

آیا قدرت، ذهن را فاسد می‌کند؟ تأثیر قدرت بر استدلال اخلاقی و رفتار منفعت‌طلبانه

ترجمه شده توسط: مهدیه حمزه ئی^۱

^۱ دکترای تخصصی علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

چکیده

این مقاله به یک آزمایش تجربی می‌پردازد، آزمایشی انگیزشی که می‌کوشد به پاسخی برای این دو سؤال دست یابد: آیا قدرت رهبران بر شکل‌گیری استدلال ایشان پیرامون مسائل اخلاقی تأثیر می‌گذارد و آیا چنین استدلال‌هایی متعاقباً بر بروز رفتار منفعت‌طلبانه از سوی رهبران مؤثر است؟ در این یک آزمایش از دو مؤلفه برای تحریک و دستکاری قدرت رهبراستفاده شده است: تعداد پیروانی که بر آنها قدرت اعمال می‌شود (قدرت بر تعداد پیروان بیشتر در مقابل پیروان کمتر) و تعداد گزینه‌هایی که رهبران برای اعمال اراده خود بر دیگران در اختیار دارند. نتایج حاکیست برخورداری از قدرت بر تعداد پیروان بیشتر، استدلال‌های اخلاقی رهبران را کاهش می‌دهد درحالی که برخورداری از قدرت بالاتر در اعمال اراده به آنها امکان می‌دهد درگیر رفتارهای منفعت‌طلبانه شوند. همچنین شواهدی وجود دارد دال اینکه با کاهش استدلال‌های اخلاقی احتمال بروز رفتارهای منفعت‌طلبانه افزایش می‌یابد. اما تأثیر قدرت به واسطه متغیر استدلال اخلاقی نیست بلکه قدرت، نفع شخصی را در داخل و خارج از کانتکست اختیارات، فعال می‌کند. همچنین طبق یافته‌های این تحقیق، استدلال اخلاقی یک فرآیند شناختی پایدار نیست بلکه ممکن است نشانگر یک راه فرعی باشد که از طریق آن قدرت بر رفتار منفعت‌طلبانه تأثیر می‌گذارد.

واژه‌های کلیدی: قدرت، استدلال اخلاقی، توسعه اخلاقی، رفتار منفعت‌طلبانه

مقدمه

« من نمی خواستم مرتکب جرم شوم. مسلماً قصد نداشتم به کسی آسیب بزنم. وقتی در انرون کار می کردم یک جوهرهایی قهقرمان بودم چون من بودم که به شرکت کمک کردم هر سه ماه یکبار شماره هایش را بسازد. و فکر می کردم کار خوبی می کنم. فکر می کردم باهوشم. اما نبودم». (اندی فاستو - مدیر مالی سابق انرون) (Elkind, 2013)

قدرت می تواند برای صاحبان خود، مزایا و منافع فراوانی به ارمغان بیاورد مانند دسترسی به منابع ارزشمند یا استقلال در تصمیم گیری. با این حال، نمونه بالا یکی از فراوان نمونه های واقعی احتمال فسادزایی قدرت است. در مقاله پیش رو، از یک طرح تجربی برای دستکاری قدرت استفاده شده و یک رویکرد نظری جدید ارائه می شود برای اینکه بدانیم آیا ممکن است قدرت دچار فساد شود و چرا؟ به طور خاص، ما بررسی می کنیم چگونه قدرت، به معنای «برخورداری از اختیار و ابزار لازم برای اعمال نامتقارن اراده خود بر دیگران» (Sturm & Antonakis, 2015)، بر مشارکت رهبران در رفتاری که به ضرر دیگران و به نفع خود است (که از اینجا به بعد رفتار منفعت طلبانه می نامیم) تأثیر می گذارد. این را هم می آزمایشیم که آیا قدرت، تفکر پیرامون مسائل اخلاقی را شکل می دهد، یعنی فرایندی که به عنوان استدلال اخلاقی شناخته می شود و می تواند مکانیزم احتمالی توضیح دهنده چرایی بروز رفتار منفعت طلبانه تر تحت تأثیر عامل قدرت باشد.

اگرچه رفتار منفعت طلبانه همواره غیراخلاقی نیست، به استانداردهای اخلاقی سازمانها پیوند داده شده و پژوهشگران خواهان مطالعات بیشتری درباره این نوع رفتار و به خصوص « تفکر موجود در پس و پشت رفتارهای منفعت طلبانه افراد» هستند (Kish-Sande, Ellard, & Ross, 1986; Schaerer, 2014; Gephart, Detert, Treviño, Baker, & Martin, 2014, p. 267). با توجه به اینکه پیامدها و دامنه تأثیرگذاری تصمیمات قدرتمداران با کسانی که از قدرت کمتری برخوردارند، بیشتر و گسترده تر است (du Plessis, Yap, & Thau, 2018; Van Vugt, 2006). شناخت فرایندهای مؤثر بر تصمیم گیری قدرتمداران حائز اهمیت است. با این حال، تا امروز، رابطه بین قدرت و استدلال اخلاقی به خوبی شناخته نشده است (Bendahan, Zehnder, 2015; Pralong, & Antonakis, 2015). چون کار قبلی پیرامون قدرت (که به منزله جایگاه سلسله مراتبی در سازمانها سنجیده می شود) و استدلال اخلاقی همبستگی است. (Weber, 1990, 1992; Ponemon, 1990, 1992; Elm & Nichols, 1993; Weber & Wasieliski, 2001). بنابراین نمی توان از کار قبلی نتیجه گرفت که آیا قدرت بر استدلال اخلاقی تأثیر می گذارد، آیا افرادی که استدلال اخلاقی خاصی را به کار می برند احتمال بیشتری دارد که در پی جایگاههای بالاتر قدرت

^۱- Enron

^۲- Andy Fastow

باشند یا اینکه آیا متغیر سومی هم بر استدلال اخلاقی و هم بر قدرت تأثیر می‌گذارد (Treviño & Weaver, 2003; Treviño, Weaver, & Reynolds, 2006). ما با دستکاری دو بُعد از قدرت رهبر (قدرت بر دیگران؛ یک نفر در مقابل سه پیرو و قدرت نسبت به تحمیل اراده خود: اختصاص سه سهم در مقابل چهار سهم) استفاده می‌کنیم که بازنمودی از ویژگی‌های اصلی قدرت هستند (Sturm & Antonakis, 2015) همانطور که در سازمانها وجود دارد (به طور مثال، تعداد گزارشهای مستقیم، Mintzberg, 1979; Sherman et al., 2012؛ قدرت اجبار در مقابل قدرت پاداش، French & Raven, ۱۹۵۹). ما می‌آزماییم که آیا این دو بعد از قدرت رهبر بر استدلال اخلاقی و رفتار مبتنی بر نفع شخصی تأثیرگذار است یا خیر؟

