Journal of Cognitive psychology

December 2020, Volume 8, Issue 3

The Relationship among the Sense of Power, the Sense of Status and Status Seeking Styles with Self-beneficial and Other-beneficial Unethical Decision-Making

Hamid Khanipour[1*], Mahsan pourali[2], Mojgan Atar[3]

[1] *Asistent Professor, Institute of Educational, Psychological and Social Research, Kharazmi University, Tehran, Iran. Khanipur.hamid@gmail.com*

[2] *Department of psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran.*

[3] *Department of psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran.*

Citation: Khanipour H, pourali M, Atar M. The Relationship among the Sense of Power, the Sense of Status and Status Seeking Styles with Self-beneficial and Other-beneficial Unethical Decision-Making. **J**ournal of **C**ognitive **P**sycholog. 2020; 8(3): 38-51. [Persian].

Keywords
Unethical Decision-Making,
Power,
Social Status,
Dominance,
Prestige

Abstract

Unethical decision-making could be considered as both selfish and self-beneficial in addition to being aimed at benefiting others. The aim of this study was to investigate the differential relationship among the sense of power, the sense of status and status seeking styles (i.e., prestige and dominance) with two forms of unethical decision-making. Participants were 150 citizens of Tehran, who voluntary participated in this study. Data were gathered by the sense of power scale, the sense of status scale, the dominance-prestige scale, and the unethical decision-making questionnaire (self-beneficial and other-beneficial forms). The multiple regression analysis showed that dominance was positively and prestige was negatively associated with self-beneficial unethical decision-making, whereas dominance was positively associated with other-beneficial unethical decision-making. The relationship between the sense of power and the sense of status with two forms of unethical decision-making was not significant. The results of this study supported the conceptual distinction between two forms of unethical decision-making. It seems that the sense of power or the sense of status alone could not explain unethical decision-making, and status seeking styles (i.e., prestige and dominance) would be the main mental mechanisms which contribute to the tendency for unethical decision-making.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

حس قدرت، حس جایگاه اجتماعی و شیوه‌های جایگاه طلبی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و به نفع دیگران

حمید خانی‌پور[۱]، مهسان پورعلی[۲]، مژگان عطار[۳]

۱. (نویسندهٔ مسئول) استادیار گروه روان‌شناسی، موسسه تحقیقات تربیتی، روان‌شناختی و اجتماعی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. Khanipur.hamid@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه روانشناسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه روانشناسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت
۱۳۹۹/۸/۱۸
تاریخ پذیرش نهایی
۱۳۹۹/۱۰/۱۴

واژگان کلیدی
تصمیم‌گیری غیراخلاقی، قدرت، جایگاه اجتماعی، منزلت، برتری

چکیده

تصمیم‌گیری غیراخلاقی می‌تواند هم خودخواهانه و به نفع خود و هم با هدف نفع رساندن به دیگران باشد. هدف این مطالعه بررسی نقش افتراقی حس قدرت، حس از جایگاه اجتماعی و روش‌های جایگاه‌طلبی اجتماعی شامل روش برتری و منزلت در پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و به نفع دیگران بود. شرکت‌کنندگان ۱۵۰ نفر از شهروندان تهرانی بودند که به صورت داوطلبانه در مطالعه شرکت کردند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مقیاس حس قدرت، مقیاس حس جایگاه اجتماعی، مقیاس برتری-منزلت، و پرسشنامه تصمیم‌گیری غیراخلاقی استفاده شد. یافته‌های تحلیل رگرسیون نشان داد برتری به صورت مثبت و منزلت به صورت منفی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود، رابطه دارد و در مورد تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران، فقط برتری به صورت مثبت رابطه داشت. رابطه معنی‌داری بین حس قدرت و حس جایگاه اجتماعی و تصمیم‌گیری غیراخلاقی در دو وضعیت وجود نداشت. این مطالعه از تمایز مفهومی تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه یا به نفع خود و به نفع دیگران حمایت می‌کند. به نظر می‌رسد صرف قدرت و جایگاه اجتماعی عوامل مرتبط با تصمیم‌گیری غیراخلاقی نیستند، بلکه روش‌های کسب جایگاه یعنی برتری و منزلت مکانیسم‌های روانی تعیین‌کننده‌تری در احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی هستند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

مقدمه

تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی در جامعه صدمات قابل توجهی را به وجود می‌آورد. ما هرروز در اخبار و زندگی روزمره با نمونه‌های مختلفی از اثرات این نوع تصمیم‌گیری‌ها مواجه هستیم؛ از اختلاس‌های بانکی و رابطه‌بازی در سطوح کلان گرفته تا نقض قوانین در رانندگی و رفتارهای شهروندی متداول. تصمیم‌گیری غیراخلاقی طبق تعریف عبارت است از هر عملی که قانونی نیست یا از لحاظ اخلاقی برای بخش اعظم جامعه غیرقابل پذیرش و ناقض عفت عمومی است (جونز، ۱۹۹۱، اندرسون و کلنتنر، ۲۰۱۲). چهار مؤلفه در شکل‌گیری و ایجاد توانایی برای رفتار اخلاقی نقش دارند که عبارتند از تشخیص مسأله‌ای به عنوان یک مسأله اخلاقی، توانایی انجام یک قضاوت اخلاقی، رسیدن به این نتیجه که دغدغه‌های اخلاقی بر سایر دغدغه‌ها و خواسته‌ها در یک موقعیت ارجحیت دارند، و انجام عمل در جهت خواسته‌های اخلاقی آنی در موقعیت (ریست، ۱۹۸۶). در مدلی دیگر، توانایی رفتار اخلاقی یا غیراخلاقی محصول تعامل عوامل درون روانی (مانند برخورداری از شخصیت رشد یافته، منبع کنترل و میزان توجه به محیط اجتماعی) و عوامل موقعیتی (مانند نوع تکلیف و هنجارهای اخلاقی در گروه یا جامعه) در نظر گرفته شده است (تروینو، ۱۹۸۶). با اینکه در اغلب مدل‌ها، رفتار غیراخلاقی با رفتارخودخواهانه یکسان در نظر گرفته شده است، اما در مدل‌های جدیدتر، این دو مؤلفه از هم جدا شده‌اند به این معنا که که ممکن است عملی خودخواهانه باشد ولی غیراخلاقی نباشد، و از طرف دیگر ممکن است عملی دیگرخواهانه و غیراخلاقی باشد (دوبیوس، راکر، گالینسکی، ۲۰۱۵؛ فلیشمن، لامرز، کانوی، گالینسکی، ۲۰۱۹). براساس این تمایز، هر چند خودخواهی ممکن است غیراخلاقی نباشد، اما خودخواهی باعث می‌شود افراد در موقعیت‌های تعارض‌برانگیز، بیشتر در جهت نفع شخصی‌شان تصمیم غیراخلاقی بگیرند تا برای دیگران (دوبیوس، راکر، گالینسکی، ۲۰۱۵؛ لامرز، گالینسکی، دویسوس، راکر، ۲۰۱۵). مطالعات دیگر از سویی نشان داده است طبقه اجتماعی افراد، یکی از عوامل موثر در اتخاذ تصمیم‌های غیراخلاقی است (پیف، استانکوتو، کوئته، مندوزا-دنتون، کلنتنر، ۲۰۱۲؛ پیف، استانکاتو و هوربگ، ۲۰۱۶). مطالعات در این حوزه نشان داده است افرادی که از طبقه اجتماعی بالایی برخوردارند، اخلاق را در موقعیت‌هایی که نفع و سود شخصی وجود دارد، کمتر رعایت می‌کنند و در این موقعیت‌ها بیشتر از افراد طبقه پایین، و متوسط تصمیم‌های غیر اخلاقی می‌گیرند؛ و بر عکس افرادی که از طبقه‌ی اجتماعی پایین برخوردارند، در موقعیت‌هایی که قرار باشد به نفع و سود دیگران تصمیم‌گیری کنند، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی‌شان بیشتر است (تروتمن، دکولین، زکاوسر، ۲۰۱۳؛ کلرک، براون، کالیستا، کمبل، ۲۰۱۸؛ پیف، کراوس و کلتنر، ۲۰۱۸). اما از جهتی آنچه احتمالاً نقش بنیادی‌تری در رابطه طبقه اجتماعی و نحوه تصمیم‌گیری غیراخلاقی برای خود و دیگران دارد، مکانیسم‌های روانشناختی مانند قدرت، ادراک از جایگاه اجتماعی و روش‌هایی است که افراد در این طبقات برای کسب جایگاه و مقام اجتماعی به کار می‌گیرند .

