

## The effect of reversibility of choice on attitude change in cognitive dissonance: Free choice paradigm

R. Mansuri Sepehr<sup>1\*</sup>, M. Haydari<sup>2</sup>, F. Bagheryan<sup>3</sup> & O. Shokri<sup>4</sup>

- 1\*. Ph.D. Student in General Psychology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
2. Associate Professor, Department of Applied Psychology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor, Department of Applied Psychology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
4. Assistant Professor, Department of Educational & Developmental Psychology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

### Abstract

**Aim:** The present study aim was to examine the effect of reversibility of choice on attitude change in "free choice paradigm" of cognitive dissonance theory (Festinger, 1957). **Methods:** Method was a quasi-experimental study conducted in a between-subject pretest- posttest with control group design. In accordance with Delavar s (2016) suggestion, in order to place 15 participants in each group, sixty students (from among 650) at the Faculty of Psychology of Shahid Beheshti University in the academic year 2014-2015 were selected. These were then divided into groups of easy (N=30) and difficult (N=30) choice which were divided into groups of reversible (N=15) and irreversible (N=15) choice. Groups were matched on age and gender. They were given eight psychological tests that were selected based on the degree of complexity to evaluate them before and after choice. Reversible group could change their choice after they made it. Attitude change was assessed using a researcher-made questionnaire, which was used at pretest and posttest. After removing six subjects because of incomplete questionnaires, data for 54 subjects was analyzed using ANOVA. **Results:** Analysis showed that in difficult choices groups, the attitude of irreversible choice group was significantly more positive about the selected choice compared to the attitude reported by the reversible group. ( $F= 29.48, P= 0.001$ ). **Conclusion:** These results support the idea that positive attitude change in free choice paradigm only occurs in irreversible situations. Therefore, it is better for sellers and service providers not to facilitate replacement very much.

**Keywords:** attitude, choice, cognition, dissonance, paradigm, reversibility

**Citation:** Mansuri Sepehr, R., Haydari, M., Bagheryan, F., & Shokri, O. (2018). The effect of reversibility of choice on attitude change in cognitive dissonance: Free choice paradigm. *Quarterly of Applied Psychology*, 12(3): 319-337.

Received: 24 August 2017  
Accepted: 5 March 2018

Corresponding author:  
R\_mansouri@sbu.ac.ir

## اثر بازگشت پذیری انتخاب بر تغییر نگرش در ناهماهنگی شناختی: پارادایم انتخاب آزاد

روح الله منصورى سپهر<sup>۱\*</sup>، محمود حیدری<sup>۲</sup>، فاطمه باقریان<sup>۳</sup> و امید شکرى<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری روان‌شناسی عمومی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه روان‌شناسی به‌کار بسته، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۳. استادیار گروه روان‌شناسی به‌کار بسته، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۴. استادیار گروه روان‌شناسی تربیتی و تحولی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش تعیین اثر بازگشت پذیری انتخاب بر تغییر نگرش در پارادایم انتخاب آزاد نظریه ناهماهنگی شناختی فستینگر (۱۹۵۷) بود. روش: روش پژوهش شبه آزمایشی در قالب طرح بین آزمودنی ۴ گروهی با پیش آزمون، پس آزمون و گروه گواه و جامعه آماری ۶۵۰ دانشجوی روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ بود. طبق پیشنهاد دلاور (۱۳۹۶) برای حضور ۱۵ نفر در هر گروه، ۶۰ نفر از آن‌ها به شکل نمونه‌گیری در دسترس و هم‌تاسازی از نظر سن و جنس انتخاب و به دو گروه انتخاب آسان و دو گروه دشوار ۳۰ نفری و هر یک به گروه‌های انتخاب بازگشت پذیر و بازگشت ناپذیر ۱۵ نفری تقسیم شدند. هشت آزمون روان‌شناسی که بر اساس میزان پیچیدگی انتخاب شده بود؛ به آزمودنی‌ها داده شد تا قبل و بعد از انتخاب به ارزیابی مطلوبیت آن‌ها بپردازند. گروه بازگشت پذیر پس از انتخاب می‌توانست آن را عوض کند. تغییر نگرش، به وسیله پرسشنامه پژوهشگر ساخته ۱۳۹۳ این پژوهشگران، در پیش آزمون و پس آزمون سنجیده و سپس با حذف ۶ پرسشنامه ناقص، داده‌های ۵۴ نفر با تحلیل واریانس عاملی تحلیل شد. یافته‌ها: نتایج نشان داد در گروه‌های انتخاب دشوار، نگرش گروه انتخاب بازگشت ناپذیر به گزینه انتخاب شده مثبت‌تر شده؛ در حالی که در گروه انتخاب بازگشت پذیر نگرش منفی‌تر شده است ( $F=29/48$ ,  $P=0/01$ ). نتیجه‌گیری: این نتایج نشان می‌دهند فقط در انتخاب‌های بازگشت ناپذیر تغییر نگرش مثبت رخ می‌دهد. از این‌رو فروشندگان کالا و خدمات برای کمک به مثبت‌تر شدن نگرش خریداران، بهتر است که فرایند تعویض کالا را بیش از حد هموار نسازند.

**کلیدواژه‌ها:** انتخاب، بازگشت پذیری، پارادایم، شناخت، ناهماهنگی، نگرش

استناد به این مقاله: منصورى سپهر، روح الله، حیدری، محمود، باقریان، فاطمه، و شکرى، امید. (۱۳۹۷). اثر بازگشت پذیری انتخاب بر تغییر نگرش در ناهماهنگی شناختی: پارادایم انتخاب آزاد. فصلنامه روان‌شناسی کاربردی، ۱۲ (۳ پیاپی ۴۷): ۳۳۷-۳۱۹.

دریافت مقاله: ۹۶/۰۶/۰۲  
پذیرش مقاله: ۹۶/۱۲/۱۴

نویسنده مسئول:  
R\_mansouri@sbu.ac.ir

## مقدمه

نظريه ناهماهنگى شناختى<sup>۱</sup> که اولين بار توسط فستينگر (۱۹۵۷) ارائه شد؛ يکى از اثرگذارترين نظريه‌هاى روان‌شناسى است که از زمان ارائه تاکنون منجر به انجام صدها پژوهش ميدانى و نظريه‌پردازى‌هاى مبتنى بر شواهد شده است (کروسن، هاندى و کروس، ۲۰۱۷؛ ليانگ، ۲۰۱۶). اين نظريه و پژوهش‌هاى الهام گرفته از آن علاوه بر کمک به درک علمى فرايندهاى تغيير نگرش<sup>۲</sup> و رفتار، منجر به افزايش دانش روان‌شناسى درباره ارتباط بين شناخت، ادراک، هيچان و انگيزش شده است. مرور کلى زمينه‌هاى پژوهشى که بر مبنای اين نظريه انجام شده؛ نشان‌دهنده گستردگى دامنه نفوذ آن و قدرت تبیین بالای اين نظريه است (موروان و اوکونور، ۲۰۱۷؛ ياردلى، ۲۰۱۶؛ رايموندى، ۲۰۱۱). مفروضه زيربنایى اين نظريه عبارت از اين است که انسان همواره براى انسجام درونى بين عقايد، نگرش‌ها و ارزش‌هاى خود تلاش مى‌کند. به عبارت ديگر نوعى کشاننده<sup>۳</sup> به سوى هماهنگى بين شناخت‌ها وجود دارد. از طرف ديگر وجود نوعى عدم انسجام<sup>۴</sup> و ناهمخوانى<sup>۵</sup> به ميزان کافى بين دو شناخت، موجب حالت انگيزشى آزارنده‌اى به نام «ناهماهنگى شناختى» مى‌شود که فرد را وادار مى‌دارد تا ناهمخوانى بين شناخت‌هايش را کاهش دهد. کاهش ناهماهنگى از طريق تغيير يکى از شناخت‌هاى ناهماهنگ يا کاهش اهميت آن شناخت انجام مى‌شود (کوپر، ۲۰۰۷).

