



Redictors of adolescents' moral behavior based on moral attitude, moral identity, benefit and cost

Arezou Delfan Beiranvand¹, Khosro Rashid², Abolghasem Yaghoobi³, Rasoul Kordnoghi⁴

1. Ph.D Candidate in Educational Psychology, Faculty of Economic & Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: arezou.delfan14@gmail.com
2. Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Economic & Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: khsorashid@basu.ac.ir
3. Professor, Department of Psychology, Faculty of Economic & Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: yaghoobi41@yahoo.com
4. Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Economic & Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: rkordnoghi@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Article history:

Received 12 June 2022

Received in revised form

01 July 2022

Accepted 16 July 2022

Published Online 21

January 2023

Keywords:

Moral behavior,
Moral identity,
Moral attitude,
Psychological benefit,
Situational benefit,
Psychological cost,
Situational cost

ABSTRACT

Background: The identification of factors that can explain the occurrence of moral behaviors by individuals has been studied by theorists in various studies. However, it is also important to consider why moral behaviors are not performed by people with moral identities and attitudes. Could other factors, such as benefit and cost, play a role as a consequence of moral behaviors in different situations?

Aims: In this regard, this study was conducted to investigate the predictors of adolescent moral behavior based on moral attitude, moral identity, benefit, and cost.

Methods: The design of this study was descriptive and correlational. The statistical population included all adolescents in the academic year 2021-2022. The sample size consisted of 928 people who were selected by multi-stage cluster random sampling and completed the Moral Behavior Scale (Delfan Beiranvand & Rashid, 2022), Moral Identity (Aquino & Reed, 2002), Moral Attitude (Delfan Beiranvand & Rashid, 2022), and Benefit and Cost Scale (Delfan Beiranvand & Rashid, 2022). Data were analyzed using variance analysis and stepwise regression

Results: The results of this study indicated a positive significant relationship between variables of moral identity, moral attitude, situational benefit, and psychological benefit with moral behavior, and a negative significant relationship between situational cost and psychological cost with moral behavior. The results revealed that variables of situational benefit, moral attitude, situational cost, and moral identity were the most important predictors of moral behavior among adolescents, respectively, and these variables could predict 0.25% of the variance of moral behavior ($R^2 = 0/255$, $R = 0/50$).

Conclusion: Based on the research findings, it can be said that compared to moral identity and attitude, the degree of benefits and costs that is gained by performing moral behaviors in a situation can play a greater role in predicting moral behaviors. When moral behaviors are associated with more situational benefit and less situational cost, they are more likely to occur by individuals in the situations. The results of this study have significant implications for all organizations.

Citation: Delfan Beiranvand, A., Rashid, Kh., Yaghoobi, A., & Kordnoghi, R. (2023). Redictors of adolescents' moral behavior based on moral attitude, moral identity, benefit and cost. *Journal of Psychological Science*, 21(119), 2145-2163. <https://psychologicalscience.ir/article-1-1719-fa.html>

Journal of Psychological Science, Vol. 21, No. 119, February, 2023

© 2021 The Author(s). DOI: [10.52547/JPS.21.119.2145](https://doi.org/10.52547/JPS.21.119.2145)



✉ **Corresponding Author:** Khosro Rashid, Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Economic & Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

E-mail: khsorashid@basu.ac.ir, Tel: (+98) 9122091945

Extended Abstract

Introduction

What factors motivate people to show moral behaviors in different life situations? Can moral identity be a strong predictor of moral behavior? What is the role of moral attitude? Why do people with strong moral attitudes and identities engage in immoral behaviors such as tax fraud, cheating on interpersonal relationships, exaggerating performance and teamwork, reports of trade inflation costs, and telling a lie in negotiations (Gino, 2015)? Is it possible that there are factors other than rationality and judgment (moral reasoning), moral attitudes, and identities that predict the moral behavior of individuals? To answer these questions, considering that morality is fundamental for humanity (Chen et al., 2022) some scholars have proposed the theory of psychoanalysis and the stages of moral evolution and others expressed socio-learning theories. Some studies have also shown that if moral reasoning grows, people will show more inclination for moral behavior. From this point of view, moral reasoning is a key factor in moral judgment and decisions for moral action (Cheng, 2014). On the other hand, research has shown that the relationship between cognition and moral judgment with moral behavior is weak, and those with high levels of moral reasoning have failed to perform moral behaviors (Treviño & Youngblood, 1990; Blasi, 1980; Weber & Gillespie, 1998; Shabani, 2012). The gap between moral behavior and moral reasoning of individuals and the fact that the moral behavior of the individual may be contrary to his arguments led experts to describe other factors such as moral identity and moral attitude to describe and explain the gap between moral reasoning and moral behavior. In explaining the gap between moral reasoning and moral behavior, research has shown that moral identity is an important motivating factor in performing moral behavior (Jia & Krettenauer, 2017), and makes the internalization of moral values possible (Krettenauer et al., 2016), and is associated with a higher level of moral performance (Pohling et al., 2018). In fact, the relationship between moral identity and moral behavior depends on the kind of

moral identity motivation involved (Krettenauer, 2020).

Some other studies have also shown that moral attitude contributes to regulating the behavior of individuals within the social system (Ellemers et al., 2013). Based on the fact that people's attitudes can be affected by behaviors and actions (Brinol et al., 2019). In this regard, the cognitive, affective, and behavioral components of moral attitude play a role in the formation of behaviors (Meta et al., 2020). However, other findings show that even good people with high moral identities (that is, people who care about morality) and moral attitudes, as well as those who are at high levels of development in terms of moral reasoning and judgment, can and often show immoral behavior (Bazerman & Gino, 2012; Aquino & Reed, 2002; Carvalho Wilks, 2011), and the occurrence of immoral behavior by these individuals (such as aggressive behavior, delinquency, sexual abuse, terror and racism, sex discrimination and overpayment to banks, structural injustice to immigrants, and significant self-conceit regarding respect for animals and plants) is expanding in various living environments. These research findings suggest that in order to understand moral behavior, we need to go beyond mere personal and educational causes, and one of these possible factors is the construct of benefit and cost. The construct of benefit has recently been suggested in some studies as one of the factors that play a facilitating role in the occurrence of moral behaviors in various situations (Delfan Beiranvand et al., 2022). Benefit refers to the extent to which moral behaviors are beneficial to individuals in a variety of situations. The construct of benefit consists of two factors: psychological benefit and situational benefit; Psychological benefit means the amount of inner pleasure and satisfaction that people experience when performing moral behaviors, such as feelings of inner happiness and satisfaction. Situational benefit refers to the degree of usefulness, advantage, and privilege that a moral and social behavior entails for an individual. Such as gaining social status, suitable jobs, many friends and wealth, power, and fame (Delfan Beiranvand et al., 2022). The construct of cost plays a deterrent role in the occurrence of moral behaviors in various life

situations. Cost is the amount of damage that is caused to people as a result of moral behavior. This type of cost may be psychological or situational. Psychological cost refers to the amount of psychological cost or loss or psychological damage that is likely to result in moral behaviors for individuals, for instance, fear of losing opportunities. Situational cost is the amount of cost, loss, and harm that performing a correct and moral behavior in terms of social status might bring for the individuals. This type of cost causes material and social damage to people, such as losing points and failing exams (Delfan Beiranvand et al., 2022). According to Lowry & Peterson (2012), Benefit/Cost Analysis (CBA), plays an important role in the field of moral judgment. Based on the Benefit /Cost Analysis, the total surplus of benefits over costs can be estimated, and thus the available options can be graded before making a decision and then proceeding to perform the desired behavior. Systematic benefit/cost analysis is an efficient decision-making strategy that can be used in the field of moral judgment (Bennis et al., 2010). Therefore, this study seeks to answer the following questions: What are the predictors of adolescent moral behavior based on moral identity, moral attitude, benefit, and cost? Which of these factors plays a greater role in predicting moral behaviors?

Method

Research design and participants: The design of this research was descriptive and correlational. The statistical population included all adolescent high school girls and boys in Hamedan in the academic year 2021-2022. Regarding sample size, some state that in multivariate regression analysis, the ratio of sample number (observations) to independent variables should not be less than 5. Otherwise, the results of the regression equation will not be much generalizable (Hiro & Yamamoto, 1995). Fidell and Tabachnick (2007) provide a formula for calculating sample size in multiple regression, given the number of prediction variables used; (m = the number of predictor variables) $N > 50 + 8m$. According to the above explanations, 928 adolescents (437 girls and 491 boys) were selected using the cluster random sampling method. The mean and standard deviation of the age for boys was 16.42 ± 1.17 and 16.18 ± 1.03

for girls. In order to conduct this research, before distributing the scales among the students, the necessary information about the method, research process, answering method, and the duration of completing the scales were given to the students, and they could participate in the research if they were inclined. The scales were then given to the students to complete.

Instrument

Moral Identity Scale: This scale was developed by Aquino and Reed (2002) and includes two subscales: symbolism (5 items) and internalization (5 items). The subject determines the degree of agreement with each item on a 5-point Likert scale from strongly agree (score 5) to strongly disagree (score 1). 1, 2, 4, 7, and 10 items are related to the internalization dimension and 3, 5, 6, 8, and 9 items are related to the symbolization dimension, among which 4 and 7 items are scored inversely, and other items are scored directly. On this scale, the lower confine is a score of 10, the average confine is 40, and the upper confine is 70. The reliability and validity of this scale have been confirmed by its constructors. Also, internal consistency through Cronbach's alpha of these two dimensions of internalization and symbolization are 0.77 and 0.76, respectively. In Iran, Azimpour et al. (2014) have reported good reliability and validity for this scale (0.78 & 0.78). In the present study, the reliability coefficient with Cronbach's alpha method was 0.74 for the whole scale and 0.79 and 0.72 for the internalization and symbolization subscales, respectively.

Moral Behavior Scale: This scale was developed by Delfan Biranvand and Rashid (2022) based on the Likert scale of 5 degrees "never = 1, rarely = 2, sometimes = 3, most of the time = 4, and always = 5" which includes two subscales: Positive Behaviors (26 items) and Negative Behaviors (9 items). Doing positive behaviors is beneficial and valuable for oneself and others. Not doing negative behaviors is beneficial and valuable for oneself and others, too. The reliability and validity of this 35-item scale have been well, reported. The reliability of the subscales of this test was obtained using Cronbach's alpha for positive behaviors 0.92, negative behaviors 0.92, and for the whole scale 0.86. On this scale, higher scores

of individuals in positive behaviors and lower scores in negative behaviors, indicate that people have moral behaviors. The construction of this scale has a general aspect and is not related to a specific area and can be used in various life situations.

