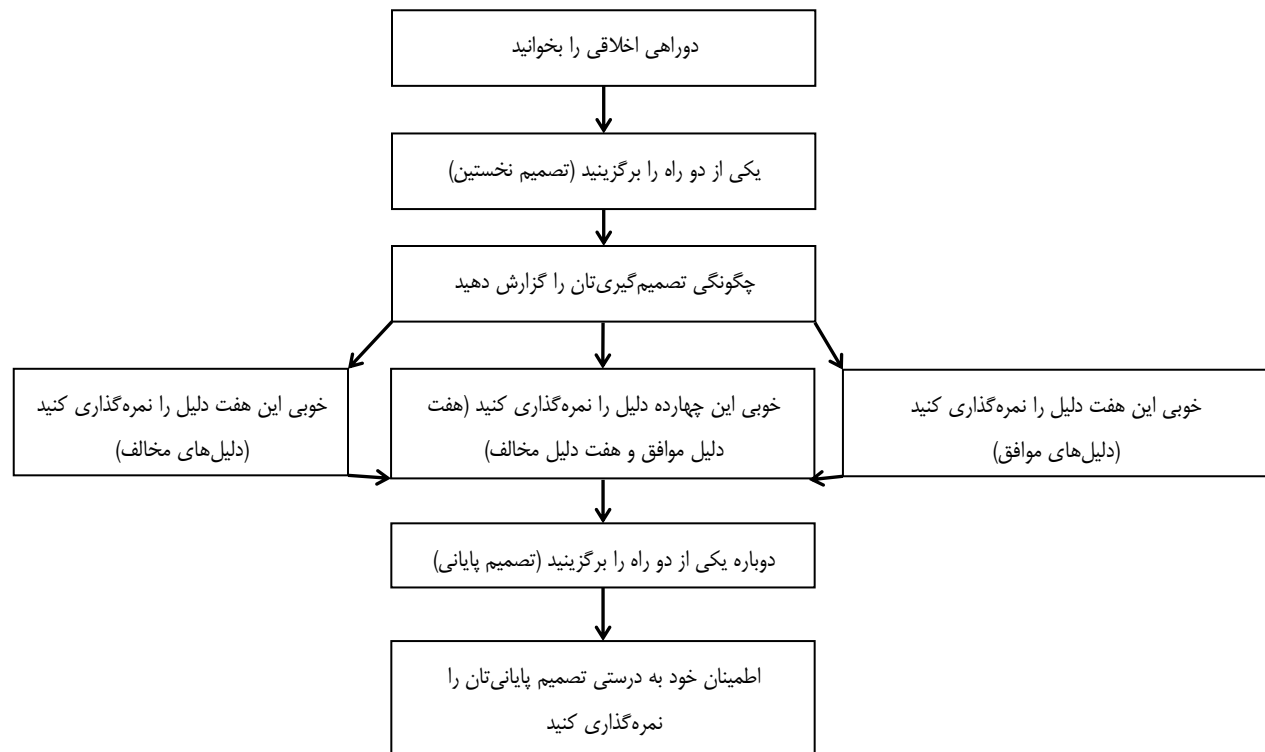
در نهایت، پرسش سوم اینکه آیا افراد دلیل‌های موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از دلیل‌های مخالف آن تصمیم ارزیابی می‌کنند؟ در این صورت می‌توان نتیجه گرفت که علت تغییر نکردن تصمیم نخستین افراد به‌هنگام رویارویی با دلیل‌های مخالف آن تصمیم، سوگیری افراد در بررسی دلیل‌های موافق و مخالف تصمیم نخستین خود است، یعنی دلیل‌های موافق را «خوب» و دلیل‌های مخالف را «بد» ارزیابی می‌کنند.

روش

طرح این پژوهش شبه‌تجربی بود. برای دستیابی به آزمودنی‌ها، از یک بانک ایمیل استفاده شد تا بتوان به تعداد بیشتری از آزمودنی‌ها دست یافت. این بانک ایمیل، دارای ۷۵ هزار نشانی ایمیل و متعلق به ساکنان شهر تهران و حومه بود. بنابراین، جامعه آماری این پژوهش، دارندگان ۷۵ هزار نشانی ایمیل ساکن شهر تهران و حومه بود و نمونه‌برداری با روش در دسترس انجام شد. بدین صورت که یک ایمیل با متن زیر به