ناهماهنگى شناختى به طور عمده در سه پاراداييم رخ مى‌دهد که يکى از رايج‌ترين آن‌ها پاراداييم انتخاب آزاد<sup>۶</sup> است. در اين پاراداييم که توسط برم<sup>۷</sup> ۱۹۵۶ مطرح شد؛ فرض بر اين است که وقتى تصميمى اتخاذ مى‌شود؛ احتمال بروز ناهماهنگى وجود دارد (ليانگ، ۲۰۱۶؛ کيمل، لوپز-دوران و کيتاياما، ۲۰۱۵). هر يک از جنبه‌هاى منفى گزينه انتخاب شده و هر يک از جنبه‌هاى مثبت گزينه رد شده ناهماهنگ با تصميمى است که اتخاذ شده است. ناهماهنگى پس از تصميم مى‌تواند با تغيير نگرش نسبت به گزينه انتخاب شده و رد شده کاهش يابد. يعنى با کاهش جنبه‌هاى منفى گزينه انتخاب شده يا جنبه‌هاى مثبت گزينه رد شده و يا با افزودن جنبه‌هاى مثبت به گزينه انتخاب شده يا جنبه‌هاى منفى به گزينه رد شده که گسترش گزينه‌ها<sup>۸</sup> ناميده مى‌شود؛ ناهماهنگى کاهش مى‌يابد. البته ناهماهنگى در اين پاراداييم زمانى رخ مى‌دهد که مطلوبيت گزينه‌ها بالا و

1. Cognitive Dissonance Theory
2. attitude change
3. drive
4. inconsistency
5. discrepancy
6. free choice paradigm
7. Brehm
8. spreading the alternatives

نزدیک به هم باشد. به عبارت دیگر شرایط تصمیم‌گیری دشوار موجب ناهماهنگی می‌شود و به همین دلیل در پژوهش‌هایی که در این پارادایم انجام می‌شود؛ همواره یک موقعیت تصمیم‌گیری آسان به‌عنوان گروه گواه وجود دارد (لیانگ، ۲۰۱۶).

طبق نظریه اولیه ناهماهنگی وجود نوعی ناهمخوانی و عدم انسجام منطقی<sup>۱</sup> بین دو شناخت برای ایجاد ناهماهنگی و برانگیختن شخص در جهت کاهش ناهماهنگی کافی است. اما پژوهشگران به زودی دریافتند که عدم انسجام به خودی خود، برای ایجاد تغییرهای شناختی/رفتاری مطرح شده توسط این نظریه کافی نیست. بلکه برای اینکه رفتاری بتواند ناهماهنگی تولید کند؛ باید به‌عنوان رفتاری درک شود که آزادانه انتخاب شده است که توجیه خارجی اندک، ولی نوعی تعهد در پی دارد (هارمون-جونز و هارمون-جونز، ۲۰۰۷؛ فوینتیت و پلت، ۲۰۱۵). این شرایط باعث شد که محدوده تبیین نظریه اصلی ناهماهنگی شناختی محدودتر شود. در نتیجه برخی از نظریه‌پردازان برای اینکه تبیینی موجزتر از آثار ناهماهنگی ارائه دهند؛ با ارائه نظریه‌های جدید اصلاحاتی را در اصول نظریه ناهماهنگی انجام دادند. مهم‌ترین این نظریه‌ها، نظریه انسجام خود، نظریه تأیید خود و نظریه عواقب آزارنده است (کوپر، ۲۰۰۷).

در نظریه انسجام خود<sup>۲</sup> ارونسون و کارل اسمیت (۱۹۶۲) بیان می‌کنند که شناخت‌های افراد درباره خود به‌عنوان انتظارهایی برای رفتار عمل می‌کند. طبق این دیدگاه ناهماهنگی زمانی رخ می‌دهد که افراد نوعی ناهمخوانی بین رفتاری که انجام داده‌اند و "معیارهای شخصی"<sup>۳</sup> یا انتظاره‌های خود<sup>۴</sup> ادراک کنند. وقتی افراد کاری انجام می‌دهند؛ میزان ناشایست بودن یا غیراخلاقی بودن آن را با رجوع به انتظاره‌های خودشان از عمل شایسته و اخلاقی ارزیابی می‌کنند. اگر انتظاره‌های خود یا معیارهای شخصی مورد تخطی قرار گرفته باشند؛ ناهماهنگی رخ می‌دهد. با توجه به اینکه افراد دارای عزت نفس<sup>۵</sup> بالا انتظاره‌های بالاتری برای رفتار شایسته و اخلاقی دارند، این افراد بیشتر از افراد دارای عزت نفس پایین پس از انجام یک عمل ضد نگرشی<sup>۶</sup> دچار ناهماهنگی شناختی می‌شوند (دیلارد و په فو، ۲۰۰۲). به‌عنوان مثال اگر از افراد خواسته شود به یک نفر بگویند که تکلیف کسل‌کننده‌ای به واقع جالب و جذاب است؛ کسانی که عزت نفس بالا دارند؛ به احتمال زیاد بیشتر از افراد دارای عزت نفس پایین ناهماهنگی را تجربه می‌کنند. چون اگرچه هر دو دسته، رفتار یکسانی مثل «من هم‌اکنون کار غیراخلاقی و احمقانه‌ای انجام داده‌ام» را انجام

1. logical inconstancy
2. self-consistency model of dissonance
3. personal standards
4. self-expectancies
5. self-esteem
6. counter-attitudinal

داده باشند؛ افراد داراى عزت نفس بالا وقتى اين کار را با معيارهاى شخصى يا انتظارهاى خودشان به عنوان مثال «من به طور معمول شخص باهوش و نجيبى هستم» مقايسه کنند؛ بيشتر از افراد داراى عزت نفس پايين که به خود مى گویند «من هميشه فرد باهوش و نجيبى نيستم»؛ آن رفتار را با معيارهاى شان متضاد مى بينند. پس طبق نظريه انسجام خود، شناختهاى مثبت درباره خود باعث مى شود که افراد پس از انجام عملى ناشايست يا غيراخلاقى نسبت به ايجاد ناهماهنگى آسيب پذيرتر شوند و در جهت توجيه آن برآيند (منصورى سپهر، خداپناهى و حيدرى، ۱۳۸۸).

ديدگاه دوم، نظريه تأييد خود<sup>۱</sup> استيل، اسپنسر و لينچ (۱۹۹۳) است که متناقض با ديدگاه اول است. اين ديدگاه بحث مى کند که شناختهاى مثبت فرد درباره خود، به عنوان منبعى براى کاهش ناهماهنگى عمل مى کند. طبق اين ديدگاه هدف از کاهش ناهماهنگى اين نيست که بخش ويژه‌اى از خودانگار<sup>۲</sup> فرد که با عمل ناهمخوان تهديد شده است؛ انسجام خود را باز يابد؛ بلکه هدف باز يافتن يکپارچگى اخلاقى<sup>۳</sup> خود به عنوان يک کل است (هارمون-جونز و هارمون-جونز، ۲۰۰۷). به همين جهت اگر پس از انجام عملى ناهمخوان، شناختهاى مثبتى در اختيار فرد قرار گيرد؛ ناهماهنگى کاهش مى يابد که البته اين کاهش به وسيله شيوه‌هاى غيرمستقيم صورت مى گيرد؛ نه به وسيله توجيه رفتار يا تغيير نگرش. چون فرد با تمرکز بر صفتهاى مثبت خود عملاً توجه خود را از عمل ضد نگرشى منحرف مى کند يا آن را کم اهميت جلوه مى دهد. اگر کاهش ناهماهنگى از طريق تغيير يکى از شناختهاى ناهمخوان صورت گيرد؛ از روش مستقيم استفاده شده است؛ اما اگر کاهش ناهماهنگى از هر راهى به جز اين، مثل کم اهميت پنداشتن ناهماهنگى، انحراف توجه از ناهماهنگى و جز آن انجام شود؛ روش غيرمستقيم به کار گرفته شده است. به اين ترتيب اگر بعد از انجام عملى ناهمخوان صفتهاى مثبت بيشترى در ذهن افراد وجود داشته باشد؛ نياز کمترى به توجيه رفتار يا تغيير نگرش خواهند داشت. از آنجا که افراد داراى عزت نفس بالا صفتهاى مثبت بيشترى در خود پنداره<sup>۴</sup> دارند؛ منابع تأييدى بيشترى در اختيار اين افراد است و به همين جهت پس از عملى ضد نگرشى کمتر از افراد داراى عزت نفس پايين دچار ناهماهنگى مى شوند؛ زيرا با تمرکز بر صفتهاى مثبت کلى شان از وقوع ناهماهنگى جلوگيرى يا پس از وقوع آن با توسل به روشهاى غيرمستقيم از مواجهه مستقيم با آن اجتناب مى کنند (دانيلسون و بنگسون، ۲۰۱۶؛ منصورى سپهر، خداپناهى و حيدرى، ۱۳۹۱).