این پژوهش برای شناخت ما از استدلال اخلاقی نیز کاربردهایی دارد. به مدت دهها سال تصور می‌شد که استدلال اخلاقی فرآیندی ثابت است که با افزایش سن به تدریج اصولی‌تر می‌شود؛ خودمحوری‌اش کاهش می‌یابد و به طرز قابل اطمینانی می‌توان پیش‌بینی کرد که موجب بروز رفتارهایی می‌شود که هم به نفع شخص و هم به نفع دیگران است (در این زمینه بنگرید به Loe, Mansfield, Ferrell, & Mansfield, 2000; O'Fallon & Butterfield, 2005; Tenbrunsel & Smith-Crowe, ۲۰۰۸). در این راستا ما نظرات آزمایش نشده را مورد مطالعه قرار می‌دهیم، نظراتی مبنی بر اینکه عوامل موجود در کانتکست می‌توانند بر استدلال افراد پیرامون معضلات اخلاقی تأثیر بگذارند (ر.ک. Krebs & Denton, ۲۰۰۵). ما بررسی می‌کنیم که آیا قدرت بر استدلال اخلاقی تأثیرگذار است یا خیر. بعلاوه، کار قبلی در مورد رابطه بین استدلال اخلاقی و رفتار اخلاقی، همبستگی است. این امر نتیجه‌گیری در مورد ترتیب علی این روابط را غیرممکن می‌کند. آزمایش ما با استفاده از دستکاری‌های تجربی قدرت به عنوان متغیر ابزاری، امکان ارزیابی تأثیر علی استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه را به طور شفاف و بدون ابهام فراهم می‌آورد.

چارچوب نظری

استدلال اخلاقی و نظریه رشد اخلاقی

تأثیرگذارترین نظریه چه در زمینه استدلال اخلاقی و چه در حوزه روانشناسی اخلاقی نیمه دوم قرن بیستم، نظریه رشد اخلاقی کلبِرگ (۱۹۶۹) است. از نظر کلبِرگ، قضاوت اخلاقی انسان درباره درست یا نادرست بودن امور از چگونگی استدلال او درباره مسائل اخلاقی ناشی می‌شود. سازه رشد اخلاقی منعکس‌کننده ساختارهای شناختی‌ای است که افراد برای توجیه علت اخلاقی دانستن امری به کار می‌برند. یکی از شاخصه‌های اصلی استدلال او این است که توانایی استدلال افراد پیرامون مسائل اخلاقی از دوره کودکی به بعد و مطابق سلسله‌مراتبی کاملاً مشخص، در شش مرحله متوالی و بازگشت‌ناپذیر، رشد می‌کند

^۳-Power over and power to

(Colby et al., 1983; Kohlberg & Kramer, 1969; Nisan & Kohlberg, 1982; Rest, 1975; White, Bushnell, & Regnemer, 1978).

در مرحله اول، استدلالگران اخلاقی را پیامدهای عینی اعمال آنها اعم از پاداش یا مجازات هدایت می‌کند. هر عملی که در راستای تأمین منافع فرد باشد، عادلانه و اخلاقی تلقی می‌شود. مرحله دوم استدلالهای اخلاقی بر اساس نوعی مقابله به مثل است (تو این کار را برای من انجام بده و من هم آن کار را برایت انجام خواهم داد). مراحل یک و دو را اصول اخلاقی پیش‌عرفی یا پیش‌قراردادی می‌نامند چراکه اساس استدلال اخلاقی در این دو مرحله، نفع شخصی است و از این رو، پایین‌ترین سطح مهارت استدلال لحاظ می‌شوند.

مراحل سوم و چهارم، دسته اخلاق متعارف را شکل می‌دهند که بر خلاف دسته قبل (استدلالهای پیش‌عرفی یا استدلالهای پیش‌قراردادی) کمتر خودمحور و بیشتر دگرمحورند، البته به شیوه‌ای نسبتاً ابزاری. استدلالگران در مرحله ۳ در مرحله سوم، در پی جلب نظر و تأیید افراد مهم مانند اعضای خانواده و دیگران هستند. سنگ محک قضاوت آنها درباره درست یا نادرست بودن یک عمل اخلاقی، آن چیزی است که تصور می‌کنند مورد تأیید اجتماعی است و اعتماد دیگران را جلب می‌کند [همرنگی با جماعت]. استدلالگران اخلاقی در مرحله ۴ طیف وسیع‌تری از هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی، قانونی یا مذهبی جامعه را یک کاسه می‌کنند [به عبارت دیگر، جامعه را یک کل در نظر می‌گیرند و برای حفظ نظم اجتماعی و نزدیک شدن به مراجع قدرت اخلاقی نه الزاماً کسب تأیید خانواده و نزدیکان، هر آنچه مورد تأیید و تصویب مراجع قدرت است و اخلاقی محسوب می‌شود را تأیید، توجیه و از آن حمایت می‌کنند].

مبنای استدلال اخلاقی افراد در مرحله پنجم، رفاه اجتماعی است و نهایتاً در مرحله ششم، هدف آنها ترکیب قوانین اجتماعی با اصول جهانی عدالت و مراقبت از سعادت جمعی است. مراحل ۵ و ۶ را در یک دسته یعنی اخلاق فراقراردادی (پس‌عرفی-اخلاقی) قرار می‌دهند. افراد در این سطح که شامل پیچیده‌ترین و اصولی‌ترین استدلالهای اخلاقی است، در برخورد با مسائل اخلاقی، مستقل‌تر عمل می‌کنند چراکه هنگام تصمیم‌گیری درباره درست یا نادرست بودن عملی، از نیاز به تأیید و برآورده کردن نیازها و انتظارات و تمایلات دیگران و نیز برآوردن نفع شخصی خود از طریق اجتناب از مجازات یا کسب پاداش فراتر می‌روند.

نظریه کلبِرگ شاید به خاطر نفوذ و تأثیرگذاری در زمینه استدلال اخلاقی مورد انتقاد قرار گرفته و اصلی‌ترین انتقاد نسبت به نظریه او در مورد ویژگی سلسله‌مراتبی، پیش‌رونده، اکتسابی و بازگشت‌ناپذیر بودن مراحل رشد اخلاقی به مراحل قبلی بوده است (Krebs, Denton, Vermeulen, Carpendale, & Bush, 1991; Siegler, 1997). با این حال، دهها سال پژوهش تجربی، توسعه متوالی رشد اخلاقی را مورد تأیید قرار می‌دهند (پیرامون مطالعات طولی نگاه کنید به Kohlberg et al., 19۸۳).

کرده‌اند که افراد ترجیح می‌دهند در بالاترین سطح اکتسابی استدلال کنند (Treviño, 1992). و برخی تحقیقات نیز ثابت کرده‌اند که افراد ترجیح می‌دهند در بالاترین سطح اکتسابی استدلال کنند (Treviño, 1992).