دلیل را از ۱۰- (دلیل بسیار بدی است) تا ۱۰+ (دلیل بسیار خوبی است) نمره‌گذاری کنند، سپس یک بار دیگر تصمیم بگیرند که اگر در آن دوراهی بودند کدام راه را برمی‌گزینند. این انتخاب، تصمیم پایانی آزمودنی‌ها بود. سرانجام از آزمودنی‌ها خواسته شد که میزان اطمینان خود به درستی تصمیم پایانی‌شان را از ۵- (اصلاً مطمئن نیستم) تا ۵+ (کاملاً مطمئن هستم) نمره‌گذاری کنند. شکل ۱، روند کار این پژوهش را نشان می‌دهد. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از آزمون دقیق فیشر^۱، تحلیل رگرسیون لجیستیک^۲ و تحلیل واریانس استفاده شد.

را بیان کنند: «با دلیل»، «با احساس»، یا «با شیوه‌ای دیگر». سپس آزمودنی‌ها به‌طور تصادفی به سه گروه گمارده شدند: به یک گروه، هفت دلیل موافق تصمیمی که گرفته بودند داده شد (مثلاً اگر یک آزمودنی خفه کردن نوزاد را انتخاب کرده بود، هفت دلیل برای خفه کردن نوزاد به او داده شد)؛ به گروه دیگر، هفت دلیل مخالف تصمیمی که گرفته بودند داده شد (مثلاً اگر یک آزمودنی خفه کردن نوزاد را انتخاب کرده بود، هفت دلیل برای خفه نکردن نوزاد به او داده شد)؛ و به گروه سوم، چهارده دلیل، یعنی هفت دلیل برای خفه کردن و هفت دلیل برای خفه نکردن نوزاد داده شد. از آزمودنی‌ها خواسته شد که «خوبی» هر



شکل ۱. نمودار طرح آزمایش

دلیل‌ها (تصمیم پایانی) برگزیدند. همچنین، به ترتیب ۴۵/۶ درصد، ۵۲/۸ درصد، و ۱/۶ درصد از آزمودنی‌ها گزارش دادند که تصمیم نخستین خود را با دلیل، با احساس و با شیوه‌ای دیگر گرفته‌اند.

یافته‌ها

جدول ۱، درصد آزمودنی‌هایی را نشان می‌دهد که در هر یک از گروه‌های سه‌گانه، یکی از دو راه (خفه کردن نوزاد) را پیش از بررسی دلیل‌ها (تصمیم نخستین) و پس از بررسی

درصد آزمودنی‌هایی که یکی از دو تصمیم (خفه کردن نوزاد را گرفتند

زمان تصمیم	گروه	
	دلیل‌های موافق	دلیل‌های مخالف
تصمیم نخستین (پیش از بررسی دلیل‌ها)	۵۳/۲ (n= ۲۴۸)	۴۸/۱ (n= ۲۵۸)
تصمیم پایانی (پس از بررسی دلیل‌ها)	۵۳/۶ (n= ۲۴۸)	۴۸/۸ (n= ۲۵۸)

عددهای درون پرانتز، تعداد کل آزمودنی‌های یک گروه را نشان می‌دهد. برای نمونه، در گروه دلیل‌های موافق، ۲۴۸ آزمودنی حضور داشته‌اند و ۵۳/۲ درصد از آن‌ها تصمیم گرفته‌اند نوزاد را خفه کنند.

در گروه‌های دلیل‌های موافق، دلیل‌های مخالف، و همه دلیل‌ها، به ترتیب ۲، ۷ و ۵ درصد از آزمودنی‌ها تصمیم خود را تغییر دادند (یعنی تصمیم پایانی آن‌ها با تصمیم نخستین آن‌ها تفاوت داشت). آزمون دقیق فیشر نشان داد تعداد افرادی که در گروه‌های سه‌گانه پژوهش تصمیم خود را تغییر دادند، به‌طور معناداری با هم متفاوت است ($P < 0.024$). رابطه متغیر گروه (موافق، مخالف، همه) و متغیر تغییر تصمیم (بله، خیر) هر چند از لحاظ آماری معنادار بود، اما اندازه کوچکی داشت (ضریب همبستگی تاو کندال^۱ = ۰/۱۷). مقایسه دوبه‌دوی گروه‌ها نشان داد که آزمودنی‌های گروه دلیل‌های مخالف، بیشتر از آزمودنی‌های گروه دلیل‌های موافق، تصمیم نخستین خود را تغییر دادند (آزمون دقیق فیشر: $P < 0.009$ ، ضریب همبستگی تاو کندال = ۰/۰۵۰). میزان تغییر تصمیم در دو گروه دلیل‌های مخالف و همه دلیل‌ها تفاوت معناداری نداشت (آزمون دقیق فیشر: $P = 0.362$ ، ضریب همبستگی تاو کندال = ۰/۰۲۰). گروه همه دلیل‌ها به‌طور معناداری بیشتر از گروه دلیل‌های موافق، تصمیم نخستین خود را تغییر داد (آزمون دقیق فیشر: $P < 0.092$ ، ضریب همبستگی تاو کندال = ۰/۰۳۰). در هر سه گروه، فقط ۴/۷ درصد از آزمودنی‌ها تصمیم خود را تغییر دادند که این نتیجه نشان می‌دهد تصمیم پایانی بیشتر آزمودنی‌ها (۷۲۹ نفر از ۷۶۵ نفر) با تصمیم نخستین آن‌ها تفاوتی ندارد.