Moral Attitude Scale: This scale has 27 items that have been made and standardized by Delfan Biranvand and Rashid (2022) based on a 6-point Likert scale. This scale has three subscales: cognitive, emotional, and behavioral. The cognitive dimension includes 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, and 13 questions, the emotional dimension includes 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, and 25 questions, and the behavioral dimension includes 26, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 35, and 36 questions. The internal consistency of this scale was obtained using Cronbach's alpha coefficient method for the whole scale 0.94 and for cognitive, emotional, and behavioral subscales obtained 0.83, 0.90, and 0.87, respectively. In the present study, the reliability coefficient with Cronbach's alpha method for the whole scale was 0.91 and for cognitive,

emotional, and behavioral subscales were obtained 0.77, 0.87, and 0.82, respectively.

Benefit and Cost Scale: This scale was developed by Delfan Beiranvand and Rashid (2022), based on the 7-point Likert scale (never = 1, very low = 2, low = 3, medium = 4, high = 5, very high = 6, always = 7). The benefits scale (33 items) includes two subscales: psychological benefit and situational benefit, and the Cost scale (26 items) has two subscales of psychological cost and situational cost. Acceptable reliability and validity have also been reported for this scale. In the present study, the internal consistency coefficient using Cronbach's alpha was 0.95 for the whole benefit scale and 0.92 and 0.93 for the psychological and situational benefit subscales, respectively. Also, the internal consistency coefficient using Cronbach's alpha for the whole cost scale was 0.90 and the subscales of psychological cost and situational cost were 0.89 and 0.90, respectively.

Results

Table 1. Frequency and percentage of the sample based on gender, age, educational level and field of study (N = 928)

Variables	Frequency	Percentage	
Gender	Girl	437	47.1
	Boy	491	52.9
Age	15	191	20.6
	16	344	37.1
	17	309	33.3
	18	84	9.1
Grade	10 th grade	445	48
	11 th grade	308	32.2
	12 th grade	175	18.9
Field of Study	Science	428	46.1
	Maths	177	19.1
	Humanities	250	26.9
Field of Study	Vocational	64	6.9
	work and knowledge	9	1

Table 2. Mean and standard deviation of moral identity, moral attitude, benefit, cost and moral behavior and their correlation coefficients (n= 928)

Variables	Mean	SD	Correlation Coefficient	
			Moral Behavior	Sig
Moral Identity	51.44	8.98	0.364	0.001
Moral Attitude	1.31	17.84	0.429	0.001
Situational Benefit	83.41	13.72	0.449	0.001
Psychological Benefit	99.33	16.07	0.381	0.001
Situational Cost	30.18	8.06	-0.175	0.002
Psychological Cost	29.99	7.93	-0.096	0.001

Table 3. stepwise regression of factors predicting moral behavior (n = 928)

Steps	Predicators	R	R ²	df	F	B	SEB	Beta	T	Sig
First	Situational Benefit	0.45	0.202	(1, 926)	233.73	0.51	0.033	0.44	15.28	0.001
Second	Situational Benefit					0.34	0.039	0.30	8.81	0.001
	Moral Attitude	0.50	0.247	(1, 925)	56.09	0.22	0.030	0.25	7.49	0.001
Third	Situational Benefit					0.33	0.039	0.29	8.53	0.001
	Moral Attitude					0.21	0.030	0.25	7.21	0.001
Fourth	Situational Cost	0.50	0.252	(1, 924)	5.82	-0.13	0.056	-0.07	-2.41	0.016
	Situational Benefit					0.31	0.041	0.27	7.59	0.001
	Moral Attitude					0.18	0.033	0.21	5.69	0.001
	Situational Cost					-0.12	0.056	-0.06	-2.23	0.025
	Moral Identity	0.50	0.255	(1, 923)	4.42	0.13	0.064	0.07	2.10	0.036

Conclusion

The aim of this study was to investigate the predictors of adolescents' moral behavior based on moral identity, moral attitude, benefit, and cost. The results show that there is a positive and significant relationship between moral identity, moral attitude, situational benefit, and psychological benefit with moral behavior, and the relationship between situational cost and psychological cost with moral behavior is negative and significant. This finding is in line with previous research findings (Pohling et al., 2018; Hertz & Krettenauer, 2016; Krettenauer, 2020; Jokar & Hagh Negahdar, 2016; Ellemers et al., 2013; Lucidi et al., 2017; Delfan Beiranvand et al., 2022; Chiang & Lee, 2011; Hosseinpour et al., 2020; Charoensap et al., 2019). Explaining this finding, it can be said that the more positive the attitude and identity of individuals in terms of ethics and moral behaviors, that is, the stronger the moral attitude and moral identity of individuals about the importance of moral behaviors, the more likely people are to engage in ethical behaviors. When a person's moral attitude is strong, she/he can better regulate her/his behavior in line with ethics and moral behaviors within the social system (Ellemers et al., 2013). People with strong moral identities also show higher levels of moral performance (Pohling et al., 2018) and help individuals align themselves with society's value system and display ethical behaviors (Lapsley, 2015). On the other hand, if doing moral behaviors such as honesty is beneficial to individuals in terms of position and status (situational benefit and psychological benefit) and the extent of psychological cost (the fear of losing something), and situational cost (losing one's position and status) which results from moral behavior is low, i.e., it does

not cause much harm to the person, the likelihood of moral behaviors by people in different life situations increases. Because the two factors of benefit and cost play an important role in facilitating and deterring the occurrence of moral behaviors (Delfan Beiranvand et al., 2022). The findings of this study indicate that situational benefit, moral attitude, situational cost, and moral identity were the most important predictors of moral behavior among adolescents, respectively, and these variables were able to predict 0.25% of the variance of moral behavior, and situational benefit variable was a better predictor of moral behavior compared to other variables. In this regard, it can be said that the factor of benefit (especially situational benefit) and cost (especially situational cost) as the consequences of performing a correct behavior, can predict the occurrence of moral behaviors by individuals more than two factors of moral attitude and moral identity. Because research evidence suggests that those with high moral identities (Aquino & Reed, 2002) often show immoral behaviors (Bazerman & Gino, 2012), and those with moral attitudes fail to engage in moral behavior. How is this possible? Thus, it can be argued that even when individuals have a moral attitude and identity, when faced with situations where ethical behaviors are associated with benefit and cost consequences, moral behaviors may be prohibited or enforced by individuals based on evaluating the extent of benefit and cost. Because systematic Cost/Benefit Analysis (CBA) allows people to estimate the benefits and costs when a behavior occurs (right or wrong, Moral or immoral), and to decide whether to do it or not. (Lowry & Peterson, 2012).

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This article is taken from the Ph.D. dissertation of Arezou Delfan Beiranyvand in the field of educational psychology in the Faculty of Economic and Social Sciences of Bu-Ali Sina University of Hamadan. The date of approval of the proposal is May 4, 2021. Necessary permissions for conducting research have been obtained from the relevant authorities. In addition, ethical principles such as informed and voluntary consent, the lowest possible risk, and confidentiality have been observed in this study.

Funding: This research was conducted at the student's personal expense.

Authors' contribution: The first author is the lead researcher, the second author is the supervisor, and the third and fourth authors are the advisors.

Conflict of interest: The authors hereby declare that this study does not involve any conflict of interest.

Acknowledgments: We hereby appreciate all the participants in this study, as well as the staff of the Education Department in Hamedan.





پیش بینی کننده‌های رفتار اخلاقی نوجوانان بر اساس نگرش اخلاقی، هویت اخلاقی، سود و زیان

آرزو دلفان بیرانوند^۱، خسرو رشید^۲، ابوالقاسم یعقوبی^۳، رسول کردنوقایی^۴

۱. دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۲. دانشیار، گروه روانشناسی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۳. استاد، گروه روانشناسی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۴. دانشیار، گروه روانشناسی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

چکیده

مشخصات مقاله

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخچه مقاله:

دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۲

بازنگری: ۱۴۰۱/۰۴/۱۰

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۵

انتشار برخط: ۱۴۰۱/۱۱/۰۱

کلیدواژه‌ها:

رفتار اخلاقی،

هویت اخلاقی،

نگرش اخلاقی،

سود روانشناختی،

سود موقعیتی،

زیان روانشناختی،

زیان موقعیتی

زمینه: شناسایی عواملی که بتوانند وقوع رفتارهای اخلاقی را از سوی افراد تبیین کنند از سوی نظریه پردازان در پژوهش‌های گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است. با این حال، پرداختن به این مسئله نیز مهم است که چرا رفتارهای اخلاقی از سوی افرادی که دارای هویت و نگرش اخلاقی هستند بروز نمی‌کند. آیا ممکن است عامل‌هایی دیگری مانند سود و زیان به عنوان پیامدهای انجام رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون نقش داشته باشند؟

هدف: در این راستا، این پژوهش باهدف بررسی پیش‌بینی کننده‌های رفتار اخلاقی نوجوانان براساس هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، سود و زیان انجام شد.

روش: طرح این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری شامل کلیه نوجوانان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بود. اندازه نمونه شامل تعداد ۹۲۸ نفر بودند که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند و مقیاس‌های رفتار اخلاقی (دلفان بیرانوند و رشید، ۱۴۰۱)، هویت اخلاقی (آکینو و رید، ۲۰۰۲)، نگرش اخلاقی (دلفان بیرانوند و رشید، ۱۴۰۱)، و مقیاس سود و زیان (دلفان بیرانوند و رشید، ۱۴۰۱)، را تکمیل کردند. داده‌ها با استفاده از تحلیل واریانس و رگرسیون گام‌به‌گام تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه متغیرهای هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، سود موقعیتی، و سود روانشناختی با رفتار اخلاقی مثبت و معنادار، و رابطه زیان موقعیتی و زیان روانشناختی با رفتار اخلاقی منفی و معنادار بودند. نتایج بیانگر آن است که متغیرهای سود موقعیتی، نگرش اخلاقی، زیان موقعیتی، و هویت اخلاقی به ترتیب مهمترین پیش‌بینی کننده‌های رفتار اخلاقی در میان نوجوانان بودند و این متغیرها در مجموع قادر به پیش‌بینی ۰/۲۵ درصد از واریانس رفتار اخلاقی بودند ($R^2 = 0/50$, $R = 0/255$).