- 
1. Self-Affirmation Theory
  2. self-image
  3. moral integrity
  4. self-concept

دیدگاه سوم تحت عنوان الگوی نگاه جدید<sup>۱</sup> یا عواقب آزرنده<sup>۲</sup> کوپر (۱۹۹۲) برخلاف هردو دیدگاه قبلی ادعا می‌کند که شناخت‌های مربوط به خود و عزت نفس هیچ ارتباطی به ایجاد و کاهش ناهماهنگی شناختی ندارند. طبق این دیدگاه ناهماهنگی زمانی رخ می‌دهد که رفتار، نشان‌دهنده نوعی تخطی از معیارهای اجتماعی یا هنجاری<sup>۳</sup> باشد (نقل از منصورى سپهر، ۱۳۸۸). مفروضه اصلی این دیدگاه این است که مردم همانند کودکان یاد می‌گیرند که همیشه تطابق بین آنچه انجام می‌دهند و آنچه به اعتقاد والدین یا همسال‌هایشان درست است را مهار کنند. از آنجا که همه مردم یک فرهنگ، هنجارهای اجتماعی یکسانی برای رفتار دارند؛ افراد دارای عزت نفس بالا و پایین پس از انجام عملی ناهمخوان، به یک اندازه دچار ناهماهنگی می‌شوند و همگی برای کاهش آن برانگیخته می‌شوند (منصورى سپهر، باقریان و حیدری، ۱۳۹۰).

نظریه‌های اصلاحی که تاکنون معرفی شدند؛ به وضوح ارزیابی‌ها، تبیین‌ها و پیش‌بینی‌های کاملاً متناقضی را درباره فرایندهای ناهماهنگی انجام می‌دهند. نظریه انسجام خود، عامل اصلی بروز ناهماهنگی را نه عدم انسجام مطلق بین صرفاً دو شناخت، بلکه عدم انسجام بین خودپنداره و شناخت‌های افراد درباره رفتارشان می‌داند. این نظریه سپس ادامه می‌دهد که خودپنداره افراد مختلف با هم متفاوت است و افرادی که عزت نفس بالا دارند؛ انتظارات بالاتری هم از خودشان و هم از رفتارهایشان دارند و درست به خاطر این انتظارات بالا، هنگامی که عملی ضد نگرشی انجام می‌دهند؛ با احتمال بیشتری دچار ناهماهنگی می‌شوند (شی، زنگ و یانگ، ۲۰۱۶).

از طرف دیگر نظریه تأیید خود، عامل اصلی ناهماهنگی را نه عدم انسجام بین دو شناخت می‌داند و نه عدم انسجام بین شناخت و خودپنداره، بلکه علت آن را تهدید سیستم خود<sup>۴</sup> کلی فرد می‌داند. از این دیدگاه، اگر کسی بتواند پس از مواجهه با موقعیت ناهماهنگی‌زا، به نوعی یکپارچگی از دست رفته خود را بازیابی کند و در نتیجه سیستم خود کلی‌اش را تأیید کند؛ به راحتی می‌تواند ناهماهنگی ایجاد شده را بدون تغییر نگرش کاهش دهد. از آنجا که افراد دارای عزت نفس بالا منابع زیادی از ویژگی‌های مثبت دارند که می‌توانند با تکیه بر آنها یکپارچگی خود را تأیید کنند؛ در هنگام مواجهه با موقعیت‌های ناهماهنگی‌زا با احتمال کمتری دچار ناهماهنگی می‌شوند (هاریس، هاریس و مایلز، ۲۰۱۷). درحالی‌که این دو نظریه درباره تأثیر افکار و شناخت‌های افراد بر فرایندهای ناهماهنگی با یکدیگر همسو هستند و فقط در مورد ماهیت این اثرها یعنی برانگیزاننده یا کاهنده بودن آنها، با هم اختلاف دارند؛ نظریه سوم، نظریه عواقب آزرنده مدعی

- 
1. new look
  2. aversive consequences
  3. normative standards
  4. self-system

است که اين افکار و شناخت‌ها هيچ تأثيرى بر فرايندهاى ناهماهنگى ندارند. طبق اين نظريه، تنها چيزى که بر ايجاد و کاهش ناهماهنگى اثر دارد؛ تخطى از هنجارها و قوانين درونى شده اجتماعى است. از آنجا که اين هنجارها برآى همه افراد جامعه يکسان است؛ هر فردى خواه داراى عزت نفس بالا يا پايين باشد؛ وقتى از اين هنجارها تخطى کند؛ دچار ناهماهنگى مى‌شود و نگرش خود را تغيير مى‌دهد تا با کارى که انجام داده است؛ هماهنگ شود (منصورى سپهر، ۱۳۸۸). اگرچه برآى پيش‌بينى‌هاى که هريك از اين ديدگاه‌ها در مورد فرايندهاى ناهماهنگى انجام مى‌دهند؛ حمايت‌هاى پژوهشى منتشر شده‌اى وجود دارد؛ ولى با اطمينان مى‌توان گفت که در بين پژوهشگران درباره اينکه افکار مرتبط با خود چگونه فرايندهاى ايجاد و کاهش ناهماهنگى را تعديل مى‌کنند؛ توافق عمومى وجود ندارد (هارمون جونز و هارمون جونز، ۲۰۰۷).

از آنجا که نظريه ناهماهنگى شناختى قبل از هر چيز يک نظريه انگيزشى است؛ به‌نظر مى‌رسد دليل اين تناقض‌ها بين نظريه‌هاى اصلاحى، عدم توجه به شناسايى علت زيربنايى ناهماهنگى شناختى در پارادايم انتخاب آزاد باشد. با توجه به اينکه هسته اصلى پارادايم انتخاب آزاد، انتخاب کالا، شغل، دوست و به‌طور کلى انتخاب يک گزينه است؛ افراد به‌طور طبيعى تمايل به بهترين استفاده از گزينه انتخاب شده را دارند و در واقع دشوارى فرايند تصميم‌گيرى نيز به دليل تلاش برآى انتخاب بهترين گزينه است (آيوس-فرر و شى، ۲۰۱۵؛ رايزن و چن، ۲۰۱۰). بنابر اين آن‌ها پس از انتخاب آزادانه، متوجه مى‌شوند که گزينه انتخاب شده "بهترين" نيست، چرا که واجد برخى ويژگى‌هاى منفى و فاقد برخى ويژگى‌هاى مثبتى است که گزينه رد شده داشته است. از اين رو، برآى توجيه اين انتخاب بازگشت ناپذير<sup>۱</sup> دست به گسترش گزينه‌ها مى‌زنند تا نياز به داشتن بهترين گزينه را برطرف کنند (فيليبس، هون و لاندون، ۲۰۱۶؛ حيدرى، منصورى سپهر و باقريان، ۱۳۹۳). با توجه به اين صورت بندى، به‌نظر مى‌رسد که مى‌توان اين فرضيه را مطرح کرد که انگيزه زيربنايى در پارادايم انتخاب آزاد "گرايش به تملك بهترين گزينه" است که عدم ارضائى آن به صورت هيچان آزارنده‌اى مشابه با "پشيمانى يا نااميدى" در فرد ظاهر مى‌شود و وى را در جهت کاهش دادن ناهماهنگى از طريق تغيير نگرش نسبت به گزينه انتخاب شده و رد شده بر مى‌انگيزد. زيرا دارا بودن انگيزه متفاوت، پيامدهاى رفتارى متفاوتى را موجب مى‌شود که در سطوح مختلف قابل بررسى است (کرىمى، کاوسيان، کرامتى، عرب زاده و رمضانى، ۱۳۹۵). در صورت درست بودن اين فرضيه، مى‌توان پيش‌بينى کرد که در پارادايم انتخاب آزاد ناهماهنگى فقط زمانى رخ خواهد داد که نتايج انتخاب بازگشت ناپذير باشد و اگر نتايج آن بازگشت پذير<sup>۲</sup> باشد؛ ناهماهنگى رخ نمى‌دهد. چرا که در اين صورت افراد قادر خواهند بود؛ به راحتى به گزينه

1. irreversible
2. reversible

رد شده بازگردند و "گرایش به تملک بهترین گزینه" را ارضا کنند. بنابراین مساله اصلی پژوهش حاضر اثر بازگشت پذیری نتیجه انتخاب بر تغییر نگرش است.