با این حال، برخی مطالعات از نشانه‌هایی دال بر رگرسیون خطی حکایت دارند (Holstein, 1976). وبر (۱۹۹۰) نشان داد که مدیران در تصمیم‌گیری پیرامون مخمصه‌های تجاری کمتر از استدلال اخلاقی بهره می‌گیرند تا مخمصه‌های غیرتجاری (در مورد یافته‌های مشابهی پیرامون ورزش نیز ر.ک. Bredemeier & Shields, 198۴، ۱۹۸۶). به همین نحو، وبر (۱۹۹۶) دریافت که مدیران در واکنش به دوره‌ها یا مخمصه‌هایی که آسیب‌های روانی در پی دارند کمتر از استدلال‌های اخلاقی استفاده می‌کنند تا آسیب‌های فیزیکی. کرس و دنتون (۲۰۰۵) با توجه چنین یافته‌هایی این گونه استدلال کردند که رشد اخلاقی را نه به‌عنوان مراحل پیشرفت استدلال، بلکه به‌عنوان بسط ساختارهای اندیشه انسان در باب مسائل اخلاقی باید در نظر گرفت. با تعریف رشد اخلاقی بر مبنای ساختارها، این موضوع روشن‌تر می‌شود که افراد ساختارهای استدلال اخلاقی را که قبلاً کسب کرده‌اند، رها نمی‌کنند. بنابراین، ممکن است فردی یک استدلال پس‌عرفی داشته باشند اما گاهی نیز در مورد مسائل اخلاقی به شیوه تعارفی استدلال کند. از این رو، ساختار شناختی رشد اخلاقی ممکن است نه ثابت بلکه تا حدودی منعطف باشد و به صورت بالقوه تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای خارج از کانتکست معضل/دوره قرار گیرد.

متأسفانه، تحقیقات موجود تا کنون، ندرتاً به احتمال تأثیرگذاری عوامل زمینه‌ای بر استدلال اخلاقی توجه داشته‌اند. در واقع، تا جایی که می‌دانیم، تنها ریل، بیلی و استول (۱۹۹۸) به بررسی عوامل زمینه‌ای خارج از محتوای معضل/دوره پرداخته‌اند. طبق بررسی آنها، دانش‌آموزان در گیر و دار یک بازی رقابتی از ساختارهای سطحی‌تر استدلال اخلاقی استفاده می‌کنند تا قبل از بازی. با این حال، استفاده از ابزارهای مختلف برای ارزیابی استدلال اخلاقی قبل و حین بازی، مانع از مقایسه جامع استدلال اخلاقی بین دو مقطع زمانی می‌شود. در بخش‌های بعد خواهیم گفت که قدرت عامل مهمی است اما یک عامل اجتماعی- زمینه‌ای کمتر شناخته شده است که می‌تواند بر اصول استدلال اخلاقی قدرتمداران تأثیر کاهشی یا تضعیف‌کننده داشته باشد.

قدرت، نفع شخصی، و استدلال اخلاقی

همانطور که گفته شد ما قدرت را میزان اختیارات فرد و ابزاری که وی برای تأثیرگذاری بر دیگران و همسو کردن آنها با خود دارد، تعریف کردیم (Sturm & Antonakis, 2015). این تعریف دو مؤلفه مهم قدرت را برجسته می‌سازد: قدرت اعمال اراده و قدرت خود بر دیگران. به ویژه، مقصود از قدرتی که به میزان اختیار اشاره دارد، در اینجا تعداد گزینه‌های پرداختی (payout options) است یعنی قدرتی که رهبران برای اعمال اراده خود بر دیگران به کار گیرند در حالی که قدرت بر دیگران به تعداد افراد (در این جا پیروان) اشاره دارد که تابع و متأثر از اقدامات او هستند. پس منظور از قدرت بالا برخورداری از تعداد گزینه‌های انتخابی بیشتر در پرداخت و تعداد پیروان بیشتر است (همچنین نک. Bendahan et al., 2015).

ادبیات پژوهش پیرامون قدرت نشان می‌دهد که قدرت، زمینه‌ساز درگیر شدن صاحب قدرت در رفتار منفعت‌طلبانه است. به عنوان مثال، ون دایک، دی کرمر و هندگراف (۲۰۰۴) دریافتند که قدرت تمایل افراد را به استفاده از اطلاعات به نفع خود و تخصیص سهم بیشتر به خود در بازی اولتیماتوم افزایش می‌دهد. ون دایک و دیگران (۲۰۰۸) در کانتکست بازی دیکتاتور دریافتند که برخورداری از قدرت بالاتر موجب افزایش منفعت‌طلبی صاحبان قدرت می‌شود، اگرچه این تأثیر هنگام مواجهه صاحب قدرت با یک فرد کاملاً بی‌قدرت کاهش می‌یابد. بندهان و دیگران (۲۰۱۵) نشان دادند که رهبران برخورداری از قدرت بالاتر (تعداد پیروان بیشتر و گزینه‌های اختیاری بیشتر)، احتمال بیشتری دارد تصمیماتی اخذ کنند که موجب پرداخت سود کمتر به پیروان و افزایش سود خودشان می‌گردد. دوبویس، راکر و گالینسکی (۲۰۱۵) دریافتند که قدرت موجب صرف هزینه بیشتر برای خود می‌شود. جایی که پای نفع شخصی در میان باشد قدرت موجب افزایش رفتارهای غیراخلاقی نظیر دروغگویی می‌شود اما وقتی نفع دیگران مطرح باشد، موجب کاهش رفتار غیراخلاقی می‌شود. لامرز و استپل (۲۰۰۹) نیز دریافتند که وقتی تصمیمی به نفع صاحب قدرت باشد، اتکای قدرت به چارچوب اخلاقی نتیجه‌محور افزایش پیدا می‌کند اما در مواقعی که صاحب قدرت از تصمیم متأثر نمی‌شود، قدرت به چارچوب اخلاقی قانون‌محور بیشتر اتکا می‌کند.

اثرات قدرت بر رفتار منفعت‌طلبانه را می‌توان از دریچه پژوهشهایی شناخت که نشان می‌دهند قدرت، شبکه‌های شناختی، علی‌الخصوص نوع هدف‌محور آنها را فعال می‌کند (Bargh, Raymond, Pryor, & Strack, 1995; Smith & Galinsky, 2010; Tost, 2015; Galinsky, Gruenfeld, & Magee, 2003; Guinote, 2007a, 2007b, 2008, 2017). یک شبکه شناختی بیانگر ارتباطی است که به طور ناخودآگاه آموخته شده و پس از فعال شدن ناگهانی، به کانتکستهای مختلف تسری می‌یابد (Luchins, 1942) و می‌تواند حتی امور نامرتبط را از خود متأثر سازد (Smith & Galinsky, 2010). صورت ذهنی تداعی این است که به مرور زمان، تجربیات مستقیم یا غیرمستقیم افراد در ارتباط با قدرت، مجموعه‌ای از تداعی‌های شناختی، عاطفی و حتی رفتاری آموخته‌شده را پیرامون مفهوم قدرت به وجود آورد و این تداعی‌ها در حافظه ذخیره می‌شوند (Smith & Galinsky, 2010; Tost, 2015). بالاخص، نفع شخصی، یعنی تمرکز بر منفعت خود، نمایانگر هدفی فراگیر است که تأثیری شدید و ناخودآگاه بر قضاوت و رفتار دارد (Moore & Loewenstein, 2004; Moore, Tetlock, Tanlu, & Bazerman, 2006) و طیفی از پژوهشهای مختلف حاوی شواهد بسیاری برای چنین ادعایی هستند. به طور مثال، پژوهشها پیرامون تخلیه نفس نشان می‌دهند که آدمها وقتی پای منافع کوتاه‌مدت خودشان مانند جبران خدمت بالاتر در میان باشد و