تحلیل رگرسیون لجیستیک متغیر وابسته (تصمیم پایانی) و متغیرهای مستقل (تصمیم نخستین و گروه موافق، مخالف، و

همه) نشان داد که تصمیم نخستین توانایی پیش‌بینی تصمیم پایانی را دارد ($b = 6/12$ ، $SE = 0/36$ ، $Wald = 290/20$ ، $P < 0/001$)، اما متغیر گروه، توان پیش‌بینی تصمیم پایانی را ندارد ($P = 0/209$). نتایج تحلیل رگرسیون داده‌های حاصل از آزمودنی‌های گروه دلیل‌های مخالف نیز نشان داد، تصمیم نخستین پیش‌بین تصمیم پایانی است ($b = 5/19$ ، $SE = 0/49$ ، $Wald = 111/53$ ، $P < 0/001$) و آزمودنی‌ها حتی در زمان رویارویی با دلیل‌های مخالف تصمیم نخستین خود، باز هم آن تصمیم را تغییر ندادند. افزون بر آن، میانه نمره‌ای که آزمودنی‌های هر سه گروه به اطمینان خود از درستی تصمیم پایانی‌شان دادند (از -۵ تا +۵)، +۴ بود که بیانگر اطمینان آزمودنی‌ها از درستی تصمیم خود است.

وقتی هر دو متغیر مستقل (یعنی تصمیم نخستین و گروه) به‌عنوان پیش‌بین تصمیم پایانی وارد تحلیل رگرسیون لجیستیک شدند، ارزش R^2 ناگلرک^۲ یا ساختگی برابر با ۰/۸۴۹ بود و هنگامی که متغیر گروه از تحلیل کنار گذاشته شد، این ارزش به ۰/۸۴۸ رسید؛ یعنی به میزان بسیار کمی کاهش پیدا کرد. بنابراین مقدار زیادی از واریانس تصمیم پایانی توسط تصمیم نخستین تبیین می‌شود و دلیل‌ها، فقط بخش بسیار کمی از این واریانس را تبیین می‌کنند.

مقاومت آزمودنی‌ها در برابر تغییر تصمیم نخستین، حتی هنگام روبه‌رو شدن با دلیل‌های مخالف، به این علت است که آزمودنی‌ها، دلیل‌های موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از دلیل‌های مخالف آن ارزیابی می‌کنند؛ یعنی در ارزیابی دلیل‌ها بی‌طرف نیستند و سوگیری دارند. این فرضیه با دو روش آزمون شد. در روش نخست، بررسی شد که آیا آزمودنی‌های گروه «همه دلیل‌ها»، هفت دلیل موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از هفت دلیل مخالف آن ارزیابی کرده‌اند یا خیر. برای این کار، داده‌های به‌دست آمده از آزمودنی‌های گروه همه دلیل‌ها، وارد تحلیل واریانس دواره شد که متغیرهای مستقل آن تصمیم نخستین (نوزاد را خفه می‌کنم/نوزاد را خفه نمی‌کنم) و چگونگی گرفتن تصمیم نخستین (با دلیل/با احساس/با شیوه‌ای دیگر) و متغیر وابسته آن «تفاوت میانگین‌های نمره‌های خوبی دلیل» بود که با کم کردن میانگین نمره‌هایی که آزمودنی‌ها