نتیجه‌گیری: برپایه یافته‌های پژوهش می‌توان گفت میزان سود و زیانی که انجام دادن رفتارهای اخلاقی در یک موقعیت برای افراد دارد می‌تواند در مقایسه با هویت و نگرش اخلاقی نقش بیش‌تری در پیش‌بینی رفتارهای اخلاقی داشته باشد. زمانی که انجام دادن رفتارهای اخلاقی با سود موقعیتی بیش‌تر و با زیان موقعیتی کم‌تر همراه باشند، با احتمال بیش‌تری روی خواهند داد. نتایج این پژوهش دارای تلویحات مهمی برای همه سازمان‌هاست.

استاد: دلفان بیرانوند، آرزو رشید، خسرو یعقوبی، ابوالقاسم؛ و کردنوقایی، رسول (۱۴۰۱). پیش‌بینی کننده‌های رفتار اخلاقی نوجوانان بر اساس نگرش اخلاقی، هویت اخلاقی، سود و زیان. *مجله علوم روانشناختی*، دوره بیست‌ویکم، شماره ۱۱۹، ۲۱۴۵-۲۱۶۳.

مجله علوم روانشناختی، دوره بیست‌ویکم، شماره ۱۱۹، زمستان (بهمن) ۱۴۰۱.



© نویسنده‌گان.

✉ نویسنده مسئول: خسرو رشید، دانشیار، گروه روانشناسی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. رایانامه: khosrorashid@basu.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۲۰۹۱۹۴۵

مقدمه

چه عواملی افراد را به نشان دادن رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون زندگی ترغیب می‌کند؟ آیا هویت اخلاقی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده‌ی قوی رفتارهای اخلاقی باشد؟ نقش نگرش اخلاقی چگونه است؟ چرا افراد با نگرش و هویت اخلاقی قوی درگیر رفتارهای غیراخلاقی مانند تقلب در مالیات، اغفال در روابط بین فردی، گزافه‌گویی در عملکرد و مشارکت در کار تیمی، گزارش‌های مربوط به هزینه‌های توری تجاری و دروغ گفتن در مذاکرات (جینو، ۲۰۱۵) می‌شوند؟ آیا ممکن هست عوامل دیگری به‌غیر از عقلانیت و قضاوت (استدلال اخلاقی)، نگرش و هویت اخلاقی وجود داشته باشد که پیش‌بینی‌کننده‌ی رفتارهای اخلاقی از سوی افراد باشند؟ برای پاسخ دادن به پرسش‌های فوق، برخی از دانشمندان نظریه‌ی روان‌تحلیل‌گری و مراحل تحول اخلاقی و برخی دیگر نظریه‌های یادگیری - اجتماعی را بیان کردند که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

تاریخچه نظریه‌پردازی و تحقیقات روانشناختی در زمینه‌ی تحول اخلاقی با مفهوم وجدان در آثار زیگموند فروید و مفهوم استدلال اخلاقی در آثار ژان پیاژه آغاز شد (جهانگیرزاده، ۱۳۹۰). بر اساس تئوری مراحل تحول روانی جنسی فروید، اخلاق در پنج‌سالگی شکل می‌گیرد. از نظر فروید عملکرد مطلوب اخلاقی مستلزم شکل‌گیری فراع خود است و کودکان ارزش‌های اخلاقی خود را از طریق فرآیند درونی کردن با رفتارها و ارزش‌های والدین منطبق می‌سازند و با آن‌ها همانندسازی می‌کنند. وجود فراع خود به‌منزله داشتن معیارهای اخلاقی در درون فرد است که پیوسته وی را در جهت ارزیابی اعمال درست و نادرست هدایت می‌کند (احدی و جمهوری، ۱۳۹۳). کلبرگ در مطالعه تحول قضاوت اخلاقی کودکان از "معمای هاینز" سود برد و روش استدلالی کودکان در پاسخ به این معما را ارزیابی کرد و سه سطح تحول اخلاقی که هر سطح شامل دو زیر مؤلفه بود را شناسایی کرد (۱۹۷۱). ۱. سطح پیش‌قراردادی، ۲. سطح قراردادی، و ۳. سطح فراقراردادی (فیلیپ رایس، ۲۰۰۱).

بندورا فرآیندهای شناختی و توجه را واسطه رفتار اخلاقی می‌داند. در تحلیل نظریه بندورا، عناصر سه‌گانه محیط، رفتار، و شخص بر عمل تأثیر می‌گذارند؛ گرچه استدلال و قضاوت اخلاقی بر عمل اخلاقی مؤثر است، عنصر عمل اخلاقی گویاتر از استدلال اخلاقی است. نظریه یادگیری اجتماعی، هم‌خاستگاه اجتماعی رفتار و تفکر و هم بعد شناختی آن را که

بیانگر فرآیندهای فکر بر انگیزش، عواطف و عمل انسان است مورد تأکید قرار می‌دهد (کدیور، ۱۳۸۳). افزون بر این، ویژگی‌های دیگر انسان، از قبیل خودنظم‌دهی و مکانیسم انگیزش اخلاقی بر عمل اخلاقی تأثیر دارد (بندورا، ۱۹۸۶). پیاژه برای تبیین تحول اخلاقی از طریق مصاحبه بالینی پرسش‌هایی را مطرح کرد تا مشخص شود برداشت کودکان از مفاهیمی چون درست و نادرست و عدالت چیست؟ و از طریق داستان‌هایی نحوه استدلال کودکان را از مسائل اخلاقی ارزیابی کند (احدی و جمهوری، ۱۳۹۳). براساس نظر پیاژه، تحول قضاوت اخلاقی یک فرآیند شناختی تدریجی است که با افزایش روابط اجتماعی کودکان به‌مرور زمان تحریک می‌شود (فیلیپ رایس، ۲۰۰۱). وی معتقد است که تحول اخلاقی، همانند تحول شناختی، طی مراحل (تفکر اخلاقی ناهمخوان، اخلاق مبتنی بر همکاری اولیه با دیگران، اخلاق مبتنی بر همکاری خودمختارانه) صورت می‌گیرد (پیاژه، ۱۹۳۴).

از آنجا که کلبرگ پژوهش خود را در زمینه تحول اخلاقی بر روی آزمودنی‌های مذکر انجام داده بود، گیلیگان یکی از همکاران کلبرگ بیان کرد که زنان از چشم‌انداز متفاوتی به مسائل اخلاقی می‌نگرند. مبنی بر اینکه برای زنان توجه به انسان مهمتر از اطاعت از اصول اخلاقی انتزاعی است و برای مردان عدالت یعنی حفظ اصول، حقوق و قوانین مهمتر است. گیلیگان با توجه به تفاوت شیوه تفکر مردان و زنان برای مراحل استدلال اخلاقی کلبرگ، دیدگاهی زنانه مطرح کرد که شامل سه مرحله است (فیلیپ رایس، ۲۰۰۱): ۱. سطح اهمیت دادن به حفظ بقاء و منافع شخصی، ۲. پیشی گرفتن خشوندسازی دیگران بر منافع شخصی، ۳. دست یافتن به چشم‌اندازی جهان‌شمول مبنی بر اهمیت دادن به پیامدهای تصمیم‌های گرفته‌شده برای همه و از جمله خودشان.

محدودیت‌های نظریه تحول اخلاقی کلبرگ باعث شد تا یکی از دانشجویانش به نام جیمز رست مدلی برای رفتار اخلاقی ارائه دهد. رست نشان داد که فرآیند روانشناسی طی شده برای رفتار اخلاقی شامل چهار مرحله است (لاوت، ۲۰۱۰): ۱. حساسیت اخلاقی؛ برای رفتار اخلاقی ابتدا باید گونه‌ای تفسیر از وضعیت انجام شود که شامل آگاهی از اینکه کدام اعمال در آن موقعیت محتمل بوده، چه افرادی درگیر آن قضیه می‌شوند و چگونه افراد درگیر از پیامدهای هر عمل تأثیر می‌پذیرند، است. ۲. استدلال اخلاقی؛ شخص باید درباره‌ی اینکه کدام عمل از نظر اخلاقی درست یا

ممكن است برعكس استدلال‌های او باشد، باعث شد تا پژوهشگران میزان نقشی که هویت اخلاقی و نگرش اخلاقی می‌توانند در شکل‌گیری رفتارهای اخلاقی داشته باشند را بررسی کنند، که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

یکی از عواملی که به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌ی قوی رفتار اخلاقی مطرح شده است، سازه‌ی هویت اخلاقی است. هویت اخلاقی به اهمیت اخلاقی بودن برای هویت شخص مربوط می‌شود (هاردی و همکاران، ۲۰۱۴) و در تحول و رفتار اخلاقی به‌عنوان یک منبع انگیزش اخلاقی مطرح است؛ یعنی قضاوت اخلاقی را با عمل اخلاقی پیوند می‌دهد (هاردی و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین به‌عنوان یک عامل انگیزشی مهم در انجام رفتار اخلاقی محسوب می‌شود (ژیا و کرتنیور، ۲۰۱۷) و امکان درونی‌سازی ارزش‌های اخلاقی را فراهم می‌آورد (کرتنیور و همکاران، ۲۰۱۶) و با سطح بالاتری از عملکرد اخلاقی همراه است (پولینگ و همکاران، ۲۰۱۸) و عامل اصلی در عملکرد اخلاقی نوجوانان است (کینگسفورد و همکاران، ۲۰۱۸) و هدف از تحول آن، یکپارچه ساختن خود و اخلاق (یکپارچه ساختن ارزش‌ها با نظام‌های انگیزشی و هیجانی) است. این یکپارچگی موجب می‌شود تا فرد به نحو باثباتی، مطابق با نظام‌های انگیزشی و هیجانی مبتنی بر اخلاقیات عمل کند (لاپسلی، ۲۰۱۵). هویت اخلاقی عامل پیش‌بینی سلامت‌روان و رفاه روانشناختی است (هاردی و همکاران، ۲۰۱۳) و به‌طور مثبت با رفتارهای اجتماعی و به‌طور منفی با رفتارهای ضداجتماعی ارتباط دارد (هاردی و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین هویت اخلاقی موجب مشارکت افراد در رفتارهای اخلاقی و اجتماعی شده و مانع از رفتارهای ضداجتماعی می‌شود (هرتز و کرتناور، ۲۰۱۶). در پژوهشی با عنوان "آیا هویت اخلاقی به‌طور مؤثری رفتار اخلاقی را پیش‌بینی می‌کند؟ یک پژوهش فراتحلیل"، هرتز و کرتناور (۲۰۱۶) نشان دادند که هویت اخلاقی با رفتار اخلاقی ارتباط معناداری دارد. نتایج فراتحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که هویت اخلاقی آماده شدن افراد را برای به‌کارگیری رفتارهای اجتماعی، اخلاقی و همچنین خودداری از رفتارهای ضداجتماعی تقویت می‌کند. با این حال، هویت اخلاقی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده عمل اخلاقی بهتر از سایر ساختارهای روانشناختی نیست. کرتناور (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان "هویت اخلاقی به‌عنوان هدف عمل (رفتار) اخلاقی: دیدگاه نظری خودتعیین‌گری" نشان داد که ارتباط دقیق بین هویت اخلاقی و عمل