^۴- ultimatum game

^۵- dictator game

^۶- ego depletion

هنگامی که منابع شناختی‌شان تحلیل می‌رود، بیشتر درگیر رفتارهایی مانند دروغ‌گویی یا فریبکاری می‌شوند تا وقتی منافع دیگران در میان باشد (Gino, 2011; Schweitzer, Mead, & Ariely, Barnes, Schaubroeck, Huth, & Ghumman, 2011; Shalvi, Eldar, & Bereby Meyer, 2012-۲۰۱۱). تحقیقات روانشناسی عصب‌شناختی (نوروسیکولوژی) شواهد بیشتری فراهم می‌آورند از اینکه گرایش آدمها به طور خودکار در راستای منافع شخصی آنهاست. تلاش برای نادیده گرفتن تمایلات منفعت‌طلبانه، نواحی مرتبط با خودکنترلی را در مغز فعال می‌کند (Greene & Paxton, 2010). در مجموع، قدرت، شبکه‌شناختی مربوط به حفظ منافع شخصی انسان را فعال می‌کند.

اثر قبلی با موضوع قدرت حاکیست شبکه‌های شناختی متمرکز بر هدف، واکنش صاحبان قدرت را هدایت می‌کنند آن هم نه تنها در کانتکستی که قدرت در آن حفظ می‌شود (Guinote, 2007a, 2008) بلکه حتی خارج از آن (Galinsky et al., 2003; Guinote, 2007b; Wiltermuth & Flynn, 2013). به طور مثال، گالینسکی و دیگران (۲۰۰۳) دریافتند که افراد دارای قدرت بالاتر بیشتر محتمل است که در بازی بلک جک (blackjack game) کارتی نامرتبط با نقش قدرت خود بگیرند تا افرادی که در موضع ضعف قرار دارند. گالینسکی و همکارانش این اثر را بر اساس ارتباط شناختی میان مفهوم قدرت و گرایش رفتاری دست به کار شدن و اقدام کردن توضیح می‌دهند. به همین نحو، گینو (۲۰۰۷) دریافت که قدرت، واکنشهای رفتاری هدف-سازگار را در خارج از کانتکست اعمال قدرت تسهیل می‌کند. و نمونه آخر، وایلدرموت و فلین (۲۰۱۳) نشان دادند کسانی که از آنها خواسته شد موقعیتی را به یاد بیاورند که در آن از قدرت بالایی برخوردار بوده‌اند، در قضاوت پیرامون رفتارهای غیراخلاقی حال حاضر دیگران مطمئن‌تر بودند تا کسانی که از آنها خواسته شد موقعیتی را به خاطر بیاورند که در آن قدرت کمی داشتند.

در مجموع، قدرت، شبکه‌های شناختی هدف‌محور را تحریک می‌کند که این امر می‌تواند بر واکنش صاحبان قدرت چه در داخل و چه در خارج از حوزه اعمال قدرت، تأثیر بگذارد و همچنین قدرت، تمرکز بر منافع شخصی را افزایش می‌دهد. بنابراین به باور ما، قدرت و اثرات آن بر منافع شخصی نه تنها در کانتکست قدرت با تقویت رفتار منفعت‌طلبانه، بلکه فراتر از زمینه قدرت نیز پدیدار می‌شود. بنابر استدلال کلبرگ در نظریه رشد اخلاقی، ساختارهای پیشرفته‌تر و اصولی‌تر استدلال اخلاقی بیانگر استدلالهای مبتنی بر عدالت و مراقبت از سعادت و رفاه جمعی است. بنابراین، در ساختارهای پیشرفته‌تر استدلال اخلاقی، در مقایسه با ساختارهای کمتر پیشرفته، کمتر نشانه‌ای از اندیشه منفعت‌طلبی شخصی وجود دارد. در نتیجه، ما بر اساس استدلال کلبرگ معتقدیم که برخورداری از قدرت بالا، استفاده از ساختارهای اصولی استدلال اخلاقی را کاهش می‌دهد.

^۷- Guinote

^۸- goal-consistent

^۹- Wiltermuth and Flynn

بعلاوه، برخورداری از قدرت ممکن است از طریق استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت طلبانه تأثیر بگذارد. کار مبتنی بر آزمایش تجربی، همبستگی ضعیفی میان استدلال اخلاقی و رفتارهای منفعت طلبانه یافته است (Kish-Gephart, Harrison, & Treviño, 2015; Villegas de Posada & Vargas-Trujillo, 2015). از آن جمله، تحقیقات قبلی^۱ از وجود همبستگی نسبی میان استدلال اخلاقی با کاهش فریبکاری (Malinowski & Smith, 1985)، کاهش تصمیمات غیراخلاقی (Kohlberg & Candee, 1984)، افزایش نوع دوستی (Underwood & Moore, 1982) و صداقت (Kish-Gephart et al., 2010; Villegas de Posada & Vargas-Trujillo, 2015) همبستگی نسبی حکایت دارند. همانطور که اشاره شد، شواهد تجربی فراوانی نیز مبنی بر همبستگی مثبت میان قدرت و تمایل به انجام رفتارهای منفعت طلبانه وجود دارد (Bendahan et al., 2015; Dubois et al., 2015; Handgraaf et al., 2008; Lammers & Stapel, 2009; Rucker et al., 2011; van Dijk et al., 2004; Galinsky, Rucker, & Magee, 2015; Sturm & Antonakis, 2015; Tost, 2015). همه این پژوهشها نشان می‌دهند که قدرت می‌تواند از طریق استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت طلبانه به طور غیرمستقیم تأثیر بگذارد.

مروری بر تحقیقات

اکثر مقالات مبتنی بر آزمایشات تجربی پیرامون قدرت که ذکرشان رفت (Dubois et al., 2015; Galinsky et al., 2003; Guinote, 2007a, 2007b; Lammers & Stapel, 2009; Ruscker et al., 2011; Wiltermuth, 2008; Flynn, 2013; Bendahan et al., 2015; Handgraaf et al., 2008; van Dijk et al., 2004) قدرت از روش فراخوانی یا روش تخصیص نقش استفاده می‌کنند. فراخوانی یعنی از شرکت کنندگان خواسته می‌شود دو موقعیت زمانی را به یاد آورند: وقتی که خود بر دیگران قدرت داشته‌اند و زمانی که تحت قدرت دیگران بوده‌اند. روش تخصیص نقش یعنی آزمایشگران، شرکت کنندگان را در نقش مدیر در مقابل زیردست قرار می‌دهند. با این حال، هر دو شیوه ممکن است موجب سوگیری تأثیرات شود چون با ارائه سرنخهایی در مورد هدف آزمایش، موجب می‌شود شرکت کنندگان مطابق با انتظارات ضمنی که تصور می‌کنند وجود دارد، رفتار کنند (Sturm & Antonakis, 2015). بنابراین مشخص نیست که آیا اثرات قدرت که در مطالعات با دو روش فوق‌الذکر مشاهده شده است به خاطر داشتن قدرت است یا ناشی از انجام کاری که از شرکت کنندگان خواسته