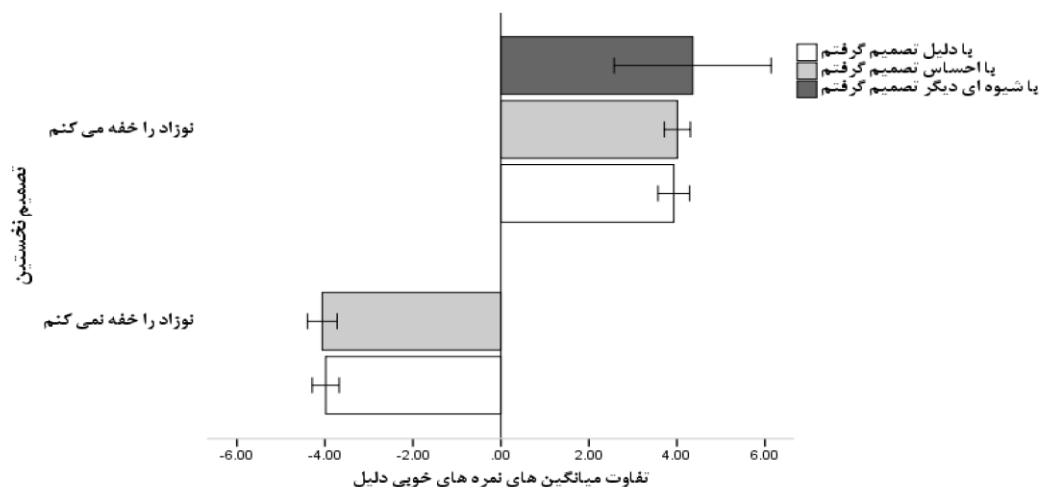
به خوب بودن هفت دلیل خفه نکردن نوزاد دادند از میانگین نمره‌هایی که آزمودنی‌ها به خوب بودن هفت دلیل خفه کردن نوزاد دادند محاسبه شد. بر اساس شکل ۲، اثر تصمیم نخستین، هم معنادار و هم بزرگ است، اما اثر چگونگی تصمیم‌گیری و تعامل آن با تصمیم نخستین معنادار نیست. این یافته نشان می‌دهد که آزمودنی‌ها، جدا از اینکه تصمیم نخستین خود را چگونه گرفته‌اند، دلیل‌های موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از دلیل‌های مخالف آن ارزیابی کرده‌اند (شکل ۲).

جدول ۲

یافته‌های تحلیل واریانس دوراهه

منبع تغییرها	df	F	P	مجذور بخشی اتا*
تصمیم نخستین	۱	۱۵۴۶/۷۷	<۰/۰۰۱	۰/۳۸۴
چگونگی تصمیم‌گیری	۲	۰/۵۵	۰/۵۷۷	۰/۰۰۴
تصمیم نخستین×چگونگی تصمیم‌گیری	۱	۱/۴۸	۰/۲۲۵	۰/۰۰۶

*Partial η²



شکل ۲. تفاوت میانگین‌های نمره‌های خوبی دلیل به عنوان تابعی از تصمیم نخستین (خفه کردن/نکردن نوزاد) و چگونگی تصمیم‌گیری (با دلیل/با احساس/با شیوه‌ای دیگر). میانگین نمره‌هایی که آزمودنی‌ها به خوب بودن هفت دلیل خفه نکردن نوزاد دادند، از میانگین نمره‌هایی که آزمودنی‌ها به خوب بودن هفت دلیل خفه کردن نوزاد دادند کم شد تا تفاوت میانگین‌های نمره‌های خوبی دلیل به دست آید. این نمودار مربوط به آزمودنی‌های گروه همه دلیل‌ها (موافق و مخالف خفه کردن نوزاد) است. میله‌ها نمایشگر خطای استاندارد میانگین است.

دلیل‌ها را بهتر از آزمودنی‌های گروه دلیل‌های مخالف ارزیابی کرده‌اند (شکل ۳).