نادرست است، قادر به قضاوت کردن و انتخاب یکی از آن‌ها در آن موقعیت باشد. ۳. انگیزه اخلاقی؛ شخص باید برای ارزش‌های اخلاقی مورد پذیرش خود اولویت قائل شود. چراکه این ارزش‌ها هستند که باعث ایجاد انگیزه در افراد و راهنمای رفتار آن‌ها می‌شوند. ۴. شخصیت اخلاقی؛ یعنی فرد با استفاده از شجاعت خود، حتی در شرایط نامساعد و زیر فشار با بکار گرفتن مهارت‌های لازم اقداماتی را انجام دهد.

گیبز (۲۰۱۳) افراد را با معماهای اخلاقی روبه‌رو نمی‌کند. او از افراد می‌خواهد درباره میزان ضرورت برخی افعال اخلاقی مانند وفای به عهد نسبت به دوستان، غریبه‌ها یا کودکان و افعالی مانند صداقت، تعلق خاطر، عدالت محوری و مواردی از این قبیل اظهارنظر کنند. در این اظهارنظر افراد باید بگویند که هر یک از این موارد تا چه اندازه برای آن‌ها مهم هستند (در طیفی از بی‌اهمیت، مهم و بسیار مهم)، سپس استدلال کنند که چرا دلایل و استدلال‌هایی که فرد ارائه می‌دهد مبنایی برای تعیین سطح تحول اخلاقی او است، مثلاً فرد بیان می‌کند که وفاداری مهم است، چون من هم به وفاداری دیگری نیازمندم. این یک استدلال مبادله‌ای است و از وفای به عهد که یک وظیفه انسانی است متفاوت است. در رویکرد گیبز، افراد باید استدلال‌هایشان را ایجاد کنند. لازمه یادآوری اطلاعات، ایجاد و بیان استدلال‌هاست (گیبز و همکاران، ۲۰۱۳). گیبز برای تحول اخلاقی ۴ مرحله در نظر گرفت و بر اساس آن افراد را به دو گروه فاقد (مرحله ۱ و ۲) و دارای (مرحله ۳ و ۴) رشتن اخلاقی تقسیم کرد. مرحله ۱ منطبق با مرحله ۱ و ۲ کلبرگ، مرحله ۲ منطبق با مرحله ۳ کلبرگ، مرحله ۳ و ۴ برابر با ۳ مرحله پایانی کلبرگ است. مرحله ۳ شامل پیشرفت در فهم عرف و مرحله ۴ شامل نظام‌مندی، توجهات پیچیده انسانی و وجدان است (گیبز، ۲۰۱۳). براساس دیدگاه نظریه‌پردازان اگر استدلال اخلاقی تحول یابد، افراد گرایش بیشتری برای رفتار اخلاقی نشان خواهند داد. از این دیدگاه استدلال اخلاقی عاملی کلیدی در قضاوت اخلاقی و تصمیم برای عمل اخلاقی است (چنگ، ۲۰۱۴). در سوی دیگر پژوهش‌ها نشان داده‌اند که ارتباط بین شناخت و قضاوت اخلاقی با رفتار اخلاقی ضعیف است و کسانی که از نظر استدلال اخلاقی در سطح پیشرفته‌ای قرار داشتند در انجام رفتارهای اخلاقی با شکست مواجهه کرده‌اند (تروینو و همکاران، ۱۹۹۰؛ بلسی، ۱۹۸۰؛ ویر و گلیسپی، ۱۹۹۸؛ شعبانی، ۲۰۱۲). همین مسئله یعنی وجود فاصله بین رفتار اخلاقی با استدلال اخلاقی و اینکه رفتار اخلاقی فرد

نگرش اخلاقی، به صورت متغیر میانجی در تأثیرگذاری ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی عمل می‌نماید و تأثیر غیرمستقیم ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی، از طریق نگرش اخلاقی معنی‌دار است. چارونساپ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که نگرش‌های کارکنان بر تمایل آنان بر انجام رفتار اخلاقی مؤثرند و چگونگی نگرش‌های فرد، توانایی تأثیرگذاری بر کارایی و اثربخشی سازمان دارد. خطیب‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی نشان دادند که آموزش شناختی - اجتماعی در ارتقا رفتار اخلاقی دانش‌آموزان تأثیر داشته است.

گرچه پژوهش‌های انجام شده در زمینه هویت و نگرش اخلاقی به‌عنوان عواملی برای تبیین وقوع رفتارهای اخلاقی، نشان دادند کسانی که دارای نگرش و هویت اخلاقی بالا باشند گرایش به انجام رفتارهای اخلاقی دارند و افرادی که در نگرش و هویت اخلاقی شان ضعف وجود دارد گرایش کم‌تری به انجام رفتارهای اخلاقی دارند. اما نتایج پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد، حتی افراد خوب با هویت اخلاقی بالا و نگرش اخلاقی و همچنین کسانی از نظر استدلال و قضاوت اخلاقی در سطوح بالای تحولی قرار دارند می‌توانند و اغلب کارهای بدی انجام می‌دهند (بازمن جینو، ۲۰۱۲؛ آکینیو و رید، ۲۰۰۲؛ کاروالو ویلکس، ۲۰۱۱) و وقوع رفتارهای غیراخلاقی از سوی این افراد (مانند رفتارهای تهاجمی، بزهکاری، سوءاستفاده جنسی، ترور و نژادپرستی، تبعیض جنسی و پرداخت اضافی به بانک‌ها، بی‌عدالتی ساختاری نسبت به مهاجران و خودبینی قابل توجه در رابطه با احترام به حیوانات و گیاهان و...) در محیط‌های گوناگون زندگی در حال گسترش است.

این شواهد پژوهشی بیانگر آن است که ما برای پی بردن به رفتار اخلاقی لازم است به فراتر از علل شخصیتی و آموزشی صرف پردازیم و یکی از این عوامل احتمالی سازه‌ی سود^۱ و زیان^۲ است. سازه‌ی سود اخیراً در برخی پژوهش‌ها به‌عنوان یکی از عواملی که نقش تسهیل‌کننده در بروز رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون دارد مطرح شده است (دلفان بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۲؛ لوری و پیترسون، ۲۰۱۲). سود به میزان سودمندی و فایده‌ای که انجام رفتارهای اخلاقی برای افراد در موقعیت‌های گوناگون به دنبال دارد اشاره می‌کند. سازه‌ی سود شامل دو نوع سود روانشناختی و سود موقعیتی است؛ سود روانشناختی یعنی میزان لذت و احساس خرسندی

اخلاقی به نوع انگیزه هویت اخلاقی مربوط بستگی دارد. از این رو، تحول هویت اخلاقی عاملی در شکل‌گیری انگیزه افراد برای عمل کردن به صورت اخلاقی است. جوکار و حق‌نگهدار (۱۳۹۵) در پژوهشی در زمینه "رابطه‌ی هویت اخلاقی با بی‌صدقاتی تحصیلی: بررسی نقش تعدیلی جنسیت" نشان دادند که هویت اخلاقی پیش‌بینی‌کننده‌ی منفی ابعاد بی‌صدقاتی تحصیلی (نوعی رفتار غیراخلاقی) است. پژوهش جباری و همکاران (۱۴۰۱) در زمینه نقش تعدیل‌گر هویت اخلاقی در تأثیر سیستم‌های کاری با عملکرد بالا، نشان دادند که سیستم‌های کاری با عملکرد بالا (۰/۶۲) و هویت اخلاقی (۰/۴۵) بر رفتارهای فراسازمانی غیراخلاقی تأثیر دارد.

نگرش اخلاقی به‌عنوان یکی از عوامل پیش‌بینی‌کننده رفتارهای اخلاقی، در تنظیم رفتار افراد در دوران نظام اجتماعی نقش دارد (المرز و همکاران، ۲۰۱۳). نگرش اخلاقی عبارت است از انجام کار نیک و دوری از کار زشت با بهره‌برداری از آزادی که ناشی از جستجوی کمال و تحریک‌کننده‌ی ما به انجام کار اخلاقی و وجدان درونی است (جعفری، ۱۳۵۴). نگرش اخلاقی، نگرش‌هایی که بر اساس تجربیات کسب‌شده و رفتارهای اخلاقی افراد را جهت انجام کارهای درست با بهره‌گیری از آزادی و اختیار هدایت می‌کند (عبداله‌پور و همکاران، ۱۳۹۸). به عبارت دیگر، نگرش اخلاقی به تمایل‌های شناختی، عاطفی و رفتاری افراد برای پاسخگویی به مسائل و فعالیت‌هایی که شامل استانداردهای اجتماعی برای آنچه که از نظر اخلاقی مناسب و ارزشمند است، اشاره دارد (فرانک و نادلر، ۲۰۰۸). لوسیدی و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان دادند که نگرش اخلاقی بر رفتار تقلب ورزشکاران تنیس در طول مسابقات واقعی تأثیر مستقیم هرچند کم، دارد. این یافته نشان می‌دهد که رفتارهای تقلب در مسابقات تنیس با عوامل شناختی اجتماعی مانند نگرش اخلاقی مرتبط است. چیانگ و لی (۲۰۱۱) در پژوهشی نگرش اخلاقی و رفتارهای مربوط به استفاده از رایانه را مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها نشان داد که، نگرش‌های پاسخ‌دهنده به‌طور مثبت بر قصد رفتاری او در مشاهده اخلاقی رایانه تأثیر می‌گذارد. حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود نشان دادند که بین ارزش‌های مثبت فردی با نگرش اخلاقی کارکنان و بین نگرش اخلاقی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین متغیر

^۱. Benefit

^۲. Cost

درونی که افراد در زمان انجام رفتارهای اخلاقی تجربه می‌کنند مانند احساس خوشحالی و رضایت درونی. سود موقعیتی به میزان سودمندی، مزیت و امتیازی که انجام یک رفتار اخلاقی از نظر مادی و اجتماعی برای فرد در پی دارد اشاره می‌کند. مانند کسب جایگاه اجتماعی، شغل مناسب، دوستان فراوان و ثروت، قدرت و شهرت (دلفان بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۲).