- با این حال، مطالعات فردی در مورد اینکه آیا استدلال اخلاقی می‌تواند رفتار را قابل پیش‌بینی سازد یا خیر، تفاوت‌هایی را با سایر مطالعاتی که هیچ رابطه‌ای بین این دو نیافته‌اند، نشان می‌دهند (مانند کوهن و همکاران، ۲۰۱۴، وست و همکاران، ۲۰۰۴؛ و حتی برخی رابطه منفی یافته‌اند مانند آ و وانگ، ۲۰۰۰). علت آن می‌تواند مفهوم‌سازیها و معیارهای رفتاری متفاوت باشد. مثلاً کوهن و همکارانش رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کاری غیرمولد را در نظر گرفتند درحالی که آ و وانگ به بررسی قضاوت اخلاقی پرداختند.

^{۱۱} recall procedure

شده یا حاصل انتظارات ضمنی نقش است. ما برای جلوگیری از تأثیر تقاضا (تأثیر کار خواسته شده در آزمایش)، با توصیه‌های اشتورم و آنتوناکوس (۲۰۱۵) را مدنظر قرار می‌دهیم که از روش بندهان و همکاران او (۲۰۱۵) برای دستکاری قدرت استفاده کرده‌اند. در این روش، دو بُعد قدرت رهبر به طور عامدانه دستکاری می‌شود: قدرت بر دیگران (یک رهبر در مقابل سه پیرو) و قدرت اعمال اراده خود (برخورداری از اختیار تخصیص سه سهم در مقابل چهار سهم بین رهبران و پیروان آنها).

روش

شرکت‌کنندگان و طرح

۴۴۵ نفر شرکت‌کننده در این طرح آزمایشی شامل ۴۴۵ دانشجوی کارشناسی بازرگانی از یک دانشگاه اروپایی متوسط مقیاس بودند که در ازای پول و واحد درسی (تعداد ۲۲۰ نفر) یا فقط درعوض دریافت پول (تعداد ۲۲۵ نفر) مشارکت کردند. ما در یک

^{۱۲} Sturm and Antonakis

ما تحلیلها را برای مشارکت کنندگانی که در ازای دریافت واحد درسی در مطالعه ما شرکت یافتند (۱۰۹ نفر) انجام دادیم، یعنی این اضافه پرداخت بود، و نتایج مشابهی - ۱ (و اثر میانجی) اثر $\beta=-0.02, z=-0.82, p=.414$ با نتایج ارائه شده در متن اصلی یافتیم به جز اینکه در مدل شماره ۴ تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه (غیرمستقیم = ۰.۰۶، بوت استرپ = ۰.۵/۹۵ درصد، سوگیری تصحیح شده فاصله اطمینان: [-۰.۰۹۹؛ ۰.۱۸۳۵]) دیگر معنادار نبود احتمالاً به دلیل کاهش توان آماری. حجم نمونه گزارش شده در اینجا (۱۰۹ نفر) با آنچه در متن اصلی گزارش شده (۲۲۰ نفر) تفاوت دارد. اول اینکه، از این ۲۲۰ نفر پاسخگو که فقط در ازای پول در آزمایش شرکت کردند فقط ۱۲۳ نفر نقش رهبر داشتند. به بقیه شرکت کنندگان نقش پیرو داده شد و بنابراین جزو تحلیل اصلی نبودند. دوم، از میان رهبران، ما شرکت کنندگانی را که موجب ضعف پایایی و اعتبار مقیاس استدلال اخلاقی شدند (۱۱ نفر) و کسانی را که ناشناس ماندشان در جلسات قابل تضمین نبود (۳ نفر) حذف کردیم (در این باره نک. حذف ضعف پایایی و اعتبار مقیاس استدلال اخلاقی شدند (۱۱ نفر) و کسانی را که ناشناس ماندشان در جلسات قابل تضمین نبود (۳ نفر) حذف کردیم (در این باره نک. حذف شرکت کنندگان).

با توجه به چالش اجرای مطالعات گروهی آزمایشگاهی و محدودیتهای زمانی، تصمیم گرفتیم جلسات را با تعداد شرکت کنندگان مختلف برگزار کنیم و از این طریق، نمونه داده ها را به حداکثر برسانیم. برای حفظ ناشناس ماندن، جلسات را حداقل با چهار دانشجو در نظر گرفتیم. با این حال، مواردی هم بود که با انصراف دانشجویان در آخرین لحظه مواجه شدیم یا برخی برای مطالعه گروهی بیش از یک ربع تأخیر داشتند. در چنین مواردی، یا داده‌ها را کنار گذاشتیم (اگر جلسه فقط شامل دو یا چهار دانشجو بود، بسته به شرط الزامی رهبر؛ در این باره نک. حذف شرکت کنندگان). یا در مورد شرط رهبر با یک پیرو، نقش پیرو را به دو دانشجو اختصاص دادیم (اگر جلسه فقط شامل سه دانشجو بود). اگر جلسه با چهار دانشجو برگزار می شد، شرط دو رهبر با یک پیرو را تعیین کردیم. اگر جلسه با حضور شش دانشجو بود، شرط سه رهبر با یک پیرو یا شرط یک رهبر با سه پیرو و شرط یک رهبر با یک پیرو را تعیین کردیم. در مورد جلسات با بیش از ۶ دانشجو هم شرایط مشابهی برای رهبر در نظر گرفتیم. اندازه جلسه را فقط در (در مورد جلساتی که با ۳ دانشجو برگزار می شد ۵ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت و ۲ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه دوم جمع آوری داده ها ثبت کردیم (۵۱) = پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۴ دانشجو، ۶ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت و ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۵ دانشجو، ۵ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۶ دانشجو، ۶ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۷ دانشجو، ۷ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۸ دانشجو، ۸ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۹ دانشجو، ۹ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۰ دانشجو، ۱۰ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۱ دانشجو، ۱۱ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۲ دانشجو، ۱۲ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۳ دانشجو، ۱۳ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۴ دانشجو، ۱۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۵ دانشجو، ۱۵ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۶ دانشجو، ۱۶ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۷ دانشجو، ۱۷ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۸ دانشجو، ۱۸ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۱۹ دانشجو، ۱۹ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم. برای جلسات با ۲۰ دانشجو، ۲۰ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت، ۲ رهبر با ۳ پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۳ رهبر با یک پیرو / ۴ گزینه پرداخت، ۴ رهبر با یک پیرو / ۳ گزینه پرداخت داشتیم.