پرداختن به این مساله پژوهشی از این لحاظ حائز اهمیت و ضرورت است که به‌رغم گذشت بیش از نیم قرن از ارائه نظریه ناهماهنگی شناختی و ارائه چندین نظریه مکمل و انجام پژوهش‌های بنیادی و کاربردی فراوان در این حوزه، هنوز دیدگاه مشترکی بین نظریه‌پردازان و پژوهشگران در مورد شرایط بهینه تغییر نگرش از طریق ناهماهنگی شناختی وجود ندارد. به‌علاوه، پژوهش‌های انجام شده در این حوزه توجه چندانی به تفاوت پارادایم‌ها در ایجاد ناهماهنگی و تغییر نگرش نکرده‌اند و به مطالعه اختصاصی در مورد انگیزه تغییر نگرش در پارادایم‌ها نپرداخته‌اند. با اینکه نظریه ناهماهنگی شناختی، در اصل ماهیتی انگیزشی دارد؛ روند پژوهش‌ها آنچنان که لازم است به روشن‌تر شدن زیربنای انگیزشی تغییر نگرش در این نظریه کمکی نمی‌کند. از این رو، انجام پژوهشی برای شناخت انگیزه‌های زیربنایی تغییر نگرش در نظریه ناهماهنگی شناختی ضروری است. به همین جهت پژوهش حاضر برای پاسخگویی به سؤال‌های زیر انجام شد.

۱. آیا سطح انتخاب در تغییر نگرش به گزینه انتخاب شده اثر دارد؟

۲. آیا نوع انتخاب در تغییر نگرش به گزینه انتخاب شده اثر دارد؟

۳. آیا تعامل سطح انتخاب و نوع انتخاب در تغییر نگرش به گزینه انتخاب شده اثر دارد؟

## روش

این پژوهش از نوع شبه آزمایشی در قالب طرح‌های بین آزمودنی تعاملی ۴ گروهی با پیش‌آزمون، پس‌آزمون و گروه گواه بود. جامعه آماری پژوهش همه دانشجویان کارشناسی مشغول به تحصیل دانشکده روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ به تعداد ۶۵۰ نفر بود. اگرچه به دلیل احتمال آشنایی دانشجویان روان‌شناسی با مباحث روان‌شناختی، به‌طور معمول این پژوهش‌ها کمتر در مورد آن‌ها انجام می‌شود؛ اما در پژوهش حاضر با اعمال برخی ملاک‌های ورود و خروج، احتمال ایجاد سوگیری تا حد زیادی از میان برداشته شد و با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس از میان جامعه آماری یادشده ۶۰ دانشجو از بین دانشجویانی که در ساعت‌های کاری به آزمایشگاه روان‌شناسی مراجعه می‌کردند؛ از دانشجویان داوطلب و در دسترس اقدام به نمونه‌گیری شد. منطبق تعیین حجم نمونه بر اساس پیشنهاد دلاور (۱۳۹۶) حضور حداقل ۱۵ نفر در هر گروه آزمایشی بود. آزمودنی‌ها در دو گروه انتخاب آسان ۳۰ نفری و دو گروه انتخاب دشوار ۳۰ نفری جایگذاری شدند. گروه‌های انتخاب آسان بر اساس پیش‌بینی‌های نظریه اصلی و نیز بر اساس پژوهش‌های پیشین که در مقدمه اشاره شد؛ به‌عنوان گروه‌های گواه در نظر گرفته شدند؛ زیرا به دلیل فاصله مطلوبیت بین دو گزینه ارائه شده برای انتخاب انتظار تغییر نگرش وجود نداشت.



هر يك از اين دو گروه ۳۰ نفره نيز از نظر سن و جنس هم‌تاسازى و به دو گروه ۱۵ نفرى انتخاب بازگشت پذير و انتخاب بازگشت ناپذير تقسيم شدند. ملاك‌هاى ورود به پژوهش عبارت از تحصيل در رشته روان‌شناسى دانشگاه شهيد بهشتى، تحصيل در مقطع كارشناسى و عدم گذراندن واحدهاى درسى مرتبط با آزمون‌هاى روان‌شناختى بود. ملاك خروج از پژوهش نيز حصول اطمينان از رخ دادن انتشار آمايشى و عدم اتمام همه مراحل آمايشى در مدت زمان پيش‌بينى شده و طولانى شدن فرايند اعمال مداخله آمايشى يعنى فرايند انتخاب گزينه‌ها به هر دليل بود.

## ابزارهاى پژوهش

۱. پرسشنامه جمعيت‌شناختى. اين پرسشنامه شامل سوال‌هاى در ارتباط با سن، جنس، رشته تحصيلى، مقطع تحصيلى و وضعيت تاهل دانشجويان بود.

۲. نگرش سنج پژوهشگر ساخته. اين پرسشنامه پژوهشگر ساخته توسط حيدرى، منصورى و باقريان (۱۳۹۳) به‌طور اختصاصى بر اساس پژوهش‌هاى پيشين طراحى و ساخته شده است. اندازه وابسته در آمايش اين پژوهش كه ميزان تغيير نگرش بود؛ از طريق محاسبه تفاضل نمره آزمودنى‌ها در پيش آزمون و پس آزمون در اين نگرش سنج به‌دست آمد. استفاده از نگرش سنج پژوهشگر ساخته در پژوهش‌هاى مربوط به نگرش، به‌دليل تفاوت پژوهش‌ها در موضوع نگرش است كه استفاده از نگرش سنج‌هاى مشابه و آماده را ناممكن مى‌سازد. اين نگرش سنج شامل ارزيايى مطلوبيت ۸ گزينه است كه آزمودنى بر اساس مقياسى از ۱= بسيار كسل‌كننده تا ۱۰= بسيار جذاب به آن‌ها پاسخ مى‌دهد. در واقع ارزيايى آزمودنى‌ها از ميزان مطلوبيت هريك از گزينه‌هاى كه بررسى مى‌كنند، به‌عنوان نگرش آن‌ها نسبت به آن گزينه در نظر گرفته مى‌شود. در اين پژوهش آزمودنى‌ها از طريق خواندن توضيحات مفصل درباره هريك از ۸ آزمون روان‌شناسى با ويژگى‌ها، مدت زمان، ويژگى‌هاى مورد سنجش هر آزمون، مزايا و معايب هر آزمون آشنا شدند. به‌دليل تك سوالى بودن نگرش سنج، امكان محاسبه آلفاى كرونباخ وجود نداشت. اما روايى محتواى آن از طريق ارزيايى پنج نفر از متخصصان حوزه روان‌شناسى اجتماعى و سنجش نگرش تأييد شد.