قدرت یکی از نیازها و انگیزه‌های روانشناختی بنیادی است و عبارت است از ادراک فرد از میزان دسترسی به منابع و امکان تعیین وضعیت زندگی خود و دیگران (وینتر و بارنبام، ۱۹۸۵). ادراک هر فرد از قدرت، بررفتارهای مختلف اعم از خوش‌بینی و ادراک خطر اثرگذار است، به نحوی که افراد با ادراک قدرت پایین احتمالاً بیشتر درگیر رفتارهای پرخطر می‌شوند و کمتر نسبت به مسائلی مانند جنسیت نگرش کلیشه‌ای دارند (آندرسون و گالینسکی، ۲۰۰۶؛ جیورجی، ون دیجک، زینگ، دی کرمر، ۲۰۱۹). در ارتباط با ادراک قدرت و اخلاق، نتایج مختلف نشان از این دارد که ادراک قدرت بالا، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود را بیشتر و به نفع دیگران را کمتر می‌کند (دوبیوس، راکر، گالینسکی، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، در سطحی بنیادی‌تر مشخص شده است القای حالت قدرت بر استدلال اخلاقی افراد اثرگذار است (جیورجی، ون دیجک، زینگ، دی کرمر، ۲۰۱۹). در برخی مطالعات مشخص شده است القای ادراک قدرت، با شیوه تصمیم‌گیری وظیفه گرا ارتباط دارد(لامرز و همکاران، ۲۰۰۹) و در مطالعات دیگر به گونه ای متفاوت نتایج حاکی از آن بود که القای قدرت با افزایش احتمال استفاده از سبک تصمیم‌گیری فایده گرایانه ارتباط دارد (لوکاس و گالینسکی، ۲۰۱۵)، در مطالعه‌ی دیگری نیز نتایج نشان

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

داد که القای قدرت به یک میزان تصمیم‌گیری وظیفه‌گرا و فایده‌گرایانه را افزایش می‌دهد (فلیشمن، لامرز، کانوی و گالینسکی، ۲۰۱۷) بنابراین بین یافته‌ها تضاد وجود دارد. از سوی دیگر براساس مدل عاملیت- ارتباط که برای تبیین رابطه قدرت و اخلاق ارائه شده است (راکر و همکاران، ۲۰۱۲) می‌توان انتظار داشت افرادی که از قدرت بالاتری برخوردارند تمایل به بالابردن عاملیت شخصی و تثبیت وضعیت خود دارند و از این روی، بیشتر احتمال دارد در موقعیت‌های تصمیم‌گیری، اهداف شخصی خود را دنبال کنند و به شکلی برعکس افرادی که قدرت کمتری دارند در چنین موقعیت‌هایی بیشتر احتمال دارد روابط خود را با دیگران گسترش دهند تا بتوانند در آینده از حمایت آن‌ها بهره‌مند شوند. از این رو فرضیه اول این پژوهش این است که احتمالا ادراک قدرت بالاتر، با تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه رابطه داردو برعکس پایین بودن ادراک قدرت با احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران، رابطه بیشتری دارد.

عامل دیگری که به نحوی با نیاز به قدرت رابطه دارد، نیاز به جایگاه اجتماعی است. جایگاه اجتماعی عبارت است از میزان تأثیر و توجه و احترامی که دیگران در سلسله مراتب اجتماعی برای یکدیگر قائل می‌شوند (اندرسون، هیلدرت و هولند، ۲۰۱۵). به لحاظ مفهومی تفاوت‌هایی بین قدرت و جایگاه اجتماعی و رابطه‌ی آن‌ها با تصمیم‌گیری اخلاقی و غیراخلاقی وجود دارد. برای مثال در مطالعات گذشته مشخص شده است وقتی افراد متوجه می‌شوند دیگران رفتارشان را می‌بینند، احتمال رفتارهای جامعه‌پسندانه و خیرخواهانه‌شان بیشتر می‌شود که این تأثیر انگیزه جایگاه اجتماعی را نشان می‌دهد (کفاشان و همکاران، ۲۰۱۴؛ هیز و بلیدر، ۲۰۱۷). پژوهش‌های پیشین در رابطه‌ی جایگاه اجتماعی و تصمیم‌گیری اخلاقی به نفع خود و دیگران رابطه معنی‌داری را به دست نداده است (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵). اما با توجه به اینکه افراد برای حفظ و ارتقای جایگاه اجتماعی ممکن است برای رسیدن به اهداف مادی رفتارهایی پرخاشگرانه به کار گیرند (چنگ و همکاران، ۲۰۱۴) ظاهراً می‌توان این انتظار را داشت که میل به داشتن حس جایگاه اجتماعی بالا به نحوی مجازسازی اخلاقی را دامن بزند و موجب افزایش تصمیم‌گیری‌های اخلاقی به نفع خود شود. از این رو دومین فرضیه این پژوهش این است که ادراک بالا از جایگاه اجتماعی، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و ادراک پایین از جایگاه اجتماعی، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران را بیشتر می‌کند.

سومین عاملی که ممکن است تبیین‌کننده‌ی تمایز بین تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی باشد، شیوه‌های جایگاه طلبی اجتماعی است. شیوه‌های جایگاه‌طلبی اجتماعی منعکس‌کننده تفاوت‌های فردی است که افراد جامعه برای به دست‌آوردن منابع ارزشمند زندگی و دستیابی به توجه و ارزش از سوی جامعه به کار می‌گیرند. براساس مدل برتری- منزلت (چنگ و تریسی، ۲۰۱۴) دو روش کلی جایگاه‌طلبی وجود دارد. در روش برتری، احترام و جایگاه از طریق ایجاد ترس و اتکا به روش‌های زورگویانه و نامتمدنانه به دست می‌آید و در روش منزلت، احترام و جایگاه به خاطر برخورداری از صفات مثبت فردی و اجتماعی و ایجاد هیجان‌های مثبت در گروه به دست می‌آید (چنگ، ۲۰۲۰). مشخص شده است همبسته‌های شخصیتی، رفتاری و شناختی این دو فرایند جایگاه طلبی با هم متفاوت است (مانر و کیس، ۲۰۱۶؛ کاکون، گویترز، سائتو، وسینا و پرز، ۲۰۱۷؛ ساسن باخ، لوگنان، اسکونبرت و مور، ۲۰۱۹؛ ردهید و همکاران، ۲۰۱۹؛ ساسن باخ و مور، ۲۰۱۹). هر چند تا کنون رابطه این دو فرایند با شیوه‌های تصمیم‌گیری غیراخلاقی در موقعیت‌های به نفع خود و به نفع دیگران ارزیابی نشده است؛ اما می‌توان این فرضیه را مطرح کرد که افرادی که از روش‌های جایگاه طلبی مبتنی بر برتری استفاده می‌کنند، بیشتر امکان دارد به نفع خودشان تصمیم غیراخلاقی بگیرند و رابطه روش جایگاه طلبی مبتنی بر منزلت با امکان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران رابطه قوی‌تری خواهد بود. زیرا یافته‌های پیشین به صورت غیرمستقیم نشان داده است افرادی که از روش‌های مبتنی بر برتری استفاده می‌کنند، احتمالاً نمره بالاتری در صفات تاریک شخصیت یعنی خودشیفتگی، ماکیاول‌گری و جامعه‌ستیزی نیز می‌گیرند (چنگ و تریسی، ۲۰۱۳)؛ صفاتی که به نحوی با انجام رفتارهای غیراخلاقی به نفع خود ارتباط بیش‌تری دارند. همین‌طور شواهد دیگری که می‌تواند از این فرضیه حمایت کند این است که داشتن گرایش به برتری با