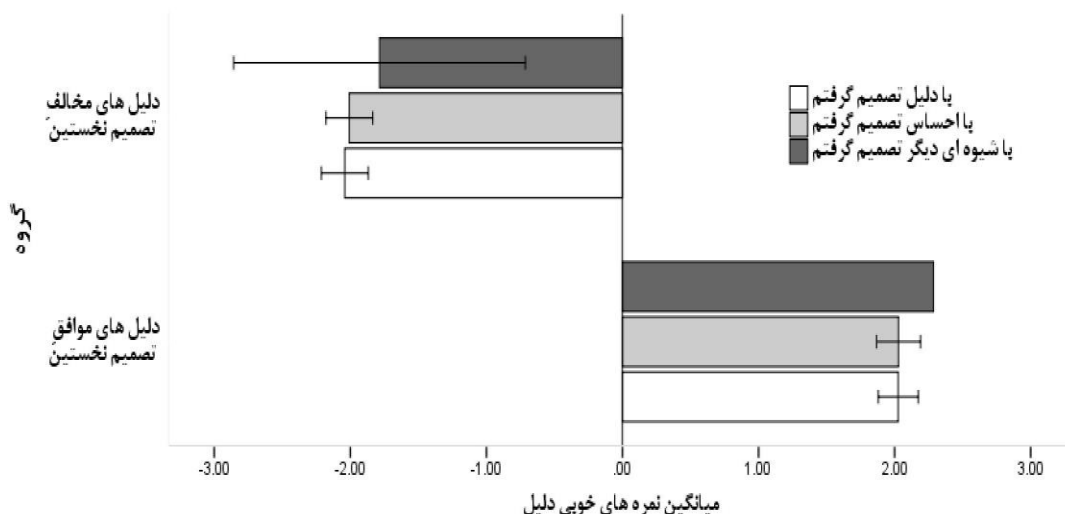
جدول ۳

یافته‌های تحلیل واریانس دوراهه

منبع تغییرها	df	F	P	مجذور بخشی اتا*
گروه	۱	۷۱۰/۲۵۰	<۰/۰۰۱	۰/۲۸۷
چگونگی تصمیم‌گیری	۲	۰/۷۴۲	۰/۴۷۷	۰/۰۰۳
گروه×چگونگی تصمیم‌گیری	۲	۰/۱۱۴	۰/۸۹۳	۰/۰۰۰

*Partial η²

در روش دوم، بررسی شد که آیا آزمودنی‌های گروه «دلیل‌های موافق»، آن دلیل‌ها را بهتر از آزمودنی‌های گروه «دلیل‌های مخالف» ارزیابی کرده‌اند یا خیر. برای این کار، داده‌های به دست آمده از آزمودنی‌های این دو گروه وارد تحلیل واریانس دوراهه شد که متغیرهای مستقل آن، گروه (دلیل‌های موافق/دلیل‌های مخالف) و چگونگی گرفتن تصمیم نخستین (با دلیل/با احساس/با شیوه‌ای دیگر) و متغیر وابسته آن «میانگین نمره‌های خوبی دلیل» بود. همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، اثر گروه، هم معنادار و هم بزرگ است، اما اثر چگونگی تصمیم‌گیری و تعامل آن با گروه معنادار نیست. بر اساس این یافته، آزمودنی‌های گروه دلیل‌های موافق، جدا از اینکه تصمیم نخستین خود را چگونه گرفته‌اند، آن



شکل ۳. میانگین نمره های خوبی دلیل به عنوان تابعی از گروه (دلیل های موافق/مخالف تصمیم نخستین) و راهبرد تصمیم گیری (با دلیل/با احساس/با شیوه ای دیگر). میله ها نمایشگر خطای استاندارد میانگین است.

بحث

تصمیم نخستین آن‌ها تأیید شود و این، علت تغییر نکردن تصمیم نخستین آزمودنی‌ها است.

پژوهش‌های قلمرو اقتصاد رفتاری نشان می‌دهد که بازخوردها، ترجیح‌ها، و تصمیم‌های افراد با بررسی دلیل‌ها ساخته می‌شوند و تغییر می‌کنند (باربر و دیگران، ۲۰۰۳؛ ویلیو و دیگران، ۲۰۰۹). بنابراین تغییر نکردن تصمیم‌های اخلاقی آزمودنی‌های این پژوهش هنگام رویارویی با دلیل‌های مخالف را می‌توان این گونه تبیین کرد که تصمیم‌گیری اخلاقی (مثلاً تصمیم‌گیری درباره اینکه از بین دو رفتار، کدام یک اخلاقی است) با سایر تصمیم‌گیری‌ها (مثلاً تصمیم‌گیری درباره اینکه از بین دو کالا، کدام یک بهتر است) تفاوت‌های بنیادی دارد. افراد در زمان تصمیم‌گیری برای اخلاقی یا غیراخلاقی دانستن دو رفتار، قادر به سازش نیستند؛ یعنی نمی‌توانند هر دو رفتار را اخلاقی بدانند (اسکیتکا، ۲۰۱۰؛ اسکیتکا و دیگران، ۲۰۰۵؛ تیوریل، ۲۰۰۲). بیشتر مردم باور دارند که اگر آنچه را که آن‌ها می‌دانند دیگران هم می‌دانستند، درباره مسائل اخلاقی با آن‌ها هم‌نظر می‌شدند (مورگان و دیگران، ۲۰۱۰). از آنجا که اخلاق، نقش مهمی در ساخته شدن و ادراک هویت افراد دارد (استنلی و دیگران، ۲۰۱۷)، ممکن است آزمودنی‌های این پژوهش، دیدگاه‌های