سازهی زیان نقش بازدارنده‌ای در بروز رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون زندگی دارد. زیان به میزان خسارت‌ها و ضررهایی که به دنبال انجام رفتارهای اخلاقی برای افراد ایجاد می‌شود گفته می‌شود. این نوع زیان ممکن است روانشناختی و یا موقعیتی باشد. زیان روانشناختی به میزان زیان و هزینه روانشناختی و یا آسیب‌روانی که احتمال انجام رفتارهای اخلاقی برای افراد در پی دارد اشاره می‌کند. مانند ترس از دست دادن موقعیت‌ها. زیان موقعیتی به میزان زیان، هزینه و ضرری که انجام یک رفتار درست و اخلاقی از نظر موقعیت و جایگاه اجتماعی برای افراد ایجاد می‌کند گفته می‌شود. مانند از دست دادن نمره و رد شدن در آزمون‌ها (دلفان بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۲). طبق دیدگاه لوری و پیترسون (۲۰۱۲) تحلیل سود/زیان (CBA)^۱، نقش مهمی در زمینه استدلالات اخلاقی دارد. بر اساس تحلیل سود/زیان می‌توان مازاد کل مزایا را نسبت به هزینه‌ها تخمین زد و بدین ترتیب پاسخ‌های موجود را قبل از تصمیم‌گیری درجه‌بندی کرد و سپس اقدام به انجام رفتار موردنظر کرد. تحلیل نظام‌مند سود/زیان یک راهبرد تصمیم‌گیری کارآمد است که می‌تواند در زمینه استدلالات اخلاقی به کار رود (بنیس و همکاران، ۲۰۱۰).

با توجه به اینکه رفتارهای اخلاقی از زمان باستان تا به امروز بسیار باعث نگرانی بوده است و در زمان مدرن به‌عنوان جنبه‌ی مهمی مورد توجه قرار گرفته است (گیتا و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین طبیعی است که منطبق بر دیدگاه بلاسی (۱۹۸۰) پیش‌بینی رفتار اخلاقی در شرایط مختلف آرزوی دیرینه بشر و علم روان‌شناسی باشد. از سوی دیگر، تمایل به ارائه تبیین‌هایی برای مشاهده‌ی روزمره‌ی فساد، تقلب یا سوءاستفاده از قدرت، رفتار اخلاقی را به موضوعی داغ در تحقیقات روانشناسی تبدیل کرده است (المرز و همکاران، ۲۰۱۹). درواقع، فهم رفتارهای درست و نادرست از نظر

1. Cost-Benefit Analysis

متغیرهای پیش‌بینی که استفاده می‌شود ارائه کرده‌اند؛ $N > 8 + 50$ (تعداد متغیرهای پیش‌بین = m). با توجه به توضیحات فوق، تعداد ۹۲۸ نفر نوجوان (۴۳۷ دختر و ۴۹۱ پسر) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. میانگین و انحراف معیار سن پسران $16/17 \pm 1/17$ و دختران $16/18 \pm 1/17$ سال بود. بدین منظور، در مرحله نخست، از بین مناطق آموزش و پرورش، مناطق ناحیه یک که شامل ۵۴ دبیرستان متوسطه دوم و ناحیه دو شامل ۵۰ دبیرستان متوسطه دوم بودند در شهر همدان انتخاب و سپس از هر یک از دو منطقه آموزش و پرورش شهر همدان، ۸ دبیرستان پسرانه و ۷ دبیرستان دخترانه مقطع متوسطه دوم انتخاب و از هر پایه ۴ تا ۱۹ کلاس انتخاب شد - در شرایط بیماری کرونا ویروس کوید ۱۹- و به تکمیل مقیاس‌ها پرداختند.

به‌منظور اجرای این پژوهش، پس از کسب مجوز از اداره‌ی آموزش و پرورش شهر همدان، به مدارس منتخب مراجعه کرده و قبل از اینکه مقیاس‌ها در اختیار دانش‌آموزان قرار بگیرد، ابتدا اطلاعات لازم در مورد شیوه، روند پژوهش، نحوه‌ی پاسخ‌دهی، و طول مدت تکمیل مقیاس‌ها به دانش‌آموزان داده می‌شد و در صورت تمایل می‌توانستند در پژوهش شرکت کنند. داده‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS-25 و بارش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و استنباطی (همبستگی، تحلیل واریانس و رگرسیون) تجزیه و تحلیل شدند.

(ب) ابزار

مقیاس هویت اخلاقی: این مقیاس توسط آکینو و رید (۲۰۰۲) تهیه شده که شامل دو زیرمقیاس نمادسازی (۵ گویه) و درونی‌سازی (۵ گویه) است. آزمودنی میزان موافقت خود با هر گویه را بر روی یک مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً موافقم (نمره ۵) تا کاملاً مخالفم (نمره ۱) مشخص می‌کند. گویه‌های ۱، ۲، ۴، ۷، و ۱۰ مربوط به بُعد درونی‌سازی و گویه‌های ۳، ۵، ۶، ۸، و ۹ مربوط به بُعد نمادسازی هستند که در این بین گویه‌های ۴ و ۷ به‌صورت معکوس و سایر گویه‌ها به‌طور مستقیم نمره‌گذاری می‌شوند. در این مقیاس حد پایین نمره‌ی ۱۰، حد متوسط نمرات ۴۰، و حد بالای نمرات ۷۰ است. پایایی و روایی این مقیاس توسط سازندگان آن تأیید شده است. همچنین همسانی درونی از راه آلفای کرونباخ این دو بُعد

درونی‌سازی و نمادسازی به ترتیب ۰/۷۷ و ۰/۷۶ است. در ایران نیز، عظیم‌پور و همکاران (۲۰۱۴) پایایی و روایی مطلوبی را برای این مقیاس گزارش کرده‌اند (۰/۷۸ و ۰/۷۸). در پژوهش حاضر، ضریب پایایی بارش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۷۴ و برای زیرمقیاس‌های درونی‌سازی و نمادسازی به ترتیب ۰/۷۹ و ۰/۷۲ به‌دست آمده است که در سطح مطلوبی قرار دارد (قربانخانی و همکاران، ۱۳۹۹).

مقیاس رفتار اخلاقی: این مقیاس توسط دلفان بیرانوند و رشید (۱۴۰۱) براساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای «هیچ‌وقت = ۱، به‌ندرت = ۲، گاهی وقت‌ها = ۳، بیشتر وقت‌ها = ۴، و همیشه = ۵» ساخته شده که شامل دو زیرمقیاس رفتارهای ایجابی (۲۶ گویه) و رفتارهای سلبی (۹ گویه) است. انجام رفتارهای ایجابی برای خود فرد و دیگران سودمند و باارزش است. انجام ندادن رفتارهای سلبی نیز برای خود فرد و دیگران سودمند و باارزش است. پایایی و روایی این مقیاس ۳۵ گویه‌ای مطلوب گزارش شده است. پایایی خرده‌مقیاس‌های این آزمون با استفاده از آلفای کرونباخ برای رفتارهای ایجابی ۰/۹۲، رفتارهای سلبی ۰/۹۲، و برای کل مقیاس ۰/۸۶ به‌دست آمده است. در این مقیاس، هرچه نمرات افراد در رفتارهای ایجابی بیش‌تر و در رفتارهای سلبی کم‌تر باشد، نشان‌گر آن است که افراد دارای رفتارهای اخلاقی هستند. ساخت این مقیاس جنبه‌ی عمومی دارد و مربوط به یک حوزه‌ی مشخص نیست و می‌تواند در موقعیت‌های گوناگون زندگی به کار رود.

مقیاس نگرش اخلاقی: این مقیاس دارای ۲۷ گویه است که توسط دلفان بیرانوند و رشید (۱۴۰۱) براساس طیف لیکرت ۶ درجه‌ای ساخته و هنجاریابی شده است. این مقیاس دارای سه خرده مقیاس است؛ بعد شناختی، عاطفی، و رفتاری. بعد شناختی سؤالات ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، و ۱۳، بعد عاطفی سؤالات ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۴، و ۲۵، و بعد رفتاری سؤالات ۲۶، ۲۷، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۴، ۳۵، و ۳۶ را شامل می‌شوند. بررسی همسانی درونی این مقیاس با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۴ و برای زیرمقیاس‌های شناختی، عاطفی و رفتاری به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۹۰، و ۰/۸۷ به دست آمده است. در پژوهش حاضر، ضریب پایایی با روش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۱ و برای زیرمقیاس‌های شناختی، عاطفی، و رفتاری به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۸۲، و ۰/۸۲ به‌دست آمده است.

توزیع (با آزمون کولموگراف اسمیرنوف) و آزمون هم‌خطی (شاخص‌های عامل تورم واریانس و ضریب تحمل) بررسی و تأیید شدند. با توجه به معنی‌دار نبودن نتایج آزمون کولموگراف اسمیرنوف، داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند ($p > 0/05$).