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

عضویت در جناح‌های سیاسی محافظه‌کار یا راست کلاسیک رابطه دارد؛ گروه‌هایی که به اصول و قوانینی که در ابتدای تشکیل گروه ایجاد شده است وفادارتر باقی می‌مانند و گرایش‌های مبتنی بر برتری مانند ملی‌گرایی، تبعیض و میل به نژادپرستی در آن‌ها رایج‌تر است (هینگ، بوبوسل و زانا، ۲۰۰۷؛ ساسن باخ و مور، ۲۰۱۹). از این روی سومین فرضیه پژوهش در این‌باره است که روش‌های جایگاه طلبی مبتنی بر برتری و منزلت به صورت افتراقی با احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران رابطه دارند.

پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند حس قدرت و ادراک از جایگاه اجتماعی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران رابطه دارند و اثرگذاری حس قدرت با حس جایگاه متفاوت است، به نحوی که افراد با قدرت بیشتر نسبت به افرادی که همان اندازه جایگاه برخوردارند، به احتمال بیشتر تصمیم غیراخلاقی به نفع خود میگیرند؛ اما افراد با جایگاه بالاتر، ممکن است تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران بیشتر انجام دهند (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵). مطالعه حاضر اولاً همین فرضیات را در نمونه ایرانی آزمون کرده است و ثانیاً براساس مدل برتری-منزلت (چنگ و تریسی، ۲۰۱۴) این فرضیه را بررسی کرده است که در صورت احتساب نقش این عامل، آیا باز هم رابطه بین حس قدرت و جایگاه با شیوه‌های تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران باقی می‌ماند یا خیر.

بنابراین می‌توان گفت در کل، پژوهش حاضر به دنبال بررسی این مسأله است که حس قدرت، حس جایگاه اجتماعی و روش‌های جایگاه‌طلبی اجتماعی، به چه نحوی با افزایش یا کاهش احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی برای خود و دیگران ارتباط دارند.

روش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، بنیادی و از نظر گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی، ازنظر اجرا میدانی و از نظر ماهیت کمی است. جامعهٔ پژوهش عبارت بود از شهروندان مرد و زن شهر تهران که سن بالای ۱۸ سال داشتند و حاضر به شرکت در پژوهش شدند. نمونه‌گیری به صورت دردسترس انجام شد و در نهایت ۱۵۰ نفر به ابزارهای پژوهش پاسخ دادند. بخشی از داده‌ها به صورت حضوری و بخشی از طریق مجازی و فرم پیمایشی سایت گوگل تکمیل شد. در مورد چگونگی گردآوری داده‌ها به شیوه مجازی لازم به ذکر است که در مرحله اجرا پرسشنامه‌های مورد نظر در فضای مجازی در بین افراد توزیع گشت و تنها کسانی می‌توانستند به پرسشنامه‌ها پاسخ دهند که شرط سنی را برآورده کرده باشند. روش اجرای پژوهش به این صورت بود که ابتدا لینک ورود به پرسشنامه با استفاده از مقیاس‌هایی که در دست داشتیم، ساخته شد و این لینک در گروه‌های مجازی توزیع شد. افرادی که تمایل به مشارکت در پژوهش داشتند، وارد لینک شده و با اختیار کامل به سوالات پاسخ دادند. به منظور جلوگیری از داده‌ی از دست رفته و اطمینان یافتن از پاسخ داده شدن تمام سوالات توسط شرکت‌کنندگان، طراحی پرسشنامه‌ها به گونه‌ای بود که شرکت‌کنندگان تنها درصورت پاسخ‌گویی به تمام سوالات به سوال‌های بعدی دسترسی داشته باشند. توضیحات لازم درباره نحوه پاسخ‌دهی به گویه‌ها نیز در پرسشنامه موجود بودند. لازم به ذکر است که وجود هرگونه اختلال بارز روانی یا جسمانی که بتواند بر ادراک فرد از موقعیت اجتماعی و درک او از میزان قدرتی که دارد و روش‌های جایگاه طلبی‌اش اثر بگذارد و همچنین مصرف داروهایی که بر سازه‌های ذکر شده به نوعی اثر دارند، به عنوان ملاک‌های خروج پژوهش حاضر در نظر گرفته شد که براساس خودگزارشی شرکت‌کنندگان تعیین شد. متغیرهایی که کنترل شدند سن، وضعیت تحصیلات و سکونت در شهر تهران بود.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها پس از بررسی پیش فرض‌های آماری استفاده از آزمون‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شد. دو مرتبه رگرسیون چندگانه اجرا شد. در هر دو بار متغیرهای پیشین عبارت بودند از حس قدرت، حس جایگاه و روش‌های جایگاه طلبی اجتماعی اما متغیر ملاک در مرتبه اول اجرای رگرسیون، تصمیم‌گیری غیر اخلاقی به نفع خود و در مرتبه دوم تصمیم غیراخلاقی به نفع دیگران بود.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

ابزارها

۱.تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران

برای ارزیابی این شاخص از مقیاس تصمیم‌گیری غیراخلاقی (دتر، تروینو و سوئیتزر، ۲۰۰۸) استفاده شد. این مقیاس شامل ۸ سناریوی کوتاه درباره موقعیت‌هایی است که مستلزم تصمیم‌گیری است. برای مثال یکی از سناریوها از این قرار است: «در فروشگاه مواد غذایی خرید کرده‌اید و موقع حساب‌کردن فروشنده به اشتباه صورت حساب شما را ۱۰ هزارتومان زده به جای ۲۰ هزار تومان. چه قدر احتمال دارد با آگاهی از این امر بنشیند غذای خود را بخورید و اشاره‌ای به این اتفاق نکنید» از افراد خواسته می‌شود احتمال اتخاذ تصمیم غیراخلاقی در این سناریو از ۰= اصلاً احتمال ندارد تا ۷= کاملاً احتمال دارد، مشخص کنند. به پاسخ‌دهندگان توضیح داده شد که هیچ پاسخ درست و غلطی وجود ندارد و آن‌ها به هر شکل که درباره خودشان صدق می‌کند، می‌توانند به سوالات پاسخ دهند (دتر، تروینو و سوئیتزر، ۲۰۰۸). برای ارزیابی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران نیز از همین مقیاس استفاده شد؛ با این تفاوت که گویه‌ها به نحوی بازنویسی شدند که این بار افراد برای همکاران یا دوستانش قرار بود تصمیم‌گیری کنند. در پژوهش‌های پیشین نیز از همین روش برای اندازه‌گیری احتمال رفتار غیراخلاقی به نفع دیگران استفاده شده است (دوبیوس، راکر، گالینسکی، ۲۰۱۵). در مطالعات قبلی میزان آلفای کرونباخ این مقیاس ۰/۷۴ گزارش شده است و شواهد خوبی درباره روایی ملاکی آن به دست آمده است (پیف و همکاران، ۲۰۱۲؛ دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵). در مطالعه حاضر نیز میزان آلفای کرونباخ برای موقعیت به نفع خود ۰/۸۱۲ و در موقعیت به نفع دیگران ۰/۷۷۷ به دست آمد.