شيوه اجرا. آزمودنى‌ها به‌طور تصادفى طبق جدول ۱ به دو گروه انتخاب آسان به‌عنوان گروه گواه و انتخاب دشوار به‌عنوان گروه آمايش و هر گروه نيز به دو گروه انتخاب بازگشت پذير و انتخاب بازگشت ناپذير تقسيم شدند. سپس آزمودنى‌هاى هر ۴ گروه به‌صورت انفرادى در محل آمايشگاه روان‌شناسى دانشكده در ساعت‌هاى كارى آمايشگاه حضور يافتند و به تصادف در يكي از گروه‌ها جاگزين شدند. پس از كسب رضايتم‌آموزى آزمودنى‌ها، به منظور پنهان نگاه‌داشتن هدف اصلى آمايش، به همه آن‌ها گفته شد كه چندين آزمون روان‌شناختى براى آن‌ها آماده شده است و آن‌ها

جدول ۱. روش گروه‌بندی و تعداد افراد در هر گروه

گروه	سطح انتخاب	نوع انتخاب
بازگشت ناپذیر	بازگشت پذیر	بازگشت ناپذیر
گواه	آسان	۱۵ نفر
آزمایشی	دشوار	۱۵ نفر

طبق جدول ۱ از تعامل دو متغیر سطح انتخاب آسان و دشوار و نوع انتخاب بازگشت پذیر و بازگشت ناپذیر، ۴ گروه ایجاد شد که اثر تعاملی این دو متغیر، پاسخگوی مساله اصلی آزمایش بود.

به دلیل کمبود وقت، فقط می‌توانند به انتخاب خود در یکی از آن‌ها شرکت کنند. سپس بسته‌های متشکل از ۸ برگه به آن‌ها داده شد که در هر برگه توضیح‌هایی راجع به فرایند انجام، ویژگی‌های مورد سنجش، مزایا و معایب یک آزمون روان‌شناختی ارائه شده بود. این ۸ آزمون شامل آزمون کارت‌های ویسکانسین، آزمون هوشی و کسلر، آزمون شخصیتی مینه سوتا، آزمون دیداری-حرکتی بندر گشتالت، آزمون اشکال پیچیده آندره ری، آزمون هوشی استانفورد، آزمون شخصیتی کتل و آزمون مفهوم سازی ویگوتسکی بود. از این آزمون‌ها فقط به مثابه گزینه‌ها، کالاها و خدماتی برای ارزیابی مطلوبیت توسط آزمودنی‌ها به منظور قرار گرفتن در شرایط انتخاب آزاد استفاده شد بنابراین هیچ‌یک از آن‌ها به‌عنوان ابزار پژوهشی در پژوهش حاضر محسوب نشد. آزمودنی‌ها بدون محدودیت زمانی توضیح‌ها را خواندند و به سوال‌های بیشتری که راجع به آزمون‌ها داشتند؛ پاسخ دادند. در این مرحله، آزمودنی‌ها در شرایط بررسی این ۸ آزمون روان‌شناختی به‌عنوان خدمات یا گزینه‌هایی برای انتخاب قرار گرفتند تا با ویژگی‌های مختلف و مزایا و معایب آن‌ها آشنا شوند. در مرحله بعدی نگرش آن‌ها به هر آزمون سنجیده شد و این آزمون‌ها به هیچ عنوان جزو ابزارهای پژوهش حاضر در نظر گرفته نشد و نتایج آن‌ها ارتباطی با مساله پژوهش حاضر نداشت. سپس برگه‌ای دیگر به آن‌ها داده شد که می‌بایست در آن جذابیت هریک از آن ۸ آزمون روان‌شناختی را ارزیابی می‌کردند. در این مرحله ارزیابی‌های آن‌ها از آزمون‌ها بررسی و دو مورد انتخاب و به آن‌ها گفته شد که به دلیل آماده نبودن ابزارهای برخی آزمون‌ها آن‌ها می‌بایست یکی از آن دو را برای اجرا انتخاب کنند. اما در واقع این دو آزمون بر مبنای قرار داشتن آزمودنی‌ها در گروه گواه یا آزمایش مشخص شد. به این ترتیب که برای گروه گواه، یکی از این دو آزمون همواره آزمونی بود که طبق ارزیابی هر آزمودنی از جذابیت بالایی برای او برخوردار بود و آزمون دیگر انتخاب آسان بود که جذابیت پایینی داشت. اما برای گروه آزمایش همواره دو آزمون انتخاب دشوار که به نسبت جذاب بود و جذابیت یکسان یا نزدیک به هم داشت؛ پیشنهاد شد. مداخله مرتبط با سؤال پژوهش نیز به این صورت اعمال شد که به آزمودنی‌های گروه انتخاب بازگشت پذیر اطمینان داده شد که آن‌ها پس از انتخاب آزمون مدنظر و شروع آن می‌توانند در صورت پشیمانی انتخاب خود را عوض

کند و به آزمون ديگر بپردازند؛ اما به آزمودنی‌های گروه انتخاب بازگشت ناپذير گفته شد که آن‌ها فقط یک بار می‌توانند انتخاب کنند و پس از انتخاب آزمون فقط در آن آزمون شرکت خواهند کرد. آزمودنی‌ها بدون محدودیت زمانی یکی از آن دو را انتخاب کردند و در صورت لزوم می‌توانستند توضیحات مربوط به هر یک را دوباره مطالعه کنند یا سوال‌هایی بپرسند. پس از انتخاب آزمون، به منظور انحراف توجه، پرسشنامه جمعیت شناختی در اختیار آن‌ها قرار گرفت تا آن را تکمیل کنند. در این حین آزمایشگر محل آزمایشگاه را در ظاهر برای آماده کردن ابزار آزمون انتخاب شده ترک کرد. پس از دقایقی همکار آزمایشگر وارد شد و پس از حصول اطمینان از اتمام پرسشنامه جمعیت شناختی توسط آزمودنی، ادعا کرد که با هدف آماده سازی تکلیف کلاسی، در حال نظرسنجی از دانشجویان درباره آزمایش‌ها و آزمون‌های روان‌شناختی است و از آزمودنی می‌خواست که به چند سؤال درباره مطلوبیت کلی آزمون‌های روان‌شناسی پاسخ دهد؛ سپس برگه‌ای حاوی عناوین چند آزمون و آزمایش روان‌شناسی برای ارزیابی در اختیار وی گذاشت که دو مورد از آن‌ها همان آزمودنی‌هایی بود که آزمودنی یکی از آن دو را برای اجرا انتخاب کرده بود. این ارزیابی نیز بر مبنای مقیاس ۱۰ درجه‌ای در پیش آزمون اجرا شد. پس از اخذ نمره‌های پس آزمون آزمایشگر وارد شد و آزمون انتخاب شده را با آزمودنی اجرا کرد که نتیجه آن ارتباطی با اندازه‌های وابسته مد نظر در این سؤال پژوهشی نداشت. پس از پایان آزمون برای رعایت موازین اخلاقی پژوهش، آدرس الکترونیکی آزمودنی گرفته شد و در فرصت مقتضی توضیحات کاملی درباره هدف اصلی آزمایش به همراه تفسیر آزمون که در آن شرکت کرده بود؛ به‌عنوان سپاسگزاری برای وی ارسال شد. با به دست آوردن تفاضل پیش آزمون‌ها از پس آزمون‌ها، میزان تغییر نگرش برای همه آزمودنی‌ها در همه گروه‌ها محاسبه و با روش تحلیل واریانس عاملی تحلیل شد. داده‌های ۶ نفر از آزمودنی‌ها شامل ۴ مرد و ۲ زن با میانگین سنی ۲۰/۴ سال، به‌دلیل ناقص و مخدوش بودن پرسشنامه‌های آن‌ها از تحلیل کنار گذاشته شد و داده‌های ۵۴ آزمودنی تحلیل نهایی شد. به این صورت که در گروه انتخاب آسان و بازگشت پذیر ۱۲ نفر، گروه انتخاب آسان بازگشت ناپذیر ۱۴ نفر، گروه انتخاب دشوار و بازگشت پذیر ۱۳ نفر و در گروه انتخاب دشوار بازگشت ناپذیر ۱۵ نفر باقی ماند. داده‌ها نیز با روش تحلیل واریانس عاملی تحلیل شد.

### یافته‌ها

۲۶ نفر از آزمودنی‌ها مرد و ۲۸ نفر زن با میانگین سنی کل ۲۰/۵ سال و انحراف معیار ۱/۹ سال بود. میانگین و انحراف معیار سن گروه انتخاب آسان و بازگشت پذیر به ترتیب عبارت از ۲۰/۵ و ۱/۶ سال، گروه انتخاب آسان و بازگشت ناپذیر ۲۰/۲ و ۲ سال، گروه انتخاب دشوار و بازگشت پذیر

انتر بازگشت پذیری انتخاب بر تغییر نگرش در ناهماهنگی شناختی ...