به اعتقاد فیلسوفان و دانشمندان علوم دینی، تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و تجدیدنظر در آن‌ها باید با بررسی دلیل‌های منطقی انجام شود (برای مثال، بروم، ۲۰۱۳؛ کریسپ، ۲۰۰۵)، اما نتایج این پژوهش نشان داد که افراد پس از گرفتن یک تصمیم نخستین، حتی با وجود دلیل‌های مخالف نیز، تمایل چندانی به تغییر تصمیم خود ندارند. اگرچه آزمودنی‌هایی که با دلیل‌های مخالف تصمیم نخستین خود روبه‌رو شدند، تصمیم خود را بیشتر از آزمودنی‌هایی تغییر دادند که با دلیل‌های موافق تصمیم نخستین خود روبه‌رو شدند، اما این اندازه ناچیز بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد، تصمیم نخستین بخش بزرگی از واریانس تصمیم پایانی را پیش‌بینی می‌کند، اما موافق یا مخالف بودن دلیل‌های ارائه شده به آزمودنی‌ها، توانایی تبیین بخش اندکی از واریانس تصمیم پایانی آن‌ها را دارد؛ زیرا تعداد بسیار کمی از آزمودنی‌ها، تصمیم نخستین خود را تغییر دادند. همچنین، آزمودنی‌ها جدا از اینکه تصمیم نخستین خود را با دلیل یا احساس گرفته بودند، دلیل‌های موافق تصمیم نخستین خود را بهتر از دلیل‌های مخالف آن ارزیابی کردند. به نظر می‌رسد که آزمودنی‌ها دلیل‌ها را به گونه‌ای ارزیابی کرده‌اند که

شکل گرفته‌ای درباره اخلاقی/غیراخلاقی بودن پدیده‌ها داشته‌اند که به سادگی قابل تغییر نیستند. چنین دیدگاهی، ناهشیار و تلویحی هستند و فرد نمی‌تواند آن‌ها را به زبان بیاورد، اما بر واکنش فرد به رویدادها، اثر می‌گذارند. از این رو، تعداد زیادی از آزمودنی‌های این پژوهش در برابر دلیل‌های مخالف مقاومت کردند و تصمیم نخستین خود را تغییر ندادند.

در تبیین دیگر یافته‌های این پژوهش بر اساس پدیده استدلال انگیزه‌دار^۱ و توجیه پس‌رویدادی^۲ می‌توان گفت، افراد دلیل‌ها را با انگیزه دفاع از تصمیم‌های خود به کار می‌بندند و پس از تصمیم‌گیری، آن را توجیه می‌کنند. در رویه درست تصمیم‌گیری، دلیل و منطقی در خدمت «تصمیم گرفتن» است نه در خدمت «تصمیم گرفته شده». با وجود این، بیشتر افراد از دلیل‌ها فقط برای دفاع از تصمیم‌هایی که گرفته‌اند استفاده می‌کنند (کوندا، ۱۹۹۰) و بیش از آنکه به خوب بودن دلیل‌ها توجه کنند، به همساز بودن دلیل‌ها با سلیقه خود اهمیت می‌دهند (اولمان و کوهن، ۲۰۰۵؛ دیتو و دیگران، ۲۰۰۳؛ نورتن و دیگران، ۲۰۰۴). به اعتقاد هایت (۲۰۰۱)، بیشتر افراد استدلال را نه برای رسیدن به حقیقت، بلکه برای دفاع از آنچه درست می‌دانند به کار می‌بندند.