مقیاس حس از قدرت- نسخه عمومی

برای ارزیابی ادراک هر فرد از میزان قدرتش از مقیاس حس قدرت (آندرسون وگالینسکی، ۲۰۰۶) استفاده شد. این مقیاس قدرت را به عنوان ویژگی روانشناختی تعریف کرده است که می تواند برآیندی از ادراک فرد از قدرتش نسبت به دیگران و در موقعیت های مختلف باشد. این مقیاس شامل۶ گویه است که هر گویه براساس مقیاس لیکرت از ۱= کاملاً مخالفم تا ۷= کاملاً موافقم نمره گذاری می‌شود. گویه‌ها در واقع باور و ادراک فرد را نسبت به برخورداری از قدرت در موقعیت ها، در گروه‌ها و به صورت کلی می سنجند. از شرکت کنندگان خواسته شد گویه هایی مانند این گویه « فکر می‌کنم کلاً از قدرت خوبی برخوردارم» را بخوانند و میزان صادق بودن آن گویه را در ارتباط با ویژگی های خودشان از ۱ تا ۷ مشخص کنند. مقیاس حاضر در مطالعه خارجی از پایایی همسانی درونی قابل قبولی، ۰/۸۸ برخوردار بوده است (اندرسون و گالینسکی، ۲۰۰۶). در مطالعه حاضر نیز مقدار ضریب آلفای این مقیاس ۰/۸۲۰ به دست آمد .

مقیاس ادراک از جایگاه اجتماعی

این مقیاس ۵ سوالی برای ارزیابی ادراک هر فرد از جایگاه و مقام و مرتبه اش در گروه‌هایی که در آن‌ها عضویت دارد نسبت به سایرین استفاده می شود (اندرسون، کراوس، گالینسکی، کلتنر، ۲۰۱۲). از افراد خواسته می‌شود تا مشخص کنند خودشان را در مقایسه با دیگران، به چه میزان برخوردار از جایگاه اجتماعی می‌بینند. نمرات در طیف لیکرت از ۱ = کاملاً مخالفم تا ۷= کاملاً موافقم نمره گذاری می شوند. با توجه به مقیاس که از گویه‌هایی مانند «دیگران مرا تحسین می‌کنند» تشکیل شده است، از شرکت کنندگان خواسته شد مشخص کنند هر گویه چقدر درباره آن‌ها صدق می‌کند. در مطالعات گذشته پایایی همسانی درونی این مقیاس ۰/۹۴ گزارش شده است (اندرسون، کراوس، گالینسکی، کلتنر، ۲۰۱۲؛ دوبیوس، راکر، گالینسکی، ۲۰۱۵). در مطالعه حاضر نیز آلفای کرونباخ برای مقیاس ۵ گویه ای ۰/۷۷۹ محاسبه شد .

مقیاس برتری -منزلت

برای سنجش روش‌های جایگاه طلبی از پرسشنامه برتری- منزلت (چنگ، تریسی، فولشام، کینگستون و هینریش،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

۲۰۱۲) استفاده شد. مقصود از راهبردهای برتری و منزلت فرایندهای روانشناختی است که افراد برای به دست آوردن جایگاه اجتماعی در گروه‌های اجتماعی از آن استفاده می‌کنند. افرادی که از راهبرد برتری استفاده می‌کنند روش‌شان برای دستیابی به جایگاه اجتماعی از طریق ارعاب و ترس و تهدید دیگران است، اما افرادی که از راهبرد منزلت استفاده می‌کنند بیشتر تلاش می‌کنند تا صفات و فضایل نیکو را در خود پرورش دهند و از راهبردهای شرافتمندانه‌ای برای دستیابی به جایگاه اجتماعی استفاده می‌کنند (چنگ، تریسی، فولشام، کینگستون و هینریش، ۲۰۱۲). برای اندازه‌گیری این فرایندها از مقیاس ۱۷ سوالی برتری- منزلت استفاده شد. این مقیاس به صورت لیکرتی از ۱ تا ۷ از اصلاً تا بسیار زیاد نمره‌گذاری می شود. در چند مطالعه جدید در آزمایشگاه هیجان و خود در دانشگاه بریتیش کلمبیا از این ابزار به شکل های مختلفی استفاده شده است. از این ابزار در ایران در یک مطالعه دیگر استفاده شده و ساختار دوعاملی آن و مقدار آلفای کرونباخ خرده مقیاس‌های برتری و منزلت در یک گروه از شرکت‌کنندگان شامل اعضای هیأت علمی در دانشگاه به ترتیب ۰/۸۳ و ۰/۸۸ به دست آمده است (خانی پور و فتحی، ۲۰۲۰). در مطالعه حاضر نیز مقدار همسانی درونی برای خرده مقیاس برتری ۰/۶۰۸ و برای منزلت ۰/۸۰۱ به دست آمد.

یافته‌ها

از بین ۱۵۰ نفر شرکت کننده این پژوهش ۶۲ نفر خانم و ۸۸ نفر آقا بودند. از لحاظ سنی، ۶۴ نفر (۴۲٪) در دامنه سنی ۲۶-۳۰ سال، ۳۱ نفر (۲۰٪) در دامنه سنی ۳۰-۳۵ سال، ۲۳ نفر (۱۵٪) در دامنه سنی ۱۹-۲۵ سال، ۲۱ نفر (۱۴٪) در دامنه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال، ۶ نفر در دامنه سنی ۵۱ تا ۵۵ سال و ۵ نفر در دامه سنی ۴۶ تا ۵۰ سال قرار داشتند. بیشتر شرکت‌کنندگان از لحاظ تحصیلات درجه لیسانس داشتند (۷۸ نفر)، پس از آن درجه فوق لیسانس با ۴۴ نفر، دیپلم با ۲۱ نفر و دکترا با ۷ نفر قرار داشتند. از لحاظ وضعیت شغلی، ۳۹ نفر شغل دولتی، ۷۳ نفر شغل آزاد و ۳۵ نفر دانشجو بودند. از لحاظ طبقه اجتماعی اقتصادی ۴ نفر خود را متعلق به طبقه پایین، ۴۴ نفر طبقه متوسط پایین، ۹۶ نفر متوسط بالا و ۶ نفر طبقه بالا دسته بندی کردند. مقایسه تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود نشان می دهد تفاوت معنی‌داری از لحاظ جنسیت در بین زنان و مردان وجود ندارد(۰/۰۵۱= p، t=۱/۹۶)اما در مورد تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران، نمره مردان بیشتر از زنان بود و تفاوت در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار بود(p=۰/۰۵۱ ، t=۶۴/۲). از لحاظ تحصیلات نیز بین گروه‌ها در تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود (p=۰/۰۵۶، f=۱/۷۳) و دیگران (p=۰/۶۶، f=۰/۵۴۷) فاوت معنی‌داری وجود نداشت. و در نهایت تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود (p=۰/۴۰۳، ۰/۹۱۴ =f) و به نفع دیگران (p=۰/۱۲، f=۲/۰۴) ، ارتباطی با وضعیت شغلی افراد هم نداشت. اما نتایج آزمون تجزیه و تحلیل واریانس چند متغیره نشان داد اثر طبقه اجتماعی اقتصادی بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود معنی دار است (p=۰/۰۰۵، f=۴/۴۱۱) ، ولی این اثر در موقعیت تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران معنی دار نبود. نتایج آزمون تعقیبی نیز نشان داد نمره تصمیم‌گیری غیر اخلاقی در موقعیت به نفع خود در طبقه پایین بیشتر از طبقه متوسط پایین (p=۰/۰۲۸، f=۱۳/۸۸) ، تفاوت میانگین‌ها (و متوسط بالا بود) p=۰/۰۱۴، ۱۴/۶۱=تفاوت میانگین‌ها(؛ ولی تفاوتی با نمره طبقه بالا نداشت(p=۱، ۶/۵۸=تفاوت میانگین‌ها).