۲۰/۴ و ۲/۲ سال و گروه انتخاب دشوار و بازگشت ناپذیر ۲۰/۸ و ۱/۸ سال بود. همه آزمودنی‌ها در مقطع کارشناسی روان‌شناسی در حال تحصیل و ۱۴ نفر از آن‌ها متأهل و ۴۰ نفر مجرد بودند. از نظر شغلی ۲ نفر شغل تمام وقت، ۱۵ نفر شغل پاره وقت داشتند و ۳۷ نفر شغلی نداشتند.

### جدول ۲. میانگین و انحراف معیار نمره‌های پیش آزمون، پس آزمون و شاخص تغییر نگرش به تفکیک گروه‌ها و نوبت ارزیابی

سطح انتخاب	نوع انتخاب	پیش آزمون		پس آزمون		تغییر نگرش	
		میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
	بازگشت پذیر	۷/۱۶	۰/۷۱	۷/۱۶	۰/۹۳	۰	۱/۱۲
آسان	بازگشت ناپذیر	۶/۷۸	۰/۸	۷	۱/۳۵	۰/۲۱	۱/۰۵
	کل	۶/۹۶	۰/۷۷	۷/۰۷	۱/۱۶	۰/۱۱	۱/۰۷
	بازگشت پذیر	۶/۸۴	۰/۸	۵/۶۱	۰/۹۶	-۱/۲۳	۱/۰۹
دشوار	بازگشت ناپذیر	۷	۰/۸۴	۹/۱۳	۰/۷۴	۲/۱۳	۰/۹۹
	کل	۶/۹۲	۰/۸۱	۷/۵	۱/۹۷	۰/۵۷	۱/۹۸
	بازگشت پذیر	۷	۰/۷۶	۶/۳۶	۱/۲۲	-۰/۶۴	۱/۲۵
کل	بازگشت ناپذیر	۶/۸۹	۰/۸۱	۸/۱	۱/۵۲	۱/۲	۱/۳۹
	کل	۶/۹۴	۰/۷۸	۷/۲۹	۱/۶۳	۰/۳۵	۱/۶۱

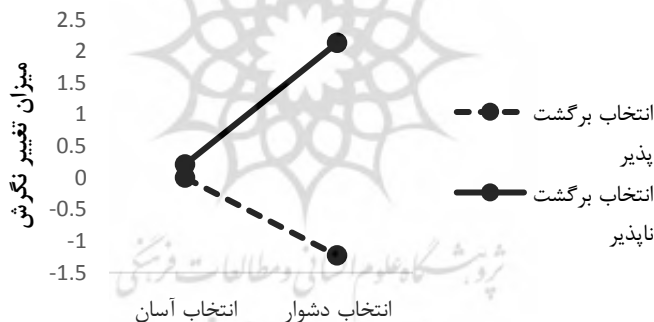
در جدول ۲ مشاهده می‌شود که در گروه انتخاب دشوار بازگشت ناپذیر تغییر نگرش برابر با ۲/۱۳ و در گروه انتخاب دشوار بازگشت پذیر تغییر نگرش برابر با ۱/۲۳- بوده است. گروه انتخاب آسان بازگشت پذیر تغییر نگرش نداشته‌اند و در گروه انتخاب آسان بازگشت ناپذیر تغییر نگرش برابر با ۰/۲۱ بوده است. مفروضه توزیع طبیعی داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف حاکی از برقراری این مفروضه بود ( $Z = ۰/۹۵$ ,  $P = ۰/۳۳$ ) و مفروضه همگنی واریانس‌های خطا با استفاده از آزمون لوین نیز نشان داد این مفروضه برقرار است ( $F = ۰/۱۳$ ,  $P = ۰/۹۴$ ).

### جدول ۳. نتایج تحلیل واریانس عاملی برای بررسی اثر سطح و نوع انتخاب بر تغییر نگرش

منبع	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	مجذورات
سطح انتخاب	۱/۵۸	۱	۱/۵۸	۱/۴	۰/۰۲
نوع انتخاب	۴۲/۹۱	۱	۴۲/۹۱	۳۸**	۰/۴۳
سطح انتخاب × نوع انتخاب	۳۳/۲۵	۱	۳۳/۲۵	۲۹/۴۸**	۰/۳۷
خطا	۵۶/۳۹	۵۰	۱/۱۲		
کل	۱۴۵	۵۴			

\* $P < ۰/۰۵$  \*\* $P < ۰/۰۱$

با توجه به جدول ۳ مشخص می‌شود که اثر اصلی سطح انتخاب آسان و دشوار، بر تغییر نگرش معنادار نیست ( $P= ۰/۲۴$ ). بنابراین در پاسخ به سؤال اول پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که سطح انتخاب در تغییر نگرش اثر ندارد. مجذور اتای ناچیز این متغیر که برابر با  $۰/۰۲$  است؛ نیز تأیید کننده نقش ناچیز اثر اصلی سطح انتخاب در تغییر نگرش است. اما اثر اصلی نوع انتخاب بازگشت پذیر و بازگشت ناپذیر در تغییر نگرش معنادار است ( $P= ۰/۰۰۰۱$ ). از این رو در پاسخ به سؤال دوم پژوهش نتیجه می‌شود که نوع انتخاب در تغییر نگرش اثر دارد. به این ترتیب که در انتخاب بازگشت ناپذیر تغییر نگرش به گزینه انتخاب شده مثبت‌تر و در انتخاب بازگشت پذیر تغییر نگرش به گزینه انتخاب شده منفی‌تر شده است. مجذور اتای این متغیر نیز نشان می‌دهد که ۴۳ درصد از واریانس تغییر نگرش را می‌توان توسط اثر اصلی نوع انتخاب تبیین کرد. اثر تعاملی سطح و نوع انتخاب که مهم‌ترین منبع تغییرات برای پاسخ به مساله اصلی این پژوهش بود؛ بر تغییر نگرش معنادار است ( $P= ۰/۰۰۰۱$ ) که حاکی از این است که این دو متغیر اثر یکدیگر را بر تغییر نگرش تعدیل می‌کنند. مقدار مجذور اتا هم حاکی از تبیین ۳۷ درصدی واریانس تغییر نگرش توسط اثر تعاملی سطح و نوع انتخاب است. نمودار ۱ این اثر تعاملی را به نمایش گذاشته است.



نمودار ۱. اثر تعاملی سطح و نوع انتخاب بر تغییر نگرش

طبق نمودار ۱ در گروه‌های انتخاب آسان تفاوت چندانی بین انتخاب بازگشت پذیر و بازگشت ناپذیر در تغییر نگرش رخ نداده است و هر دو گروه تقریباً هیچ تغییر نگرشی نداشته‌اند. اما در گروه‌های انتخاب دشوار و گروه انتخاب بازگشت ناپذیر، تغییر نگرش مثبتی نسبت به گزینه انتخاب شده ایجاد شده است؛ درحالی‌که در گروه انتخاب بازگشت پذیر تغییر نگرش منفی نسبت به گزینه انتخاب شده به وجود آمده است. به این ترتیب در پاسخ به سؤال سوم پژوهش نتیجه می‌شود که اثر تعاملی سطح انتخاب و نوع انتخاب در پارادایم انتخاب آزاد در تغییر نگرش تأثیر دارد. به این

صورت که اگر در شرایط انتخاب دشوار، انتخاب بازگشت پذیر باشد؛ نگرش افراد نسبت به گزینه‌ای که انتخاب کرده‌اند؛ منفی می‌شود؛ اما اگر انتخاب بازگشت ناپذیر باشد؛ نگرش آن‌ها به چیزی که انتخاب کرده‌اند؛ مثبت می‌شود.