بر اساس ماتریس همبستگی بین متغیرها (جدول ۲)، کلیه ضرایب همبستگی به‌دست‌آمده بین متغیرهای پژوهش معنادار هستند. همان‌طور که مشاهده می‌شود بین هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی و سود (روانشناختی - موقعیتی) با رفتار اخلاقی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. بین متغیر زیان (روانشناختی - موقعیتی) با رفتار اخلاقی همبستگی منفی و معنادار وجود دارد.

جدول ۲. میانگین و انحراف استاندارد هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، سود،

زیان، رفتار اخلاقی و ضرایب همبستگی آن‌ها (n=۹۲۸)

مؤلفه‌ها	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب همبستگی رفتار اخلاقی	sig
هویت اخلاقی	۵۱/۴۴	۸/۹۸	۰/۳۶۴	۰/۰۰۱
نگرش اخلاقی	۱/۳۱	۱۷/۸۴	۰/۴۲۹	۰/۰۰۱
سود موقعیتی	۸۳/۴۱	۱۳/۷۲	۰/۴۴۹	۰/۰۰۱
سود روانشناختی	۹۹/۳۳	۱۶/۰۷	۰/۳۸۱	۰/۰۰۱
زیان موقعیتی	۳۰/۱۸	۸/۰۶	-۰/۱۷۵	۰/۰۰۲
زیان روانشناختی	۲۹/۹۹	۷/۹۳	-۰/۰۹۶	۰/۰۰۱
رفتار اخلاقی	۱/۲۲	۱۵/۵۹	۱	-

به‌منظور آزمون ارتباط بین متغیرهای پیش‌بین با رفتار اخلاقی از معادله‌ی خطی رگرسیون به شیوه گام‌به‌گام استفاده شد (جدول ۳). بر اساس یافته‌ها، متغیر سود موقعیتی به‌تنهایی ۲۰ درصد ($R^2 = 0/20$) از متغیر ملاک (رفتار اخلاقی) را تبیین می‌کند. نگرش اخلاقی قادر به تبیین ۴ درصد، زیان موقعیتی قادر به تبیین ۲ و هویت اخلاقی قادر به تبیین ۲ درصد از میزان رفتار اخلاقی بودند. این چهار متغیر در مجموع ۲۵ درصد از رفتار اخلاقی را تبیین کردند. سایر متغیرها (سود روانشناختی و زیان روانشناختی) شرایط ورود به معادله رگرسیون را نداشتند و از معادله حذف شدند.

بر اساس جدول ۳، در گام اول متغیر سود موقعیتی وارد معادله رگرسیون شد و ۲۰ درصد واریانس رفتار اخلاقی را تبیین کرد. همچنین مقدار F برای مدل ۱ برابر ۲۳۳/۷۳ با سطح معناداری ۰/۰۰۱ شده است، بنابراین مدل معنادار است و متغیر پیش‌بین به‌خوبی تغییرات متغیر ملاک را تبیین می‌کند.

مقیاس سود و زیان: این مقیاس در سال ۱۴۰۱ توسط دلفان بیرانوند و رشید و براساس طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (هرگز= ۱، خیلی کم= ۲، کم= ۳، متوسط= ۴، زیاد= ۵، خیلی زیاد= ۶، و همیشه= ۷) ساخته شد. مقیاس سود (۳۳ گویه‌ای) شامل دو زیرمقیاس سود روانشناختی و سود موقعیتی و مقیاس زیان (۲۶ گویه‌ای) دارای دو زیرمقیاس زیان روانشناختی و زیان موقعیتی است. پایایی و روایی این مقیاس مطلوب گزارش شده است. در پژوهش حاضر ضریب همسانی درونی با استفاده از آلفای کرونباخ برای کل مقیاس سود ۰/۹۵ و برای خرده‌مقیاس‌های سود روانشناختی و سود موقعیتی به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۹۳ به دست آمد. همچنین ضریب همسانی درونی با استفاده از آلفای کرونباخ برای کل مقیاس زیان ۰/۹۰ و برای خرده‌مقیاس‌های زیان روانشناختی و زیان موقعیتی به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۹۰ دست آمد.

یافته‌ها

یافته‌های جمعیت‌شناختی و توصیفی در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. فراوانی و درصد نمونه مورد مطالعه براساس جنسیت، سن، پایه تحصیلی و رشته تحصیلی (N= ۲۹۸)

متغیرها	فراوانی	درصد	
جنسیت	دختر	۴۳۷	۴۷/۱
	پسر	۴۹۱	۵۲/۹
	۱۵	۱۹۱	۲۰/۶
سن	۱۶	۳۴۴	۳۷/۱
	۱۷	۳۰۹	۳۳/۳
	۱۸	۸۴	۹/۱
پایه تحصیلی	دهم	۴۴۵	۴۸
	یازدهم	۳۰۸	۳۲/۲
	دوازدهم	۱۷۵	۱۸/۹
	تجربی	۴۲۸	۴۶/۱
	ریاضی	۱۷۷	۱۹/۱
	رشته تحصیلی	علوم انسانی	۲۵۰
فنی حرفه‌ای	۶۴	۶/۹	
کار و دانش	۹	۱	

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی و رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شد. ابتدا پیش‌فرض‌های استفاده از مدل رگرسیون بررسی شد. به این ترتیب استقلال خطاها (با آزمون دورین/واتسون)، نرمال بودن

با سطح معناداری ۰/۰۱۶ شده است، بنابراین مدل معنادار است و متغیرهای پیش‌بین به‌خوبی تغییرات متغیر ملاک را تبیین می‌کنند. نهایتاً، در گام چهارم متغیرهای سود موقعیتی، نگرش اخلاقی، زیان موقعیتی و هویت اخلاقی وارد معادله رگرسیون شدند و در مجموع ۲۵ درصد واریانس را برای رفتار اخلاقی تبیین کردند. همچنین مقدار F برای مدل برابر ۴/۴۲ با سطح معناداری ۰/۰۳۶ شده است، بنابراین مدل معنادار است و متغیرهای پیش‌بین به‌خوبی تغییرات متغیر ملاک را تبیین می‌کنند.

در گام دوم متغیر سود موقعیتی و نگرش اخلاقی وارد معادله رگرسیون شدند و در مجموع ۲۴ درصد واریانس را برای رفتار اخلاقی تبیین کرد، مقدار F برای مدل ۲ برابر ۵۶/۰۹ با سطح معناداری ۰/۰۰۱ شده است، بنابراین مدل معنادار است و متغیرهای پیش‌بین به‌خوبی تغییرات متغیر ملاک را تبیین می‌کنند. در گام سوم متغیر سود موقعیتی، نگرش اخلاقی و زیان موقعیتی وارد معادله رگرسیون شدند و در مجموع ۲۵ درصد واریانس را برای رفتار اخلاقی تبیین کردند. همچنین مقدار F برای مدل برابر ۵/۸۲

جدول ۳. رگرسیون گام‌به‌گام عوامل پیش‌بینی‌کننده‌ی رفتار اخلاقی (n=۹۲۸)

گام	متغیر پیش‌بین	R	R مجذور	df	F	B	خطای استاندارد B	Beta	T	sig
اول	سود موقعیتی	۰/۴۵	۰/۲۰۲	(۱ و ۹۲۶)	۲۳۳/۷۳	۰/۵۱	۰/۰۳۳	۰/۴۴	۱۵/۲۸	۰/۰۰۱
	سود موقعیتی	-	-	-	-	۰/۳۴	۰/۰۳۹	۰/۳۰	۸/۸۱	۰/۰۰۱
دوم	نگرش اخلاقی	۰/۵۰	۰/۲۴۷	(۲ و ۹۲۵)	۵۶/۰۹	۰/۲۲	۰/۰۳۰	۰/۲۵	۷/۴۹	۰/۰۰۱
	سود موقعیتی	-	-	-	-	۰/۳۳	۰/۰۳۹	۰/۲۹	۸/۵۳	۰/۰۰۱
سوم	نگرش اخلاقی	-	-	-	-	۰/۲۱	۰/۰۳۰	۰/۲۵	۷/۲۱	۰/۰۰۱
	زیان موقعیتی	۰/۵۰	۰/۲۵۲	(۳ و ۹۲۴)	۵/۸۲	-۰/۱۳	۰/۰۵۶	-۰/۰۷	-۲/۴۱	۰/۰۱۶
چهارم	سود موقعیتی	-	-	-	-	۰/۳۱	۰/۰۴۱	۰/۲۷	۷/۵۹	۰/۰۰۱
	نگرش اخلاقی	-	-	-	-	۰/۱۸	۰/۰۳۳	۰/۲۱	۵/۶۹	۰/۰۰۱
	زیان موقعیتی	-	-	-	-	-۰/۱۲	۰/۰۵۶	-۰/۰۶	-۲/۲۳	۰/۰۲۵
	هویت اخلاقی	۰/۵۰	۰/۲۵۵	(۴ و ۹۲۳)	۴/۴۲	۰/۱۳	۰/۰۶۴	۰/۰۷	۲/۱۰	۰/۰۳۶

سوی افراد افزایش می‌یابد. زمانی که نگرش اخلاقی یک فرد قوی باشد، بهتر می‌تواند در درون نظام اجتماعی رفتار خود را در راستای اخلاق و رفتارهای اخلاقی تنظیم کند (المرز و همکاران، ۲۰۱۳). همچنین افراد با هویت اخلاقی قوی، سطح بالاتری از عملکرد اخلاقی را نشان می‌دهند (پولینگ و همکاران، ۲۰۱۸) و به افراد کمک می‌کند تا خودشان را با نظام ارزشی موجود در جامعه هماهنگ کنند و رفتارهای اخلاق‌مدارانه نشان دهند (لاپسلی، ۲۰۱۵).