برای بررسی فرضیه‌های مرتبط با نقش افتراقی قدرت، جایگاه و روش‌های جایگاه طلبی ابتدا همبستگی متغیرها بررسی شد که در جدول ۱ نمایش داده شده است. در جدول ۱ نتایج همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش گزارش شده است .

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

جدول۱- همبستگی بین قدرت، جایگاه، روش‌های جایگاه طلبی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱.غیراخلاقی برای خود	۱							
۲.غیراخلاقی برای دیگران	۰/۶۷۲**	۱						
۳.حس قدرت	-۰/۰۷۴	-۰/۰۴۱	۱					
۴.حس جایگاه	۰/۰۷۷	-۰/۰۱۶	۰/۴۷۹**	۱				
۵.برتری	۰/۳۲۲**	۰/۲۳۶**	۰/۲۰۳*	۰/۲۵۲**	۱			
۶.منزلت	-۰/۱۷۳*	-۰/۰۵۲	۰/۵۲۱**	۰/۵۸۴**	۰/۱۴۱	۱		

* p < .05., ** p < 0.01.

برای ارزیابی فرضیه مربوط به نقش افتراقی قدرت، جایگاه و روش‌های جایگاه طلبی دو رگرسیون مجزا گرفته شد و در هر بار متغیر ملاک، تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و بار دیگر، تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران در نظر گرفته شد و در هر بار نیز متغیرهای پیش‌بین یکسان بودند. شاخص‌های مربوط به رگرسیون دو مدل در جدول ۲ و ۳ نمایش داده شده است. در جدول ۲ نتایج اجرای تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی تصمیم غیراخلاقی به نفع خود براساس متغیرهای پیش بین ارائه شده است.

جدول۲- شاخص‌های رگرسیون برای پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود

متغیرها	R	R^2	B	Beta	T	Sig
برتری	۰/۳۲۲	۰/۱۰۴	۰/۴۴۹	۰/۳۵۳	۴/۶۰	۰/۰۰۱
منزلت	۰/۳۹۰	۰/۱۵۲	-۰/۲۷۹	-۰/۲۲۲	-۲/۹۰	۰/۰۰۴

در جدول۳ نتایج اجرای تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی تصمیم غیراخلاقی به نفع خود براساس متغیرهای پیش بین ارائه شده است.

جدول ۳- شاخص‌های رگرسیون برای پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران

متغیرها	R	R^2	B	Beta	t	Sig
برتری	۰/۲۳۶	۰/۰۵۶	۰/۲۹۱	۰/۲۳۶	۲/۹۵	۰/۰۰۴

در ارتباط با مدل اول مشخص شد دو متغیر برتری و منزلت می‌توانند امکان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود را پیش‌بینی کنند. و در ارتباط با مدل دوم مشخص شد تنها متغیر برتری به صورت مثبتی با احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران رابطه دارد. ارزیابی مدل‌های رگرسیون نیز نشان داد هم در شرایط اول (f=۱۳/۱۷ ،p>۰/۰۰۱) و هم شرایط دوم (p=۰/۰۰۴، f=۸/۷۲۱) مدل رگرسیون معنی‌دار است.

براساس نتایج رگرسیون، متغیرهای حس از قدرت و حس از جایگاه اجتماعی نتوانستند در شرایط کنترل روش‌های جایگاه طلبی اجتماعی (برتری و منزلت) اثرشان را در

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]
[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران حفظ کنند به رغم اینکه در همبستگی، رابطه منفی بین این دو عامل با احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران وجود داشت. در نهایت اینکه در پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود، روش برتری، رابطه مثبت و معنی‌دار (b= ۰/۴۴۹) و منزلت رابطه منفی و معنی دار داشت (b =-۰/۲۷۹) اما در پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران فقط برتری رابطه مثبت و معنی‌دار داشت (b =۰/۲۹۱)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش ادراک از قدرت، ادراک از جایگاه اجتماعی و راهبردهای جایگاه طلبی شامل برتری و منزلت در پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی در موقعیت‌های به نفع خود و به نفع دیگران بود. درباره تمایز تصمیم‌گیری غیراخلاقی به دو وضعیت خودخواهانه و به نفع دیگران، یافته‌های این مطالعه نشان داد که تا حدی همسو با مطالعات پیشین است (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵؛ فلیشمن، لامرز، کانوی، گالینسکی، ۲۰۱۹) و می‌توان از این تمایز مفهومی در تقسیم‌بندی تصمیم‌گیری غیراخلاقی حمایت کرد زیرا از جهتی همبستگی بالایی بین نمرات در دو وضعیت وجود داشت و از طرفی الگوی پیشایندهای این دو نوع تصمیم‌گیری غیراخلاقی نیز با هم متفاوت بود که این امر نشان می‌دهد تصمیم‌گیری غیراخلاقی فقط به معنای خودخواهی نیست و بسیاری از رفتارهای کمک به دیگران با هدف تحقق اهداف یا دستیابی به سود و منفعت دیگران هم می‌تواند عملی غیراخلاقی باشد و افرادی که تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه دارند، به همان اندازه نیز به نفع دیگران حاضرند به صورت غیراخلاقی تصمیم‌گیری کنند. از بین متغیرها، روش جایگاه طلبی برتری با تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه رابطه مثبت و با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران نیز رابطه مثبت داشت و منزلت نیز با تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه رابطه منفی اما با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران رابطه‌ای نداشت. در نتیجه الگوی افتراقی پیش‌بینی‌کننده‌ها می‌تواند شاهدی بر صحت تمایز مفهومی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و به نفع دیگران باشد.