### بحث و نتیجه گیری

نتایج آزمون سؤال اول پژوهش حاضر نشان داد که به‌طور کلی سطح انتخاب در تغییر نگرش اثر ندارد. این نتیجه همسو با نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۳) است که نشان دادند در پارادایم انتخاب آزاد، عاملی که بر تغییر نگرش اثر دارد سطح انتخاب نیست؛ بلکه نقش مؤثر داشتن یا نداشتن خود فرد در انتخاب است که بر تغییر نگرش اثر دارد. یعنی صرف اینکه انتخاب آسان یا دشوار باشد؛ انگیزه‌ای برای بهتر دیدن گزینه انتخاب شده ایجاد نمی‌کند. این نتایج با پژوهش‌های اولیه فستینگر (۱۹۵۷) درباره پارادایم انتخاب آزاد نیز همسو است.

نتایج تحلیل‌های آماری داده‌های گردآوری شده در چارچوب پارادایم انتخاب آزاد برای آزمون سؤال دوم و سوم پژوهش نشان داد که هم اثر اصلی نوع انتخاب و هم اثر تعاملی آن با سطح انتخاب بر تغییر نگرش اثر دارد. گروه‌های دارای انتخاب آسان چه گروه انتخاب بازگشت پذیر و چه گروه انتخاب بازگشت ناپذیر، تغییر نگرش چندانی نسبت به گزینه انتخاب شده نشان ندادند. زیرا داشتن انتخاب آسان ناهماهنگی شناختی بزرگی ایجاد نمی‌کند و افراد در این شرایط انتخاب دشواری ندارند که مزایا و معایب نزدیک به هم داشته باشد (آیوس-فر و شی، ۲۰۱۵). از این رو نگرش آن‌ها به چیزی که انتخاب کرده‌اند و بر اساس ترتیب‌های داده شده مطلوبیت بسیار بالاتری نسبت به گزینه رد شده داشته؛ تغییر چندانی پس از وقوع انتخاب نداشته است. اما در گروه‌های دارای انتخاب دشوار که بر اساس پیش‌بینی‌های نظریه اصلی ناهماهنگی شناختی فستینگر (۱۹۵۷) ناهماهنگی شناختی زیادی در آن‌ها ایجاد می‌شود؛ تنها در گروهی تغییر نگرش مثبت به گزینه انتخاب شده ایجاد شد که به افراد حاضر در آن گروه گفته شده بود پس از انتخاب، نخواهند توانست گزینه انتخاب شده را تعویض کنند و انتخاب آن‌ها بازگشت ناپذیر است. این در حالی است که گروه دارای انتخاب بازگشت پذیر که به آن‌ها اطمینان داده شده بود پس از انتخاب گزینه و در صورت پشیمانی از انتخاب می‌توانند انتخاب خود را تعویض کنند؛ تغییر نگرش منفی نسبت به گزینه انتخاب شده ایجاد شد.

این نتیجه نشان می‌دهد که در شرایط ایجاد ناهماهنگی شناختی که از پژوهش‌های پیشین استخراج شده است؛ یعنی ادراک آزادانه بودن انتخاب رفتار، توجیه خارجی اندک و در پی داشتن تعهد، از نکته مهمی غفلت ورزیده‌اند. این نکته عبارت از این است که رفتار فرد در این پارادایم

يعنى انتخاب بين دو گزينه، مى بايست بازگشت ناپذير باشد. زيرا اگر فرد در حين انجام رفتار ناهماهنگ به اين نکته واقف باشد كه پس از انتخاب هم فرصت تعويض و يا بازگشت انتخاب را خواهد داشت؛ مانع از ايجاد ناهماهنگى شناختى خواهد شد. ناهماهنگى شناختى فقط زمانى به معنى واقعى كلمه رخ خواهد داد و منجر به تغيير نگرش خواهد شد كه به عنوان رفتارى درك شود كه قابل بازگشت و قابل جبران نيست.

در پاراداييم انتخاب آزاد فرض بر اين است كه وقتى تصميمى اتخاذ مى شود؛ احتمال بروز ناهماهنگى وجود دارد. وقتى شخص تصميمى مى گيرد؛ هريك از جنبه هاى منفى گزينه انتخاب شده و هريك از جنبه هاى مثبت گزينه رديده ناهماهنگ با تصميمى است كه اتخاذ شده است. در مقابل، هريك از جنبه هاى مثبت گزينه انتخاب شده و هريك از جنبه هاى منفى گزينه رد شده هماهنگ با تصميمى است كه اتخاذ شده است؛ هر چه تصميم دشوارتر باشد ناهماهنگى متعاقب آن شديدتر است؛ زيرا پس از تصميم هاى دشوارتر، شناخت هاى ناهماهنگ بيشترى وجود دارد. ناهماهنگى پس از تصميم مى تواند با کاهش دادن جنبه هاى منفى گزينه انتخاب شده يا جنبه هاى مثبت گزينه رديده و يا با افزودن جنبه هاى مثبت به گزينه انتخاب شده يا جنبه هاى منفى به گزينه رد شده کاهش يابد (كىمل و همكاران، ۲۰۱۵؛ فيليپس و همكاران، ۲۰۱۶؛ ليانگ، ۲۰۱۶). نتايج پژوهش حاضر با اين صورت بندى نظريه اوليه از پاراداييم انتخاب آزاد هماهنگ نيست؛ زيرا در اين پژوهش مشخص شد كه بازگشت پذيرى انتخاب مى تواند اثر خود انتخاب بر تغيير نگرش را تعديل كند. به عبارت ديگر پيش بينى هاى نظريه ناهماهنگى شناختى در شرايطى درست است كه انتخاب از نوع بازگشت ناپذير باشد. به اين ترتيب با توجه به اينكه اگر انتخاب بازگشت پذير باشد ناهماهنگى شناختى و تغيير نگرش رخ نمى دهد؛ مى توان نتيجه گرفت كه انگيزه زيربنايى تغيير نگرش در پاراداييم انتخاب آزاد چيزى به جز عدم انسجام بين دو شناخت، آنطور كه فستينگر (۱۹۵۷) مطرح کرده بود و ناهمخوانى بين رفتار و خودپنداره، آنطور كه ارونسون و كارل اسميت (۱۹۶۲) مطرح کرده بود؛ است (لاورژن و پليتيير، ۲۰۱۶؛ هوديس، تاپت، هوديس، هوديس و اسكورناواچا، ۲۰۱۶). بلكه با توجه به شرايطى كه در اين آزمايش تغيير نگرش رخ داد؛ يعنى زمانى كه انتخاب بازگشت ناپذير بود و افراد مى دانستند اگر انتخاب كردند ديگر نمى توانند آن را عوض كنند و شرايطى كه تغيير نگرش رخ نداد؛ يعنى زمانى كه افراد بابت اينكه پس از انتخاب هم مى توانند آن را عوض كنند؛ مى توان نتيجه گرفت كه انگيزه اصلى براى ناهماهنگى شناختى در پاراداييم انتخاب آزاد "گرايش به تملك بهترين گزينه" است كه تخطى از آن منجر به هيجان ناخوشايندى مانند پشيمانى و نااميدى مى شود كه فرد را واردار به تغيير نگرش مى كند (حيدرى، منصورى و باقريان، ۱۳۹۳).

انتر بازگشت پذیری انتخاب بر تغییر نگرش در ناهماهنگی شناختی ...

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر این بود که آزمایش فقط در یک پارادایم انجام شد. درحالی‌که ناهماهنگی شناختی در چند پارادایم متفاوت رخ می‌دهد و فرایند ایجاد و کاهش ناهماهنگی در هریک از این پارادایم‌ها می‌تواند متفاوت باشد. این امر می‌تواند ناشی از انگیزه‌های متفاوت در هر پارادایم برای ناهماهنگی باشد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی علاوه بر نوع انتخاب، موضوع انتخاب را نیز مطالعه کنند. از نظر کاربردی، بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان به فروشندگان کالا یا خدمات پیشنهاد کرد که مسیر تعویض کالای انتخاب شده را به‌طور کامل هموار ن سازند؛ زیرا این کار باعث می‌شود که نکات منفی گزینه انتخاب شده در ذهن خریداران برجسته شود و برای مدت بیشتری باقی بماند که نتیجه آن همواره تعویض کالا نیست و ممکن است موجب پشیمانی کامل خریدار شود. به‌علاوه پیشنهاد می‌شود که گزینه‌هایی که به‌طور هم‌زمان به خریداران پیشنهاد می‌شود به شیوه‌ای مرتب شود که شرایط تصمیم‌گیری دشواری را برای آن‌ها پدید نیاورد؛ زیرا در این شرایط ناهماهنگی به بالاترین حد می‌رسد و با هیجان‌های آزارنده‌ای مثل تنفر و خشم و پشیمانی همراه می‌شود. بنابراین بهتر است ارائه گزینه‌ها به‌گونه‌ای باشد که شرایط به نسبت آسانی برای تصمیم‌گیری فراهم کند.