در سوی دیگر، اگر انجام دادن رفتارهای اخلاقی مانند صداقت برای افراد از نظر موقعیت و جایگاه و روانشناختی سودآور باشد (سود موقعیتی و سود روانشناختی) و میزان زیان روانشناختی (احساس ترس از دست دادن چیزی) و زیان موقعیتی (از دست دادن جایگاه و موقعیت) ناشی از انجام دادن رفتارهای اخلاقی کم باشد یعنی خسارت زیادی متوجه فرد نشود، احتمال انجام رفتارهای اخلاق‌مداری از سوی افراد در موقعیت‌های گوناگون زندگی افزایش می‌یابد. زیرا دو عامل سود و زیان نقش مهمی در تسهیل و

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف بررسی پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار اخلاقی نوجوانان براساس هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، سود و زیان انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد رابطه هویت اخلاقی، نگرش اخلاقی، سود موقعیتی و سود روانشناختی با رفتار اخلاقی مثبت و معنادار و رابطه زیان موقعیتی و زیان روانشناختی با رفتار اخلاقی منفی و معنادار است. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش پیشین (پولینگ و همکاران، ۲۰۱۸؛ هرترز و کرتناوئر، ۲۰۱۶؛ کرتناوئر، ۲۰۲۰؛ جوکار و حق‌نگهدار، ۱۳۹۵؛ المرز و همکاران، ۲۰۱۳؛ لوسیدی و همکاران، ۲۰۱۷؛ دلفان بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۲؛ چیانگ و لی، ۲۰۱۱؛ قربانخانی و صالحی، ۱۳۹۹؛ حسین‌پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ چارونساپ و همکاران، ۲۰۱۹) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که هرچه نگرش و هویت افراد در زمینه اخلاق و رفتارهای اخلاقی مثبت‌تر باشد، یعنی نگرش اخلاقی و هویت اخلاقی افراد در مورد اهمیت وجود رفتارهای اخلاقی نیرومند باشد احتمال انجام رفتارهای اخلاقی از

بازداری در بروز رفتارهای اخلاقی ایفا می‌کنند (دلفان بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۲).

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که سود موقعیتی، نگرش اخلاقی، زیان موقعیتی، و هویت اخلاقی به ترتیب مهمترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار اخلاقی در میان نوجوانان بودند و این متغیرها در مجموع قادر به پیش‌بینی ۰/۲۵ درصد از واریانس رفتار اخلاقی بودند، که در این میان سهم متغیر سود موقعیتی در پیش‌بینی رفتار اخلاقی بیش از سایر متغیرها بود. این یافته با نتایج به‌دست‌آمده در پژوهش هرترز و کرتناوئر (۲۰۱۶)؛ کرتناوئر (۲۰۲۰)؛ چیانگ و لی (۲۰۱۱) و چارونساپ و همکاران (۲۰۱۹) همسو است. اما در رابطه با نقش متغیرهای سود و زیان در پیش‌بینی رفتار اخلاقی، پژوهشی جهت همسویی یافت نشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت که عامل‌های سود و زیان در مقایسه با هویت اخلاقی و نگرش اخلاقی، بهتر می‌توانند وقوع رفتارهای اخلاقی از سوی افراد را در موقعیت‌های کاری، تحصیلی، و اجتماع تبیین کند. زیرا براساس نتایج پژوهش‌های پیشین، افرادی که دارای نگرش و هویت اخلاقی هستند اغلب درگیری رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند (بازرمن جینو، ۲۰۱۲؛ آکینیو و رید، ۲۰۰۲؛ قربانخانی و صالحی، ۱۴۰۱؛ کاروالو ویلکس، ۲۰۱۱). باوجود اینکه در برخی پژوهش‌ها به هویت اخلاقی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده رفتار اخلاقی اشاره شده است، اما هویت اخلاقی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده عمل اخلاقی بهتر از سایر ساختارهای روانشناختی نیست (هرترز و کرتناوئر، ۲۰۱۶).

در پاسخ به این پرسش که آیا ممکن هست عوامل دیگری به‌غیر از عقلانیت و قضاوت (استدلال اخلاقی)، نگرش و هویت اخلاقی وجود داشته باشد که پیش‌بینی‌کننده رفتارهای اخلاقی از سوی افراد باشند، می‌توان گفت که عامل سود (به‌ویژه سود موقعیتی) و زیان (به‌ویژه زیان موقعیتی) به‌عنوان پیامدهای انجام یک رفتار درست بیش از دو عامل نگرش اخلاق و هویت اخلاقی، می‌توانند وقوع رفتارهای اخلاقی از سوی افراد را پیش‌بینی کنند. زیرا شواهد پژوهشی بیانگر آن است کسانی که هویت اخلاقی بالایی دارند (آکینیو، رید، ۲۰۰۲) غالباً رفتارهای غیراخلاقی نشان می‌دهند (بازرمن جینو، ۲۰۱۲) و افراد با نگرش اخلاقی در انجام رفتار اخلاقی شکست می‌خورند. این چگونه ممکن است؟ بنابراین می‌توان بیان کرد، حتی زمانی که افراد دارای نگرش و هویت اخلاقی باشند در هنگام روبه‌رو داشتن با موقعیت‌های که انجام رفتارهای اخلاقی با پیامد سود و زیان همراه باشد

ممکن است براساس ارزیابی میزان سود و زیان، انجام رفتارهای اخلاقی از سوی افراد منع یا اجرا شود. زیرا تحلیل نظام‌مند سود/زیان (CBA) به افراد امکان می‌دهد که زمان رخ دادن یک رفتار (چه درست و چه نادرست یا چه اخلاقی یا چه غیراخلاقی)، میزان سود و زیان‌هایش را تخمین بزنند و در مورد انجام دادنش تصمیم‌گیری کنند (لوری و پیتسون، ۲۰۱۲).

یافته‌های پژوهش حاضر نقش سود و زیان را در پیش‌بینی رفتار اخلاقی نوجوانان در کنار عامل‌های نگرش و هویت اخلاقی نشان دادند؛ اما ارزیابی مداد کاغذی متغیرها، و محدود بودن نمونه به جامعه‌ی نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله از محدودیت‌های پژوهش حاضر است. این محدودیت‌ها تعمیم نتایج را به سایر گروه‌های سنی با محدودیت مواجه می‌سازد. ازاین‌رو لازم است پژوهشگران در تعمیم‌پذیری نتایج این پژوهش احتیاط کنند.

با توجه به اهمیت رفتارهای اخلاقی برای تأمین سلامت روانی، جسمی و افزایش رفاه و شادکامی جوامع، و اینکه دو عامل سود و زیان باعث می‌شوند تا افراد با نگرش و هویت اخلاقی در موقعیت‌های واقعی زندگی برخلاف نگرش و هویتشان در مورد انجام رفتارهای اخلاقی تصمیم‌گیری کنند- یعنی اگر انجام یک رفتار اخلاقی در یک موقعیت با زیان بیش‌تر و با سود کم‌تر همراه باشد، حتی زمانی که فرد از نظر هویت و نگرش در سطح مطلوبی باشد، انجام رفتار اخلاقی از سوی فرد بازداری می‌شود و ممکن است به سمت رفتارهای غیراخلاقی سودآور تمایل نشان دهد- پیشنهاد می‌شود که مراحل تحول شکل‌گیری ارزیابی سود و زیان در پژوهش‌های طولی و مقطعی در گروه‌های سنی مختلف بررسی شود. همچنین پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی به دنبال شناسایی عواملی باشند که بتوان براساس آن‌ها پیامدهای درازمدت روانشناختی و موقعیتی باشند که ارزیابی سود و زیان به هنگام انجام رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی به دنبال دارد تنظیم و کنترل کرد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش: این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری آرزو دلفان بیرانوند در رشته‌ی روانشناسی تربیتی در دانشکده‌ی علوم اقتصادی و اجتماعی دانشگاه بوعلی سینا همدان به تاریخ تصویب پروپوزال ۴ اردیبهشت ۱۴۰۰ است. مجوزهای لازم برای اجرای پژوهش از مراجع مربوطه اخذ شده است. ضمناً اصول اخلاقی همچون رضایت آگاهانه و داوطلبانه، کمترین احتمال خطر، و محرمانگی در این پژوهش رعایت شده است.

حامی مالی: این پژوهش با هزینه‌ی شخصی دانشجو انجام شده است.

نقش هر یک از نویسندگان: نویسنده‌ی نخست، پژوهشگر اصلی، نویسنده‌ی دوم، استاد راهنما، و نویسندگان سوم و چهارم، اساتید مشاور هستند.

تضاد منافع: بدین‌وسیله نویسندگان اعلام می‌دارند که این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی را در بر ندارد.