یکی از یافته‌های این مطالعه این بود که تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود در بین طبقات اجتماعی اقتصادی پایین در مقایسه با طبقه متوسط پایین و متوسط بالا، بالاتر بود اما تفاوتی در تصمیم‌گیری اخلاقی به نفع خود با طبقه اجتماعی اقتصادی بالا، دیده نشد و در شرایط تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران نیز تفاوت معنی‌داری بین افراد متعلق به طبقات اجتماعی اقتصادی مختلف وجود نداشت؛ هر چند که میزان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران به این صورت بود که در افرادی که ازطبقه پایین اجتماعی اقتصادی برخوردار بودند بیشتر بود، سپس طبقه متوسط پایین و پس از آن طبقه متوسط بالا و در نهایت طبقه بالا قرار داشتند. این یافته‌ها از جهتی مشابه و از جهتی در تضاد با یافته‌های پژوهش‌های انجام شده، درباره تصمیم‌گیری غیراخلاقی در کشورهای دیگر است. در مطالعات خارجی در کشور آمریکا، چین و کانادا نتایج حاکی از آن است که تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود در افراد از طبقه اقتصادی اجتماعی بالا بیشتر است و بر عکس تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران برای افراد متعلق به طبقه اقتصادی اجتماعی پایین، فراوانی بیشتری دارد (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵؛ پیف، استانکاتو و هوربگ، ۲۰۱۶؛ لیو، چن، بل و تان، ۲۰۱۹). در نمونه ایران میزان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود بین دو گروه پایین و بالا تقریبا به یک اندازه بود. این یافته به صورت غیرمستقیم می‌تواند نشان‌دهنده اثر تفاوت‌های فرهنگی در کشورهای غربی با کشور ایران باشد. به نظر می‌رسد منافع شخصی در ایران به یک اندازه برای افراد متعلق به طبقات بالا و پایین (هرکدام به دلایلی) اهمیت دارد. برای مثال طبقه پایین به دلیل بی‌اعتمادی و ناکامی و احساس بی‌عدالتی، در موقعیت‌هایی که مستلزم تصمیم‌گیری است، تصمیم‌های غیراخلاقی به نفع خود می‌گیرند و افراد طبقه بالا به منظور برخورداری از قدرت و کنترل بیشتر، و همچنین به دلیل احساس مجازسازی اخلاقی و خودبزرگ بینی، تصمیم‌های غیراخلاقی می‌گیرند. یافته‌های پیشین در زمینه بررسی علل مرتبط با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود تبیین‌هایی از جنس خودشیفتگی، احساس استحقاق و طمع و حسد را به عنوان مکانیسم رفتار غیراخلاقی در طبقه بالا مشخص نموده‌اند (پیف و آنجلا، ۲۰۱۷؛ لامرز، گالینسکی، دویسوس، راکر، ۲۰۱۵). در

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

ارتباط با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران روند فراوانی تصمیم‌گیری غیراخلاقی در گروه‌ها مشابه نمونه‌های خارجی بود اما تفاوت به لحاظ آماری معنادار نبود. در کل این دو یافته می‌تواند نشان دهد که گرایش به تصمیم‌گیری غیراخلاقی متاثر از طبقه اجتماعی اقتصادی افراد است؛ اما ارتباط طبقه با تصمیم‌گیری غیراخلاقی در نمونه ایرانی از جهت یکسان بودن میزان تصمیم‌گیری غیراخلاقی برای طبقات پایین و بالا مخالف و ناهمسو با کشورهای غربی است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که اساس شکل‌گیری طبقات در کشورهای دیگر با کشور ایران متفاوت است و فرایندها و مکانیسم‌های تعیین کننده در ایران به دلیل تفاوت در ساختار تولید و ساختار توزیع قدرت تفاوت‌هایی با کشورهای غربی دارد از این روی شاید نتوان مسأله تفاوت در تصمیم‌گیری غیراخلاقی بین طبقات اجتماعی را به صورت کامل به نمونه ایرانی تعمیم داد و یافته مطالعه حاضر را در صورتی که بتوان مطالعات بین فرهنگی در این زمینه انجام داد، بهتر می توان ارزیابی نمود.

دومین فرضیه پژوهش در خصوص رابطه ادراک از قدرت، ادراک از جایگاه و روش‌های جایگاه طلبی (شامل برتری و منزلت) و ارتباط آن با تصمیم‌گیری غیراخلاقی در موقعیت‌های به نفع خود و دیگران بود. یافته‌ها نشان داد رابطه معنی‌داری بین ادراک از قدرت و ادراک از جایگاه اجتماعی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران وجود نداشت. این یافته ناهمسو با مطالعات پیشین است (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵؛ جیورجی، ون دیجک، زینگ، دی کرمر، ۲۰۱۹). اگر چه مطالعات پیشین نشان داده است القای ادراک قدرت، ادراک از قدرت و ادراک از جایگاه اجتماعی به صورت معنی‌داری با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود رابطه مثبت و با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران رابطه منفی دارد (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵؛ لامرز و دئدریک، ۲۰۰۹) اما این یافته در شرایطی بوده است که نقش روش‌های جایگاه طلبی اجتماعی یعنی برتری و منزلت بررسی نشده بود. یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد مهمترین عامل در تصمیم‌گیری غیراخلاقی در هر دو موقعیت، استفاده از روش برتری است نه صرفا قدرت یا صرف جایگاه اجتماعی. از سوی دیگر، می‌توان گفت ممکن است در مطالعه حاضر از آنجا که از روش همبستگی استفاده شده است رابطه‌ای بین حس قدرت و تصمیم‌گیری غیراخلاقی مشاهده نشده است، امکان دارد القای موقعیتی حس قدرت، بیشتر از روش همبستگی بتواند اثرات حس قدرت را با امکان تصمیم‌گیری غیراخلاقی نشان دهد.

منزلت یکی دیگر از راهبردهای جایگاه طلبی است که یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد رابطه معنی‌دار و منفی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی در موقعیت‌های به نفع خود دارد. به عبارتی هر قدر افراد از روش منزلت برای جایگاه طلبی استفاده کنند احتمالاً رفتار غیراخلاقی کمتری از خود نشان می‌دهند و این تأثیر مستقل از ادراک از قدرت و همین طور ادراک شان از جایگاه اجتماعی است. بنابراین براساس یافته‌های مطالعه می‌توان گفت قدرت و جایگاه بالا عامل اصلی در تصمیم‌گیری غیراخلاقی و رفتار غیراخلاقی به نفع خود نیست بلکه عامل اصلی روش‌هایی است که افراد به وسیله آن‌ها در گروه‌های اجتماعی برای یافتن جایگاه در سلسله مراتب اجتماعی استفاده می‌کنند. هر قدر این روش‌ها بیشتر بر برتری مبتنی باشد، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی بیشتر است، و هر قدر مبتنی بر منزلت باشد، احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی کمتر است. یافته‌های پیشین در این زمینه نیز نشان داده است استفاده از روش جایگاه طلبی مبتنی بر برتری با صفات تاریک شخصیت مثل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان ستیزی ارتباط دارد؛ اما منزلت با افزایش همدلی، افزایش نوع دوستی و افزایش میزان مشارکت در رفتارهای داوطلبانه رابطه دارد (چنگ، تریسی و هینریش، ۲۰۱۰؛ چنگ، ۲۰۲۰). یافته‌های دیگری در ادبیات پژوهش در حمایت از این یافته وجود دارد. برای مثال در مطالعات مشخص شده است افرادی که از روش منزلت استفاده می‌کنند، دغدغه‌های اخلاقی و حفظ آبرو و شأن بیش‌تری دارند، در حالیکه افرادی که از روش برتری استفاده می‌کنند گرایش بیشتری به توسل به روش‌های غیراخلاقی برای تحقق اهداف‌شان در موقعیت‌های تعارض آمیز اخلاقی دارند (ساسن باخ، لوگنان، اسکونبرت و مور، ۲۰۱۹). یافته مطالعه حاضر در زمینه رابطه منفی بین منزلت و کم شدن میزان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود از سویی همخوان با پژوهش‌هایی است که رابطه

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

منزلت و رفتارهای اخلاقی نوع دوستانه را نشان داده‌اند (هینریش، چودک، بوید، ۲۰۱۵؛ ردهید و همکاران، ۲۰۱۹) .