## سپاسگزاری

از همه دانشجویانی که در این پژوهش شرکت نمودند؛ قدردانی می‌شود. این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول در رشته روان‌شناسی است.

## منابع

حیدری، محمود، منصورى سپهر، روح الله، و باقریان، فاطمه. (۱۳۹۳). ناهماهنگی شناختی: اثر "درگیری خود" بر تغییر نگرش در پارادایم‌های مختلف. *فصلنامه روان‌شناسی*، ۱۸ (۱ پیاپی ۶۹): ۴۳-۲۵.

دلاور، علی. (۱۳۹۶). *روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی*. تهران: نشر ویرایش. کرمی، کامبیز، کاوسیان، جواد، کرامتی، هادی، عرب زاده، مهدی، و رمضانی، ولی‌اله. (۱۳۹۵). الگوی ساختاری کمال‌گرایی، انگیزش تحصیلی و بهزیستی روان‌شناختی در دانش‌آموزان دبیرستانی. *فصلنامه روان‌شناسی کاربردی*، ۱۰ (۳ پیاپی ۳۹): ۳۲۷-۳۱۱.

منصورى سپهر، روح الله. (۱۳۸۸). *ناماهنگی شناختی و تغییر نگرش؛ تأثیر خود‌ساندای مرتبط در تعامل با عزت نفس: آزمون الگوی "SSM"*. پایان نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی.



منصورى سپهر، روح الله، باقريان، فاطمه، و حيدرى، محمود. (۱۳۹۰). ناهماهنگى شناختى و تغيير نگرش: نقش معيارهاى مختلف در تعامل با عزت نفس. *فصلنامه روان شناسى کاربردى*، ۱۵(۱) پيايى ۱۷: ۱۱۶-۱۰۱.

منصورى سپهر، روح الله، خداپناهى، محمد كريم، و حيدرى، محمود. (۱۳۸۸). تغيير بازخورد: مقايسه نظريه هاى انسجام خود و تأييد خود. *فصلنامه روان شناسى تحولى (روان شناسان ايرانى)*، ۲(۲) پيايى ۲۲: ۱۳۹-۱۲۹.

منصورى سپهر، روح الله، خداپناهى، محمد كريم، حيدرى، محمود. (۱۳۹۱). ناهماهنگى شناختى: تأثير تمرکز بر خود بر تعديل کنندگى عزت نفس در تغيير نگرش. *فصلنامه روان شناسى کاربردى*، ۲(۲) پيايى ۲۲: ۴۰-۲۵.

## References

- Aios-Ferrer, C., & Shi, F. (2015). Choice-induced preference change and the free-choice paradigm: A clarification. *Judgment & Decision Making*, 10(1): 34-49.
- Aronson, E., & Carlsmith, J. M. (1962). Performance expectancy as a determinant of actual performance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 17(1): 178° 182.
- Cooper, J. (1992). Dissonance and the return of the self-concept. *Psychological Inquiry*, 3(4): 320° 323.
- Cooper, J. (2007). *Cognitive dissonance: fifty years of a classic theory*. Los Angeles: Sage publications.
- Danielsson, M., & Bengtsson, H. (2016). Global self-esteem and the processing of positive information about the self. *Personality and Individual Differences*, 99(1): 325-330.
- Dillard, J. & Pfau, M. (2002). *The persuasion handbook: Developments in theory and practice*. USA: Sage Publications, Inc.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Fointiat, V., & Pelt, A. (2015). Do I know what I am doing? Cognitive dissonance and action identification theory. *The Spanish journal of psychology*, 18(5): 1-6.
- Harmon-Jones, E., & Harmon-Jones, C. (2007). Cognitive dissonance theory after 50 years of development. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38(1): 7-16.
- Harris, P., Harris, P. R., & Miles, E. (2017). Self-affirmation improves performance on tasks related to executive functioning. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70(1): 281-285.
- Hodis, F. A., Tait, C., Hodis, G. M., Hodis, M. A., & Scornavacca, E. (2016). Analyzing student motivation at the confluence of achievement goals and their underlying reasons: an investigation of goal complexes. *Social Psychology of Education*, 19(3): 643-660.

- Kimel, S. Y., Lopez-Duran, N., & Kitayama, S. (2015). Physiological correlates of choice-induced dissonance: An exploration of HPA-axis responses. *Journal of Behavioral Decision Making*, 28(4): 309-316.
- Kroesen, M., Handy, S., & Chorus, C. (2017). Do attitudes cause behavior or vice versa? An alternative conceptualization of the attitude-behavior relationship in travel behavior modeling. *Transportation Research Part*, 101(1): 190-202.
- Lavergne, K. J., & Pelletier, L. G. (2016). Why are attitude° behavior inconsistencies uncomfortable? Using motivational theories to explore individual differences in dissonance arousal and motivation to compensate. *Motivation and Emotion*, 40(6): 842-861.
- Liang, Y. J. (2016). Reading to make a decision or to reduce cognitive dissonance. The effect of selecting and reading online reviews from a post-decision context. *Computers in Human Behavior*, 64(1): 463-471.
- Morvan, C., & O'Connor, A. J. (2017). *An analysis of Leon Festinger's theory of cognitive dissonance*. London: Macat International Ltd.
- Phillips, J. G., Hoon, T., & London, J. (2016). Dynamic selective exposure during decision-making. *The Journal of General Psychology*, 143(4): 239-253.
- Raymond, E. M. (2011). *A sexual assault prevention program for men based on cognitive dissonance theory*. University of Wyoming.
- Risen, J. L., & Chen, M. K. (2010). How to study choice-induced attitude change: strategies for fixing the free-choice paradigm. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(12): 1151-1164.
- She, P., Zeng, H., & Yang, B. (2016). Effect of self-consistency group intervention for adolescents with schizophrenia: An inpatient randomized controlled trial. *Journal of Psychiatric Research*, 73(1): 63-70.
- Shultz, T., Leveille, E., & Lepper, M. (1999). Free choice and cognitive dissonance revisited choosing "lesser evils" versus "greater goods". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(1): 40-48.
- Steele, C. M., Spencer, S. J., & Lynch, M. (1993). Dissonance and affirmational resources: Resilience against self-image threats. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(6): 885° 896.
- Yardley, I. (2016). *Cognitive dissonance: Conservation of the circle*. Create Space Independent Publishing Platform.

\*\*\*

### پرسشنامه سنجش نگرش پژوهشگر ساخته حيدرى، منصورى و باقريان (۱۳۹۳)

در جدول زير عناوين آزمون‌هاى روان‌شناختى ارائه شده است كه شما در مرحله قبل توضيحاتى را درباره آن‌ها مطالعه كرديد. با توجه به توضيح‌هاى مذكور بر اساس مقياسى از بسيار كسل‌كننده = ۰ تا بسيار جذاب = ۱۰ مشخص كنيد كه اين آزمون‌ها تا چه حد براى شما داراى مطلوبيت است.

۱	آزمون كارت‌هاى ويسكانسين	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۲	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۳	آزمون هوشى وكسلر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۴	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۵	آزمون شخصيتى مينه سوتا	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۶	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۷	آزمون ديدارى حركتى بندر گشتالت	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۸	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۹	آزمون اشكال پيچيده آندره رى	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۰	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۱	آزمون هوشى استنفورد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۲	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۳	آزمون شخصيتى كتل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۴	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۵	آزمون مفهوم‌سازى ويگوتسكى	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب
۱۶	بسيار كسل‌كننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	بسيار جذاب

\*\*\*

پژوهشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي  
پرتال جامع علوم انساني