تشکر و قدردانی: بدین‌وسیله از همه‌ی شرکت‌کنندگان در این پژوهش و نیز کارکنان اداره‌ی آموزش و پرورش و مدیران مدارس شهر همدان تشکر و قدردانی می‌گردد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Abdollahpour, R., Pirani, Z., Sarmadi, M. R., & Seifi, M. (2019). The effect of philosophy program for children (FABAK) on students' moral attitude and explanation of its components from the point of view of Qur'an. *Research on issues of Islamic education*, 27 (43), 113-143. (Persian). <http://ensani.ir/fa/article/410292>
- Ahadi, H., & Jamhari, F. (2014). *Psychology of adolescent and adulthood (Youth, Middle Age, Elderly) development*. Ayandeh Derakhshan publication, sixth edition. (Persian) <https://www.agahbookshop.com>
- Aquino, K., & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1423-1440. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action. A social cognitive Theory*. Prentice-Hall. https://books.google.com/books/about/Social_Foundations_of_Thought_and_Action.html?id=HJhqAAAMA AJ
- Bazerman, M. H., & Gino, F. (2012). Behavioral ethics: toward a deeper understanding of moral judgment and dishonesty. *Annual Review of Law and Social Science*, 8, 85-104. <https://doi.org/10.1146/annurev-lawsocsci-102811-173815>
- Blasi, A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. *Psychological Bulletin*, 88, 1-45. [https://doi.org/10.1016/0273-2297%20\(83\)90029-1](https://doi.org/10.1016/0273-2297%20(83)90029-1)
- Briñol, P., Petty, R. E., & Stavradi, M. (2019). Structure and Function of Attitudes. *Social Psychology*, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.320>
- Carvalho Wilks, D. (2011). Attitudes towards unethical behaviours in organizational settings: an empirical study. *Ethics in Progress Quarterly ethicsinprogress*, 2(2), 9-22. <https://DOI:10.14746/eip.2011.2.1>
- Charoensap, A., Virakul, B., Senasu, K., & Ayman, R. (2019). Effect of ethical leadership and interactional justice on employee work attitudes. *Journal of leadership studies*, 12(4), 26-7. <https://doi.org/10.1002/jls.21574>
- Chen, C., Martínez, R. M., Chen, Y. C., Fan, Y. T., & Cheng, Y. (2022). The neural mediators of moral attitudes and behaviors. *Behavioural brain research*, 430, 113934. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2022.113934>
- Chiang, L., & Lee, B. (2011). Ethical Attitude and Behaviors Regarding Computer Use. *Ethics and Behavior*, 21(6), 481-497. <https://doi.org/10.1080/10508422.2011.622181>
- Delfan Beiranvand, A., Rashid, Kh., Yaghoubi, A., & Kordnoghahi, R. (2022). Facilitating and Preventing Factors in Moral and Immoral Behaviors Based on the Implicit Theories of the Iranian People: The Role of Benefit and Costs. *Journal of Fundamentals of Mental Health*, in press. <https://jfmh.mums.ac.ir/?lang=en>
- Delfan Biranvand, A., & Rashid, Kh. (2022). Constructing, validating, and standardizing the Moral Behavior Scale among adolescents. *Iranian Journal of Educational Sociology*, In Press. <http://www.iase-jrn.ir/journal/authors.note?lang=en>
- Delfan Biranvand, A., & Rashid, Kh. (2022). Constructing, validating, and standardizing the Benefit and Cost Scale among adolescents. *Educational Measurement*, In Press. <https://jem.atu.ac.ir/?lang=en>
- Delfan Biranvand, A., & Rashid, Kh. (2022). Constructing, validating, and standardizing the Moral Attitude Scale among adolescents. *Psychological Methods and Models*, In Press. <http://jpmmm.marvdasht.iau.ir/>
- Ellemers, N., van der Toorn, J., Paunov, Y., & van Leeuwen, T. (2019). The Psychology of Morality: A Review and Analysis of Empirical Studies Published From 1940 Through 2017. *Personality and social psychology review: an official journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 23(4), 332-366. <https://doi.org/10.1177/1088868318811759>
- Ellemers, N., & van Nunspeet, F. (2020). Neuroscience and the social origins of moral behavior: how neural underpinnings of social categorization and conformity affect every day Moral and Immoral Behavior. *Current Directions in Psychological Science*, 29(5), 513-520. <https://doi.org/10.1177/0963721420951584>
- Ellemers, N., Pagliaro, S., & Barret, M. (2013). Morality and behavioral regulation in groups: A social identity approach. *European Review of Social Psychology*, 24, 160-193. <https://doi.org/10.1080/10463283.2013.841490>
- Franke, G. R., & Nadler, S. S. (2008). Culture, economic development, and national ethical attitudes. *Journal*

- of Business Research*, 61(3), 254–264. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.005>
- Geeta, M., Pooja, J., & Mishra, P. N. (2016). Ethical Behaviour in Organizations: A Literature Review. *Journal of Research in Business and Management*, 4(1), 1-6. <http://www.questjournals.org>
- Ghorbankhani, M., Salehi, K., & Moghaddamzadeh, A. (2020). Construction of a Standardized Questionnaire to Detect the Pseudo Evaluation in Elementary Schools. *Journal of Educational Sciences*, 27(2), 91-116. <https://doi.org/10.22055/edus.2020.35053.3114>
- Ghorbankhani, M., & Salehi, K. (2021). A Phenomenological Approach to the Study of Obstacles of Creation of Knowledge in Humanities Based on the Perception and Lived Experience of the University Elites and Scholars. *Strategy for Culture*, 13(52), 75-110. <https://doi:10.22034/jsfc.2021.126583>
- Ghorbankhani, M., & Salehi, K. (2022). Explanation the deterrent dysfunctions of scientific authority in the humanities. *Iranian Pattern of Progress*, 10(3), <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23295599.1401.10.3.6.4>
- Gibbs, J. C. (2013). *Moral development and reality: Beyond the theories of Kohlberg*. Oxford University Press. <https://DOI:10.1093/acprof:osobl/9780199976171.001.0001>
- Gino, F. (2015). Understanding ordinary unethical behavior: why people who value morality act immorally. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 107–111. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2015.03.001>
- Hardy, S. A., Bean, D. S., & Olsen, J. A. (2014). Moral identity and adolescent prosocial and antisocial behaviors: Interactions with moral disengagement and selfregulation. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(8), 1542-1554. <https://doi:10.1007/s10964-014-0172-1>
- Hardy, S. A., Francis, S. W., Zamboanga, B. L., Kim, S. Y., Anderson, S. G., & Forthun, L. F. (2013). The roles of identity formation and moral identity in college student mental health, health-risk behaviors, and psychological well-being. *Journal of Clinical Psychology*, 69(4), 364-382. <https://doi:10.1002/jclp.21913>
- Hertz, S. G., & Krettenauer, T. (2016). Does moral identity effectively predict moral behavior? A meta-analysis. *Review of General Psychology*, 20(2), 129-140. <https://doi.org/10.1037%2Fgpr0000062>
- Hiro, T. Y., & Yamamoto, T. (1995). “Statistical inference in vector auto regressions with possibly integrated processes”. *Journal of Econometrics*, 66(1-2), 225–250. <https://www.econbiz.de/Record/statistical-inference-in-vector-autoregressions-with-possibly-integrated-processes-toda-hiro/10005192470>
- Hosseinpour, S., Jamshidi, M., & Hassanzadeh, M. S. (2020). Explaining the mediating role of moral attitude in the relationship between individual values and the desire to ethical behavior among education staff in Guilan province. *New research approaches in management and accounting*, 4(37), 171-184. (Persian) <https://ensani.ir/fa/article/432709>
- Jahangirzadeh, M. R. (2011). Cognitive-Transformative Perspectives in Moral Development. *Moral Knowledge*, 2(4), 101-12. <http://ensani.ir/fa/article/306101>
- Jia, F., & Krettenauer, T. (2017). Recognizing Moral Identity as a Cultural Construct. *Frontiers in psychology*, 8, 412. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00412>
- Jokar, B., & Hagh Neghdar, M. (2016). The Relationship between Moral Identity and Academic Dishonesty: A Study of the Gender Adjustment Role. *Education and Learning Studies*, 8(2), 143–162. (Persian). <http://ensani.ir/fa/article/371015>
- Kadivar, P. (2004). *Educational Psychology*. Agah. (Persian) <https://www.agahbookshop.com/search>
- Kingsford, J. M., Hawes, D. J., & De Rosnay, M. (2018). The moral self and moral identity: Developmental questions and conceptual challenges. *British Journal of Developmental Psychology*, 36(4), 652-566. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12260>
- Kochanska, G., & Aksan, N. (2006). Children’s conscience and self-regulation. *Journal of Personality*, 74, 1578-1618. <https://DOI:10.1111/j.1467-6494.2006.00421>
- Koenig, A. L., Cicchetti, D., & Rogosch, F. A. (2004). Moral development: The association between maltreatment and young children’s prosocial behaviors and moral transgressions. *Social Development*, 13, 87-106. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2004.00258>
- Krettenauer, T. (2020). Moral identity as a goal of moral action: A Self-Determination Theory perspective. *Journal of Moral Education*, 21-24. <https://doi.org/10.1080/03057240.2019.1698414>
- Krettenauer, T., Murua, L. A., & Jia, F. (2016). Age-related differences in moral identity across

- adulthood. *Developmental Psychology*, 52, 972–984. <https://doi.org/10.1037/dev0000127>
- Lapsley, D. (2015). Moral identity and developmental theory. *Human Development*, 58(3), 164–171. <https://doi.org/10.1159/000435926>
- Lotfabadi, H. (2009). Psychology of moral, religious and value development in adolescence and youth. *Journal of the seminary and university*, 29, 3–16. (Persian) <http://ensani.ir/fa/article/46220>
- Lovett, B. J. (2010). Levels of moralisation: a new conception of moral sensitivity. *Journal of moral education*, 39, 175–189. <https://doi.org/10.1080/03057241003754914>
- Lowry, R., & Peterson, M. (2011). Cost-benefit analysis and non-utilitarian ethics. *Politics, Philosophy & Economics*, 11(3), 258–279. <https://doi.org/10.1177/1470594X11416767>
- Lucidi, F., Zelli, A., Mallia, L., Nicolais, G., Lazuras, L., & Hagger, M. S. (2017). Moral Attitudes Predict Cheating and Gamesmanship Behaviors among Competitive Tennis Players. *Frontiers in Psychology*, 8, 571. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.00571>
- Lupuleaca, Z. L., Lupuleaca, S., & Rusua, C. (2012). Changing ethical behavior in times of economic crisis in Organizations. *Procedia Economics and Finance*, 3, 921–927. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00251-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00251-1)
- Meta, L., Clipa, O., Tzafilkou, K. (2020). The development and Validation of a Scale to measure university teachers' attitude towards ethical use of information technology for a sustainable Education. *Sustainability*, 12, 6268. <https://doi.org/10.3390/su12156268>
- Piaget, J. (1934). *The moral judgement of the child*. Harcourt. <https://philpapers.org/rec/PIATMJ-2>
- Pohling, R., Diessner, R., & Strobel, A. (2018). The role of gratitude and moral elevation in moral identity development. *International Journal of Behavioral Development*, 42(4), 405–415. <https://doi.org/10.1177/0165025417727874>
- Rai, T. S., & Holyoak, K. J. (2013). Exposure to moral relativism compromises moral behavior. *J Experimental Soc Psychol*, 49(6), 995–1001. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.06.008>
- Rice, F. P. (2001). *Human development: a lifespan approach*, 4th Ed. <https://www.amazon.com/Human-Development-Life-Span-Philip-Rice/dp/0023997656>
- Jabbari, Sh., Nikbakhsh, R., Afarinesh, A., & Sharififar F. (2022). The moderators of moral identity in the impact of high-performance work systems on immoral Unethical pro-organizational behaviors. *Journal of Psychological Science*, 21(112), 781–796. <http://dx.doi.org/10.52547/JPS.21.112.781>
- Khatibzadeh, N., Sabet, M., Dortaj, F., & Bagheri, N. (2022). Compare the effect of social cognitive training & coaching on moral behavior in girl students of high/secondary school. *Journal of Psychological Science*, 21(110), 367–381. <http://dx.doi.org/10.52547/JPS.21.110.367>