در زمینه امکان تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران نیز از بین قدرت، جایگاه و روش‌های جایگاه طلبی(برتری و منزلت) تنها روش برتری بود که رابطه مثبت با احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران داشت. یعنی احتمالاً عاملی که تبیین‌کننده رابطه قدرت و جایگاه پایین با بیشتر بودن تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران است، روش جایگاه طلبی از نوع برتری است. افرادی که از روش برتری استفاده می‌کنند احتمالاً در این موقعیت منافع هم گروهی‌ها و افرادی که با آن‌ها در یک کار مشترک درگیرند را ارجح می‌دانند و کمتر به اصول و وظایف اخلاقی همگانی اهمیت می‌دهند و به همین خاطر احتمال تصمیم‌گیری غیراخلاقی‌شان نیز بالاتر می‌رود. یافته‌های دیگری نیز در زمینه تأثیر استفاده از روش برتری به دست آمده است که نشان می‌دهد افرادی که از روش برتری استفاده می‌کنند از راهبردهای عوام‌فریبانه بیشتر حمایت می‌کنند و در زمینه مسائل اجتماعی و سیاسی، بالابودن نمره افراد از لحاظ میل به برتری بر طرفداری از سیاست‌های ملی‌گرایی افراطی، برتری نژادی و زیرپاگذاشتن اخلاقیات برای حفظ منافع ملی رابطه دارد (ساسن باخ و مور، ۲۰۱۹؛ جیورجی، ون دیجک، زینگ، دی کرمر، ۲۰۱۹). از این روی باید بیان نمود که معنای ارتباط روش جایگاه طلبی از نوع برتری و تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران به معنای خودگذشتگی و نوع دوست‌بودن افراد متکی به روش برتری نیست، بلکه احتمالاً بازنمایانگر طرفداری از بنیادهای اخلاقی عرفی است که جامعه جهانی در دوره حاضر تاوان آن را در قالب گسترش ملی‌گرایی افراطی، نژادپرستی و طرفداری از سیاست‌های ضد محیط زیستی به خود می‌بینند. در مطالعه حاضر منزلت با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع دیگران رابطه معنی‌دار نداشت، این در حالی است که برخی از مطالعات نیز نشان داده اند کسب منزلت یکی از انگیزه‌های مهم در رفتارهای اخلاقی نوع دوستانه و رفتارهای جامعه پسند و اخلاقی است (کاکون، گویترز، سائتو، وسینا و پرز، ۲۰۱۷). این عدم معنی‌داری بین منزلت با اتخاذ تصمیم غیراخلاقی برای رفتارهای به ظاهر نوع دوستانه و شواهد پژوهشی که در زمینه رابطه منزلت و رفتارهای اخلاقی نوع دوستانه و داوطلبانه واقعی و اصیل وجود دارد، به نحوی نشان از این دارد که نوع دوستی و رفتارهایی مانند گذشتن از خطاهای اخلاقی دیگران در بستر اجتماعی که می‌تواند سبب ساز زایل شدن حق و از بین رفتن عدالت در جامعه شود دو مقوله جدا هستند و به نحوی تقسیم‌بندی تصمیم‌گیری غیراخلاقی به دو نوع به نفع خود و به نفع دیگران (دوبیوس، راکر و گالینسکی، ۲۰۱۵؛ لامرز، گالینسکی، دویسوس، راکر، ۲۰۱۵) را مورد حمایت قرار می‌دهد.

به صورت کلی از یافته‌های این پژوهش می توان نتیجه‌گیری کرد که تصمیم‌گیری غیراخلاقی فقط به معنی بی توجهی به حقوق دیگران و خودخواهی نیست بلکه رفتارهای غیراخلاقی می توانند به ظاهر نوع دوستانه ولی غیراخلاقی باشند. همچنین استفاده از روش جایگاه طلبی برتری ضد تصمیم‌گیری اخلاقی است و افرادی که از این شیوه استفاده می‌کنند هم در موقعیت‌هایی که به نفع خودشان است و هم در موقعیت‌هایی که منفعتی برای دیگری وجود دارد، به شیوه غیراخلاقی‌تر تصمیم‌گیری می‌کنند و در مقابل، افرادی که از روش منزلت استفاده می‌کنند، به میزان کم‌تری تصمیم غیراخلاقی به نفع خود می‌گیرند. بنابراین برخلاف مطالعات پیشین که صرف داشتن قدرت و جایگاه را موثر در تصمیم‌گیری غیراخلاقی برشمرده بودند، می‌توان بیان کرد که با استفاده از ادراک از قدرت و جایگاه، به تنهایی نمی‌توان تفاوت‌های افراد در تصمیم‌گیری غیراخلاقی را تبیین کرد و احتمالاً علت به مکانیسم‌هایی باز می‌گردد که افراد برای کسب قدرت و جایگاه استفاده می‌کنند؛ یعنی برتری و منزلت. تکیه بر روش برتری برای رسیدن به جایگاه و قدرت مهمترین تعیین‌کننده تصمیم‌گیری غیراخلاقی خودخواهانه و به نفع دیگران است. در وجه کاربردی در سازمان یا جامعه می توان شرایط را به گونه‌ای تنظیم کرد تا افراد کمتر برای تحقق اهدافشان از روش‌های مبتنی بر برتری استفاده کنند؛ و یا سیستم اجتماعی و فرهنگی به گونه‌ای ارزش‌هایش را بازآرایی کند که افراد به واسطه توانمندی ها، مهارت‌ها و فضلیت‌های اخلاقی نیکوی‌شان به مناصب تصمیم‌گیری‌های حساس اجتماعی برسند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

در خصوص تمایز این مطالعه نسبت به مطالعات مشاهده و اطلاعات جدیدی که از این مطالعه به دست آمده به چند مورد می‌توان اشاره کرد:۱- اغلب مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی از نوع بررسی و مدل‌سازی قضاوت اخلاقی و رشد قضاوت اخلاقی هستند؛ ولی چهارچوب مطالعه حاضر مبتنی بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی و تمایز انواع تصمیم‌گیری غیراخلاقی بود. ۲- تا جایی که مطالعات بررسی شد از مدل برتری- منزلت به صورت تجربی برای تمایز انواع تصمیم‌گیری غیراخلاقی استفاده نشده است؛ هر چند به صورت نظری و مفهومی به امکان چنین تمایزی اشاره شده است. ۳- در مطالعات گذشته نقش قدرت، جایگاه و طبقه اجتماعی به عنوان عوامل علی موثر بر نوع تصمیم‌گیری غیراخلاقی به نفع خود و دیگران پرداخته شده است؛ اما مفهوم جایگاه‌طلبی اجتماعی تا کنون در تعیین امکان تصمیم‌گیری غیراخلاقی بررسی نشده است و یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد که برخلاف یافته‌های پیشین صرف قدرت و جایگاه تعیین کننده نحوه تصمیم‌گیری غیراخلاقی نیست و مکانیسم مرتبط کننده همین روش‌های جایگاه طلبی اجتماعی (برتری و منزلت) است.

یافته‌های مطالعه حاضر چندین محدودیت کلی داشتند. اولین محدودیت مربوط به نابرابر بودن تعداد افراد شرکت کننده در پژوهش از طبقات اقتصادی اجتماعی مختلف بود که امکان تعمیم نتایج را احتمالاً محدود می‌کند. دومین محدودیت پژوهش اتکا به روش‌های خودگزارش‌دهی در سنجش ویژگی‌هایی مانند برتری و منزلت است. با توجه به اینکه جایگاه اجتماعی از سوی بیرون به فرد منتسب می شود، در نتیجه احتمال دارد اگر برای سنجش جایگاه اجتماعی و روش‌های جایگاه طلبی از روش ثبت گزارش توسط همسالان استفاده شود، نتایج بهتری برای ارزیابی ارتباط این ویژگی‌ها با تصمیم‌گیری غیراخلاقی به دست آید. سومین محدودیت این پژوهش هم مربوط به شیوه سنجش تصمیم‌گیری اخلاقی است. روش به کار گرفته شده در این پژوهش، بیش‌تر نگرش افراد را به تصمیم‌گیری غیراخلاقی می‌سنجد؛ ولی ممکن است رفتار افراد در موقعیت عمل با نگرشی که اظهار می‌نمایند تفاوت داشته باشد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی با برطرف‌کردن این محدودیت‌ها، نقش مؤلفه‌های ذکر شده در پیش‌بینی تصمیم‌گیری غیراخلاقی و رفتار غیراخلاقی بررسی شود. همچنین پیشنهاد می‌شود به بررسی این نکته پرداخته شود که افرادی که خودشان سبک جایگاه طلبی مبتنی بر منزلت را بیشتر اذعان دارند ولی دیگران برای آن‌ها سبک جایگاه‌طلبی مبتنی بر برتری بیان می‌کنند، از لحاظ تصمیم‌گیری غیراخلاقی در موقعیت‌های به نفع خود و دیگران چه تفاوت‌هایی با هم دارند.