طراحی دو به دو، به ۱۷۷ نفر از آنها به صورت تصادفی یکی از چهار شرط رهبر را محول کردیم (قدرت بر: ۱ یک نفر در مقابل ۳ پیرو؛ قدرت به: ۳ گزینه پرداخت در مقابل ۴ گزینه). به مابقی دانشجویان، نقش پیرو دادیم. پول پرداختی به شرکت کنندگان مطابق ساختار پرداختی بندها و همکارانش (۲۰۱۵) بود اگرچه به جای فرانک سوئیس، یورو پرداخت شد (در مورد ساختار پرداخت نک. جدول شماره ۱). در موقعیت رهبر با ۴ گزینه پرداخت (۳ گزینه پرداخت)، رهبران می‌توانند ۱۱ تا ۱۸،۵ یورو (۱۰،۵ و ۱۳،۵ یورو) درآمد داشته باشند در حالی که پیروان می‌توانند بین ۰،۵ و ۱۰،۵ یورو درآمد داشته باشند (۶،۵ و ۱۰،۵ یورو). از آنجاکه تمرکز ما بر قدرت رهبر است، داده‌های پیروان را تجزیه و تحلیل نکردیم (مانند بندها و همکاران، ۲۰۱۵). بر اساس معیارهای مشروح ذیل (نک. «حذف شرکت کنندگان»)، ۲۸ نفر از شرکت کنندگان را کنار گذاشتیم، ۱۴۹ نفر را برای تجزیه و تحلیل داده‌های بعدی در نظر گرفتیم. از این ۱۴۹ نفر، ۵۱،۷ درصد را مردان تشکیل می‌دادند و میانگین سنی ۲۰،۶۸ سال ($SD=2.42$) بود. ۳۹ درصد اظهار داشتند که شاغل هستند و به طور متوسط ۱۳،۲۷ ساعت در هفته کار می‌کنند ($SD=9.68$). از لحاظ تحصیلات، ۸۲،۶ درصد دیپلم متوسطه، ۱۴،۸ درصد لیسانس، ۰،۷ درصد فوق لیسانس بودند و ۲ درصد نیز گفتند نوع دیگری از آموزش را طی کرده‌اند (به طور مثال، امتحانات سال اول مقطع لیسانس را گذرانده‌اند).

حذف شرکت کنندگان

از ۱۷۷ شرکت کننده‌ای که نقش رهبر برای آنها تعریف شده بود، ۱۲ نفر را به این دلیل حذف کردیم که فقط در جلسه دو دانشجو حضور داشتند، که این از ناشناس بودن شرکت کنندگان می‌کاست. ما دو شرکت کننده دیگر را هم کنار گذاشتیم چون در جلسه‌ای با چهار دانشجو حضور داشتند و اینطور در نظر گرفته بودیم که شرط رهبر که قدرت بر سه پیرو بود را داشته باشند، و این امر باز موجب تنزل شرط ناشناس بودن شرکت کنندگان می‌شد.

* Participant exclusion - ۱

مشابه نتایج ذکر شده در متن اصلی است به جز اینکه در مدل شماره ۲، تعداد پیروان به میزان چشمگیری در ($N = 161$) - نتایج با لحاظ کردن ۱۴ نفر شرکت کننده^۱ (و تأثیر استدلال $\beta=-1.10, z=-0.39, p=.697$) اما تأثیر تعداد گزینه‌ها بر استدلال اخلاقی ($\beta=-7.67, z=-2.75, p=.006$) پیش‌بینی استدلال اخلاقی نقش دارد) دیگر معنی دار نیستند. در مدل شماره ۴، تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت طلبانه هم دیگر معنی دار ($\beta=-0.21, z=-1.17, p=.242$) بعلاوه، از میان مدل‌های ۱، ۳ و ۴، تأثیر تعداد گزینه‌ها بر رفتار منفعت طلبانه دیگر چشمگیر نیست و این نشان می‌دهد وقتی ($\beta=-0.14, z=-1.16, p=.246$) نیست) رهبران قادر به شناسایی پیروان خود هستند، احتمالاً کمتر درگیر رفتار منفعت طلبانه می‌شوند. با این حال، تأثیر غیرمستقیم تعداد پیروان بر رفتار منفعت طلبانه، از طریق سوگیری تصحیح شده فاصله اطمینان: $[0.028, 0.08]$ ؛ استدلال اخلاقی، همچنان معنی دار بود (اثر غیرمستقیم = ۰،۰۸، بوت استرپ خطای استاندارد = ۱۹،۱ / ۹۵ درصد، $[0.107]$)

ما طبق پیشنهادات رست (۱۹۸۶) قابلیت اعتماد و پایداری پاسخهای شرکت کنندگان^{۱۳} به آزمون قضاوت اخلاقی با عنوان آزمون مباحث معین (DIT) را بررسی کردیم (Kish-Gephart et al., 2010; Rest, Narvaez, Bebeau, & Thoma, 1999; Thoma, 2006). بررسی قابلیت اعتماد در مورد یازده شرکت کننده موفقیت آمیز نبود، به این معنا که نمره بالاتر از چهار داده بودند به موارد خاصی که اغراق آمیز و فانتزی نوشته شده بودند اما در واقع مهمل بودند، مانند معضل شماره شش پزشکان: «ارزش مرگ قبل از دیدگاه جامعه در مورد ارزشهای شخصی چیست؟». پاسخ پنج شرکت کننده پایداری نداشت چون اولویت بندی را به ترتیبی انجام دادند که با اولویت بندی انتخابی شان در دو یا هر سه معضل تطابق نداشت.

روش آزمایش:

آزمایش طی دو سال تحصیلی متوالی در آزمایشگاه انجام و تمام اطلاعات روی کاغذ ارائه شد. در هر جلسه به دانشجویان اطلاع می دادیم که دستمزد پرداختی به آنها بابت شرکت در این مطالعه، به تصمیم خودشان یا دانشجوی دیگری در همین اتاق که نقش رهبر به او محول شده، بستگی دارد. برای اطمینان بیشتر از ناشناس ماندن نقشها، به شرکت کنندگان دستور دادیم با هم گفت و گو نکنند. جزوه ها را بسته به تعداد دانشجویان حاضر در هر جلسه، به طور تصادفی و به ترتیب شرایط رهبر و پیرو، روی میزها چیدیم و از دانشجویان خواستیم جایی را برای نشستن انتخاب کنند. پنج میز بلند در آزمایشگاه وجود داشت که صندلیها در انتهای هر کدام قرار داده شده بود. به این ترتیب مطمئن شویم دانشجویان به ورقه هم دید ندارند و نمی توانند نقش بقیه را بفهمند. پس از نشستن، به دانشجویان دستور داده شد جزوه را باز کنند و نقش خود و گزینه های پرداختی را بخوانند. تعداد نفراتی که بر آنها قدرت داشتند وابسته به این بود که آیا آنها در شرایط رهبری با قدرت بیشتر (سه پیرو) یا کمتر (یک پیرو) بر دیگران قرار دارند یا خیر. همینطور، گزینه های پرداختی به این بستگی داشت که آیا آنها در شرایط رهبر با قدرت بیشتر (چهار گزینه پرداخت) یا کمتر (سه گزینه پرداخت) برای اعمال اراده خود هستند یا خیر. طبق دستورالعمل، رهبران باید یک تصمیم واحد اخذ کنند، تصمیمی که نه تنها بر دستمزد پرداختی به خودشان، بلکه بر میزان پرداخت به سایر دانشجویان حاضر در اتاق که نقش پیرو او را دارند نیز تأثیرگذار است. در این مرحله، شرکت کنندگان فقط از گزینه های پرداختی به خودشان مطلع شدند و به آنها گفتیم که باید در پایان مطالعه درباره پرداخت به خود و پیروانشان تصمیم بگیرند و درباره تصمیم خود، استدلال اخلاقی داشته باشند.