این پژوهش چهار محدودیت داشت. نخستین محدودیت پژوهش این بود که آزمودنی‌ها تصمیم پایانی خود را بلافاصله پس از بررسی دلیل‌ها گرفتند، درحالی‌که پژوهش‌ها نشان می‌دهد، تغییر ذهن افراد به زمان نیاز دارد (پکستن و دیگران، ۲۰۱۲؛ هورن و دیگران، ۲۰۱۵). بنابراین، پژوهش‌های آتی می‌توانند فاصله زمانی مثلاً ۲۴ ساعته میان بررسی دلیل‌ها و گرفتن تصمیم پایانی ایجاد کنند. دومین محدودیت این بود که اگرچه تصمیم آزمودنی‌ها تغییر نکرد، اما ممکن است اطمینان آن‌ها به تصمیم گرفته‌شده پس از رویارویی با دلیل‌های موافق و مخالف، تغییر کرده باشد و پژوهش‌های بعدی می‌بایست این موضوع را در نظر بگیرند. سومین محدودیت پژوهش این بود که اگر دلیل‌های ارائه شده به آزمودنی‌ها، پیشتر یعنی هنگام گرفتن تصمیم نخستین، به ذهن خود آن‌ها رسیده باشد، بررسی دوباره آن دلیل‌ها اثربخشی کمتری در تغییر تصمیم آن‌ها خواهد

داشت؛ بنابراین پژوهش‌های آتی باید میزان نو بودن دلیل‌ها را به‌عنوان یک متغیر نامربوط در نظر بگیرند. چهارمین محدودیت اینکه دوراهی اخلاقی به کار رفته در این پژوهش، یک دوراهی اخلاقی رایج در زندگی روزمره نبود و بسیاری از افراد در سرتاسر زندگی خود حتی یک‌بار هم در چنین موقعیتی قرار نمی‌گیرند. بنابراین توصیه می‌شود پژوهش‌های آتی از دوراهی‌های اخلاقی‌ای استفاده کنند که افراد در زندگی روزمره خود با آن‌ها سروکار دارند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به این مسئله بپردازند که چگونه می‌توان مقاومت افراد در برابر دلیل‌های مخالف تصمیم‌های‌شان را کاهش داد تا بدین ترتیب بتوانند دلیل‌ها را بدون سوگیری بررسی کنند.

منابع

ابادری، ک.، ملک‌پور، م.، قمرانی، ا.، عابدی، ا. و فرامرزی، س. (۱۳۹۵). تحول هیجانی کودکان درخودمانده بر اساس مدل تحولی تفاوت‌های فردی. *روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۱۳ (۵۰)، ۱۴۲-۱۳۳.

کمری، س.، فولادچنگ، م.، خرمایی، ف.، شیخ‌الاسلامی، ر. و جوکار، ب. (۱۳۹۷). تبیین علی مشغولیت تحصیلی بر اساس شناخت اجتماعی: نقش واسطه‌ای هیجان‌های مثبت تحصیلی و اجتماعی. *روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۱۴ (۵۵)، ۲۸۴-۲۶۹.

Barber, B. M., Heath, C., & Odean, T. (2003). Good reasons sell: Reasonbased choice among group and individual investors in the stock market. *Management Science*, 49(12), 1636-1652.

Bloom, P. (2010). How do morals change? *Nature*, 464(7288), 490.

Broome, J. (2013). *Rationality through reasoning*. Hoboken, NJ: Wiley.

Bucciarelli, M., & Daniele, M. (2015). Reasoning in moral conflicts. *Thinking & Reasoning*, 21(3), 265-294.

Bucciarelli, M., Khemlani, S., & Johnson-Laird, P. N. (2008). They psychology of moral reasoning. *Judgment and Decision Making*, 3(2), 121-139.

Crisp, R. (2005). Value, reasons and the structure of justification: How to avoid passing the buck. *Analysis*, 65(1), 80-85.