منابع

Anderson, C., & Galinsky, A. D. (2006). Power, optimism, and risk-taking. European journal of social psychology, 36(4), 511-536.

Anderson, C., John, O. P., & Keltner, D. (2012). The Personal Sense of Power. Journal of Personality, 80(2), 313-344. doi:10.1111/j.1467-6494.2011. 00734.x

Anderson, C., Hildreth, J. A. D., & Howland, L. (2015). Is the desire for status a fundamental human motive? A review of the empirical literature. Psychological Bulletin, 141(3),1-29.

Cheng, J. T., Tracy, J. L., Foulsham, T., Kingstone, A., & Henrich, J. (2013). Two ways to the top: Evidence that dominance and prestige are distinct yet viable avenues to social rank and influence. Journal of personality and social psychology, 104(1), 103-125.

Cheng, J. T., Tracy, J. L., & Henrich, J. (2010). Pride, personality, and the evolutionary foundations of human social status. Evolution and Human Behavior, 31(5), 334-347.

Cheng, J. T., & Tracy, J. L. (2014). Toward a unified science of hierarchy: Dominance and prestige are two fundamental pathways to human social rank. In The psychology of social status (pp. 3-27): Springer.

Cheng, J. T., & Tracy, J. L. (2013). The impact of wealth on prestige and dominance rank relationships. Psychological Inquiry, 24(2), 102-108.

Cheng, J. T. (2020). Dominance, prestige, and the role of leveling in human social hierarchy and equality. Current Opinion in

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

Psychology, 33, 238-244. doi:https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.10.004.

Chacón, F., Gutiérrez, G., Sauto, V., Vecina, M. L., & Pérez, A. (2017). Volunteer functions inventory: A systematic review. Psicothema, 29(3), 306-316.

Clerke, A. S., Brown, M., Forchuk, C., & Campbell, L. (2018). Association between social class, greed, and unethical behaviour: A replication study. Collabra: Psychology, 35 (4), 1-6. http://doi.org/10.1525/collabra.166.

Detert, J. R., Treviño, L. K., & Sweitzer, V. L. (2008). Moral disengagement in ethical decision making: a study of antecedents and outcomes. Journal of Applied Psychology, 93(2), 374-391.

Dubois, D., Rucker, D. D., & Galinsky, A. D. (2015). Social class, power, and selfishness: When and why upper and lower class individuals behave unethically. Journal of personality and social psychology, 108(3), 436.

Fleischmann, A., Lammers, J., Conway, P., & Galinsky, A. D. (2019). Paradoxical effects of power on moral thinking: why power both increases and decreases deontological and utilitarian moral decisions. Social Psychological and Personality Science, 10(1), 110-120.

Giurge, L. M., van Dijke, M., Zheng, M. X., & De Cremer, D. (2019). Does power corrupt the mind? The influence of power on moral reasoning and self-interested behavior. The Leadership Quarterly. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.03.003.

Hays, N. A., & Blader, S. L. (2016). To give or not to give? Interactive effects of status and legitimacy on generosity. Journal of personality and social psychology, 112(1), 17-38.

Henrich, J., Chudek, M., & Boyd, R. (2015). The Big Man Mechanism: how prestige fosters cooperation and creates prosocial leaders. Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences, 370(1683), 20150013.

Hing, S., Leanne, S., Bobocel, D. R., Zanna, M. P., & McBride, M. V. (2007). Authoritarian dynamics and unethical decision making: High social dominance orientation leaders and high right-wing authoritarianism followers. Journal of personality and social psychology, 92(1), 67-81.

Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. Academy of management review, 16(2), 366-395.

Kafashan S., S. A., Griskevicius V., Barclay P. Prosocial Behavior and Social Status. In: Cheng J., Tracy J., Anderson C. (eds) The Psychology of Social Status. Springer, New York, NY. (2014). Prosocial Behavior and Social Status. In: Cheng J., Tracy J., Anderson C. (eds) The Psychology of Social Status. Springer, New York, NY.

Khanipour, H., & Fathi, E. (2020). Organizational Support, Participation in Organizational Decision making, Organizational Politics, and Perceived Social Status among faculty members: the mediating effects of status seeking styles. Iranian Journal of Management Studies. 10.22059/IJMS.2020.281430.673636. [persian].

Lammers, J., & Stapel, D. A. (2009). How power influences moral thinking. Journal of personality and social psychology, 97(2), 279.

Lammers, J., Galinsky, A. D., Dubois, D., & Rucker, D. D. (2015). Power and morality. Current Opinion in Psychology, 6, 15-19.

Liu, Y., Chen, S., Bell, C., & Tan, J. (2019). How Do Power and Status Differ in Predicting Unethical Decisions? A Cross-National Comparison of China and Canada. Journal of Business Ethics, 1-16.

Lucas, B. J., & Galinsky, A. D. (2015). Is utilitarianism risky? How the same antecedents and mechanism produce both utilitarian and risky choices. Perspectives on Psychological Science, 10(4), 541-548.

Piff, P. K., Stancato, D. M., Côté, S., Mendoza-Denton, R., & Keltner, D. (2012). Higher social class predicts increased unethical behavior. Proceedings of the

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]

National Academy of Sciences, 109(11), 4086-4091.

Piff, P. K., Stancato, D. M., & Horberg, E. (2016). Wealth and wrongdoing: Social class differences in ethical reasoning and behavior.

Piff, P. K., Kraus, M. W., & Keltner, D. (2018). Unpacking the inequality paradox: The psychological roots of inequality and social class. In Advances in experimental social psychology (Vol. 57, pp. 53-124): Elsevier.

Redhead, D., Cheng, J. T., Driver, C., Foulsham, T., & O'Gorman, R. (2019). On the dynamics of social hierarchy: A longitudinal investigation of the rise and fall of prestige, dominance, and social rank in naturalistic task groups. Evol. Hum. Behav, 40, 222-234.

Rucker, D. D., Galinsky, A. D., & Dubois, D. (2012). Power and consumer behavior: How power shapes who and what consumers value. Journal of Consumer Psychology, 22(3), 352-368.

Rest, J. R. (1986). Moral development: Advances in research and theory.

Suessenbach, F., Loughnan, S., Schönbrodt, F. D., & Moore, A. B. (2019). The dominance, prestige, and leadership account of social power motives. European Journal of Personality, 33(1), 7-33.

Trautmann, S. T., Van De Kuilen, G., & Zeckhauser, R. J. (2013). Social class and (un) ethical behavior: A framework, with evidence from a large population sample. Perspectives on Psychological Science, 8(5), 487-497.

Trevino, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. Academy of management review, 11(3), 601-617.

Winter, D. G., & Barenbaum, N. B. (1985). Responsibility and the power motive in women and men. Journal of Personality, 53(2), 335-355.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-31]

[DOR: 20.1001.1.23455780.1399.8.3.5.4]