^{۱۳} Rest

^{۱۴} Defining Issues Test

- ما ۶۵٫۸ درصد داده ها را طی ژانویه تا فوریه ۲۰۱۷ و ۳۴٫۲ درصد داده ها را در فاصله ماه مه تا ژوئن ۲۰۱۸ جمع آوری کردیم. دوره جمع آوری داده ها با هیچ یک از متغیرهای این مطالعه ارتباط معنی داری نداشت (نک. جدول شماره ۲)

پس از اطلاع‌رسانی به آنها درباره نقش‌شان، نسبت به سنجش ساختار استدلال اخلاقی هر یک اقدام کردیم. سپس ضمن یادآوری گزینه‌های پرداختی، از آنها خواستیم دور گزینه پرداختی مدنظرشان خط بکشند. بار دیگر یادآوری کردیم تصمیم اتخاذشده توسط آنها بر حق‌الزحمه پرداختی به پیرو(ان) شان-نفرات حاضر در اتاق- تأثیر می‌گذارد. اطلاعات دموگرافیک مانند سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کار در آغاز مطالعه، در صفحه اول جزوه‌ها ثبت شد.

استدلال‌های اخلاقی

ما استدلال اخلاقی شرکت‌کنندگان در مطالعه را با فرم کوتاه آزمون رست (DIT) مورد ارزیابی قرار دادیم. با این فرم، شرکت‌کنندگان در مقابل سه دوراهی (از مجموع شش دوراهی فرم اصلی) قرار گرفتند: ۱- استیلاي دانشجویان: آیا دانشجویان باید برای اعتراض به جنگ، ساختمان اداری را تصرف کنند یا خیر؟ ۲- داستان وبستر: آیا در جامعه‌ای که پرواضح است نسبت به اقلیتها کاملاً سوگیری دارد، فرد اقلیت باید استخدام شود یا خیر؟ و ۳- مخمصه پزشکی: آیا پزشک جهت تسکین درد بیمار مجاز به تجویز دوز بیشتر داروی مسکن هست یا خیر؟

در مورد هر یک از این موقعیتهای دشوار، از شرکت‌کنندگان خواستیم سه کار انجام دهند. در مرحله اول، تصمیم یا گزینه مدنظرشان را روی مقیاس ۳ درجه‌ای نشان دهند: ۱ (اقدام می‌کنم)، ۲ (نمی‌توانم تصمیم بگیرم)، و ۳ (اقدام نمی‌کنم). سپس، برای کمک به تصمیم‌گیری، از آنها خواستیم اهمیت نسبی ۱۲ مورد را روی یک طیف ۵ درجه‌ای از ۱ (بی‌اهمیت) تا ۵ (بسیار مهم) ارزیابی کنند (مثلاً یک مورد مربوط به داستان وبستر بود: «آیا استخدام افراد توانمندی مانند آقای لی موجب بهره‌مندی از استعدادها و عدم استفاده از آنها موجب هدررفتن استعدادهای جامعه می‌شود؟»). در آخر، همه ۱۲ مورد را دوباره به شرکت‌کنندگان دادیم و از آنها خواستیم که چهار موردی را که به تصمیم‌گیری‌شان کمک کرده است، به ترتیب اهمیت اولویت‌بندی کنند. در طراحی این ۱۲ مورد، همخوانی آنها با نحوه استدلال در مراحل مختلف رشد اخلاقی در نظر گرفته شد و اینکه بتوان قابلیت اعتماد را سنجید. طبق ادبیات قبلی موضوع تحقیق (Abdolmohammadi & Sultan, 2002; Cummings, Dyas, Maddux, & Kochman, 2001; Jordan, Brown, Treviño, & Finkelstein, 2011)، ما نمره P را به عنوان معیاری کلی استدلال اخلاقی استخراج کردیم. نمره آن نشانگر درصد مواردی است که دربرگیرنده مراحل استدلال اصولی کلبرگ هستند (مراحل ۵ و ۶؛ ۱۹۸۱، ۱۹۸۴). به دیگر سخن، P-score نشانگر میزان اهمیتی است که افراد هنگام تصمیم‌گیری برای ملاحظات پس‌اقراردادی و اصولی قائل می‌شوند. نمره P بالا، بیانگر ساختار اصولی‌تر استدلال اخلاقی و کم‌بودن درجه خودمحوری در آن است.

را محاسبه کردیم که شامل رتبه‌بندی ۱۲ مورد است و مبین اولویت نسبی ساختارهای استدلال اخلاقی (مراحل ۵ و ۶) از منظر N2-score -ما همچنین^{۱۹} شرکت‌کنندگان در قیاس با مواردی است که مبین ساختارهای استدلال اخلاقی خودمحورتر هستند یعنی ساختارهای دو سطح متعارف (مراحل ۳ و ۴) و ماقبل قراردادی، $\beta = -0.12$ ، بر رفتار منفعت‌طلبانه معنی‌دار نبود (N2-score بود، فقط در مدل شماره ۲ دیگر اثر P-score مشابه نتایج N2-score (مراحل ۱ و ۲). نتایج در مقابل مدل اشیاع شده: LR). با این حال، این مدل به سختی از پس آزمونهای بیش‌شناسایی برآمد (آزمون نسبت احتمال مدل یا $p = 0.051$ ، $z = -1.95$). نکته مهم اینکه تأثیر غیرمستقیم تعداد پیروان بر رفتار منفعت‌طلبانه، از طریق $\chi^2(3) = 7.52$ ، $p = 0.057$ ؛ آزمون مقیاس ساتورا-بنتر: $\chi^2(3) = 7.13$ ، $p = 0.068$.