- superiority relate to efforts to influence others. *Journal of Environmental Psychology*, 49, 18-29.
- Morgan, G. S., Skitka, L. J., & Wisneski, D. C. (2010). Moral and religious convictions and intentions to vote in the 2008 presidential election. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 10(1), 307-320.
- Norton, M. I., Vandello, J. A., & Darley, J. M. (2004). Casuistry and social category bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 817-831.
- Paxton, J. M., & Greene, J. D. (2010). Moral reasoning: Hints and allegations. *Topics in Cognitive Science*, 2(3), 511-527.
- Paxton, J. M., Ungar, L., & Greene, J. D. (2012). Reflection and reasoning in moral judgment. *Cognitive Science*, 36(1), 163-177.
- Pizarro, D. A., & Bloom, P. (2003). The intelligence of the moral intuitions: A comment on Haidt (2001). *Psychological Review*, 110(1), 193-196.
- Ross, W. D. (1930). *The right and the good*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Royzman, E. B., Kim, K., & Leeman, R. F. (2015). The curious tale of Julie and Mark: Unraveling the moral dumbfounding effect. *Judgment and Decision Making*, 10(4), 296-313.
- Sanfey, A. G., Rilling, J. K., Aronson, J. A., Nystrom, L. E., & Cohen, J. D. (2003). The neural basis of economic decision-making in the ultimatum game. *Science*, 300(5626), 1755-1758.
- Skitka, L. J. (2010). The psychology of moral conviction. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(4), 267-281.
- Skitka, L. J., Bauman, C. W., & Sargis, E. G. (2005). Moral Conviction: Another Contributor to Attitude Strength or Something More? *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 895-917.
- Snedegar, J. (2018). Reasons for and reasons against. *Philosophical Studies*, 175(3), 725-743.
- Stanley, M. L., Dougherty, A. M., Yang, B. W., Henne, P., & De Brigard, F. (2018). Reasons probably won't change your mind: The role of reasons in revising moral decisions. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(7), 962-987.
- Stanley, M. L., Henne, P., Iyengar, V., Sinnott-Armstrong, Dietrich, F., & List, C. (2016). Reason-based choice and contextdependence: An explanatory framework. *Economics and Philosophy*, 32(2), 175-229.
- Ditto, P. H., Munro, G. D., Apanovitch, A. M., Scepansky, J. A., & Lockhart, L. K. (2003). Spontaneous skepticism: The interplay of motivation and expectation in responses to favorable and unfavorable medical diagnoses. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(9), 1120-1132.
- Greene, J., & Haidt, J. (2002). How (and where) does moral judgment work? *Trends in Cognitive Sciences*, 6(12), 517-523.
- Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108(4), 814-834.
- Haidt, J. (2007). The new synthesis in moral psychology. *Science*, 316(5827), 998-1002.
- Haidt, J., & Hersh, M. A. (2001). Sexual morality: The cultures and emotions of conservatives and liberals. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(1), 191-221.
- Haidt, J., Bjorklund, F., & Murphy, S. (2000). Moral dumbfounding: When intuition finds no reason. *Lund Psychological Reports*, 1(2), 191-221.
- Haidt, J., Koller, S. H., & Dias, M. G. (1993). Affect, culture, and morality, or is it wrong to eat your dog? *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(4), 613-628.
- Horne, Z., Powell, D., & Hummel, J. (2015). A single counterexample leads to moral belief revision. *Cognitive Science*, 39(8), 1950-1964.
- Hume, D. (1965). *An enquiry concerning the principles of morals*. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press. (Original work published 1777)
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480-498.
- Luo, Q., Nakic, M., Wheatley, T., Richell, R., Martin, A., & Blair, R. J. R. (2006). The neural basis of implicit moral attitude-An IAT study using event-related fMRI. *NeuroImage*, 30(4), 1449-1457.
- Maki, A., & Raimi, K. T. (2017). Environmental peer persuasion: How moral exporting and belief

- Valdesolo, P., & DeSteno, D. (2006). Manipulations of emotional context shape moral judgment. *Psychological Science, 17*(6), 476-477.
- Vlaev, I., Chater, N., Lewis, R., & Davies, G. (2009). Reason-based judgments: Using reasons to decouple perceived price-quality correlation. *Journal of Economic Psychology, 30*(5), 721-731.
- Wheatley, T., & Haidt, J. (2005). Hypnotic disgust makes moral judgments more severe. *Psychological Science, 16*(10), 780-784.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist, 35*(2), 151-175.
- W., & De Brigard, F. (2017). I'm not the person I used to be: The self and autobiographical memories of immoral actions. *Journal of Experimental Psychology: General, 146*(6), 884-895.
- Turiel, E. (2002). *The culture of morality: Social development, context, and conflict*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Ugazio, G., Lamm, C., & Singer, T. (2012). The role of emotions for moral judgments depends on the type of emotion and moral scenario. *Emotion, 12*(3), 579-590.
- Uhlmann, E., & Cohen, G. L. (2005). Constructed criteria: Redefining merit to justify discrimination. *Psychological Science, 16*(6), 474-480.