جدول شماره ۱- ساختار پرداختی مورد استفاده در آزمایش

گزینه تصمیم‌گیری رهبر	به رهبر	به ۱ پیرو	به رهبر	به هر یک از سه پیرو
پیش فرض	۱ پیرو، ۳ گزینه پرداخت ۲۲۰	۳ پیرو، ۳ گزینه پرداخت ۲۲۰	۱ پیرو، ۳ گزینه پرداخت ۲۲۰	۱۹۰ بعلاوه ۲۰ امتیاز منهای ۲۰ امتیاز
حامی اجتماع ضد اجتماع	منهای ۱۰ امتیاز بعلاوه ۵۰ امتیاز	۱۹۰ بعلاوه ۲۰ امتیاز منهای ۶۰ امتیاز	منهای ۱۰ امتیاز بعلاوه ۵۰ امتیاز	
پیش فرض	۱ پیرو، ۴ گزینه پرداخت ۲۲۰	۳ پیرو، ۴ گزینه پرداخت ۲۲۰	۱ پیرو، ۴ گزینه پرداخت ۲۲۰	۱۹۰ بعلاوه ۲۰ امتیاز منهای ۲۰ امتیاز منهای ۶۰ امتیاز
حامی اجتماع ضد اجتماع بسیار ضد اجتماع	منهای ۱۰ امتیاز بعلاوه ۵۰ امتیاز بعلاوه ۱۵۰ امتیاز	۱۹۰ بعلاوه ۲۰ امتیاز منهای ۶۰ امتیاز منهای ۸۰ امتیاز	منهای ۱۰ امتیاز بعلاوه ۵۰ امتیاز بعلاوه ۱۵۰ امتیاز	

توجه: به دانشجویان اطلاع داده شد که ۱۰۰ امتیاز معادل ۵ یورو است.

رفتار منفعت‌طلبانه

در تعریف عملیاتی ما، رفتار منفعت‌طلبانه تصمیمی است که رهبران در مورد وجه پرداختی به خود و پیروانشان اتخاذ کرده‌اند. مطابق روش بندهان و همکاران (۲۰۱۵) گزینه ۱ را «گزینه پیش‌فرض» و سایر گزینه‌های پرداخت را به ترتیب «گزینه ۲»، «گزینه ۳» و «گزینه ۴» در نظر گرفتیم. طبق جدول شماره ۱، در گزینه پیش‌فرض به رهبر کمی بیش از پیرو پرداخت می‌شود، در حالی که پرداخت به رهبر و پیرو با هزینه تحمیل‌شده بر رهبر در «گزینه ۲» یکسان است (گزینه رفتار اجتماعی). گزینه‌های «۳» و «۴» نشانگر پرداخت‌های تدریجاً بالاتر به رهبر و در عین حال، فرسایش مازاد عمومی از طریق کاهش پرداخت به پیرو (ان) هستند. بنابراین، عملیاتی‌سازی رفتار منفعت‌طلبانه در انتخاب «گزینه ۳» یا «گزینه ۴» است، زیرا رفتاری را نشان می‌دهد که نه به سود اجتماع بلکه در جهت افزایش نفع شخصی است (همچنین ر.ک به دوبوس و همکاران، ۲۰۱۵).

نتایج و بحث

برای جلوگیری از افزایش خطاهای احتمالی، میزان دریافتی رهبر به میزان از دست‌دادن پیروان ۵ به ۶ را ثابت نگه داشتیم. جدول شماره ۲ نشانگر میانگین، انحرافات استاندارد و همبستگی میان متغیرهاست و فراوانی گزینه‌های انتخاب شده توسط رهبران در جدول شماره ۳ دیده می‌شود.

در (۰.۹۵، ۰.۰۴ درصد، سوگیری تصحیح شده فاصله اطمینان: [۰.۰۴۸؛ ۰.۱۹۴])، همچنان معنی‌دار بود (اثر غیرمستقیم = ۰.۰۶، بوت استرپ خطای استاندارد N2 امتیاز مجموع، این نتایج نشان می‌دهد تعداد پیروان به طور مشابه بر میزان تمایل به ساختارهای خودمحورانه‌تر استدلال اخلاقی و متعاقباً رفتار منفعت‌طلبانه تأثیر می‌گذارد.

جدول شماره ۲- میانگین، انحراف استاندارد، و همبستگی میان متغیرهای ما

متغیر	mean	SD	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
P-score (استدلال اخلاقی)	۳۹.۳۲	۱۳.۴۷	—											
تعداد پیروان ^a	۰.۴۲	۰.۴۹	-۰.۲۲	—										
تعداد گزینه‌های پرداخت ^b	۰.۴۸	۰.۵۰	-۰.۰۶	-۰.۰۳	—									
رفتار منفعت‌طلبانه ^c	۲.۲۴	۰.۹۴	-۰.۱۸	۰.۰۲	۰.۳۳	—								
سن	۳۰.۶۸	۲.۴۲	۰.۰۱	-۰.۱۶	-۰.۰۴	-۰.۰۶	—							
جنس ^d	۰.۴۸	۰.۵۰	۰.۰۸	۰.۰۳	۰.۰۱	-۰.۱۴	-۰.۰۹	—						
تحصیلات ^e	۱.۳۳	۰.۵۵	-۰.۱۳	-۰.۱۲	۰.۱۹	۰.۱۱	۰.۵۶	-۰.۰۲	—					
وضعیت اشتغال ^f	۰.۴۳	۰.۵۳	۰.۰۸	۰.۰۸	-۰.۰۶	-۰.۱۰	۰.۰۴	۰.۰۰	۰.۰۵	—				
ساعات کار	۱۳.۲۷	۹.۶۸	-۰.۱۷	۰.۰۴	-۰.۰۷	-۰.۰۸	۰.۵۵	-۰.۱۷	۰.۴۴	-۰.۱۶	—			
حق الزحمه ^g	۰.۳۶	۰.۴۴	۰.۰۳	-۰.۳۷	۰.۲۵	۰.۱۵	۰.۲۶	۰.۰۵	۰.۳۰	-۰.۳۱	۰.۲۴	—		
اندازه جلسه ^h	۶.۷۶	۳.۶۴	۰.۰۱	۰.۲۶	۰.۱۳	۰.۱۵	۰.۱۵	-۰.۰۱	-۰.۱۵	-۰.۱۲	-۰.۱۷	۰.۳۰	—	
دوره جمع‌آوری داده‌ها ⁱ	۰.۶۶	۰.۴۷	-۰.۰۶	۰.۱۴	۰.۰۵	۰.۰۹	-۰.۰۶	-۰.۲۲	-۰.۰۶	-۰.۱۰	۰.۰۳	-۰.۱۶	—	—

توجه: تعداد شرکت کنندگان=۱۴۹ نفر. برای سطوح معناداری $p < 0.001$, $p < 0.01$, $p < 0.05$, $p < 0.17$, $r > 0.17$

a کدگذاری شده به صورت: ۰ = یک پیرو / ۱ = سه پیرو.

b کدگذاری شده به صورت: ۰ = سه گزینه پرداخت / ۱ = چهار گزینه پرداخت

c کدگذاری شده به صورت: ۱ = تصمیم پیش فرض / ۲ = تصمیم اجتماعی / ۳ = تصمیم ضد اجتماعی / ۴ = تصمیم بسیار ضد اجتماعی

d کدگذاری شده به صورت: ۰ = مرد / ۱ = زن.

e کدگذاری شده به صورت: ۱ = دبیرستان / ۲ = لیسانس / ۳ = فوق لیسانس / ۴ = سایر

f کدگذاری شده به صورت: ۰ = غیر شاغل / ۱ = شاغل.

g کدگذاری شده به صورت: ۰ = واحد درسی و پول / ۱ = پول.

h فقط طی مرحله دوم دوره جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت (تعداد شرکت کنندگان=۵۱ نفر)

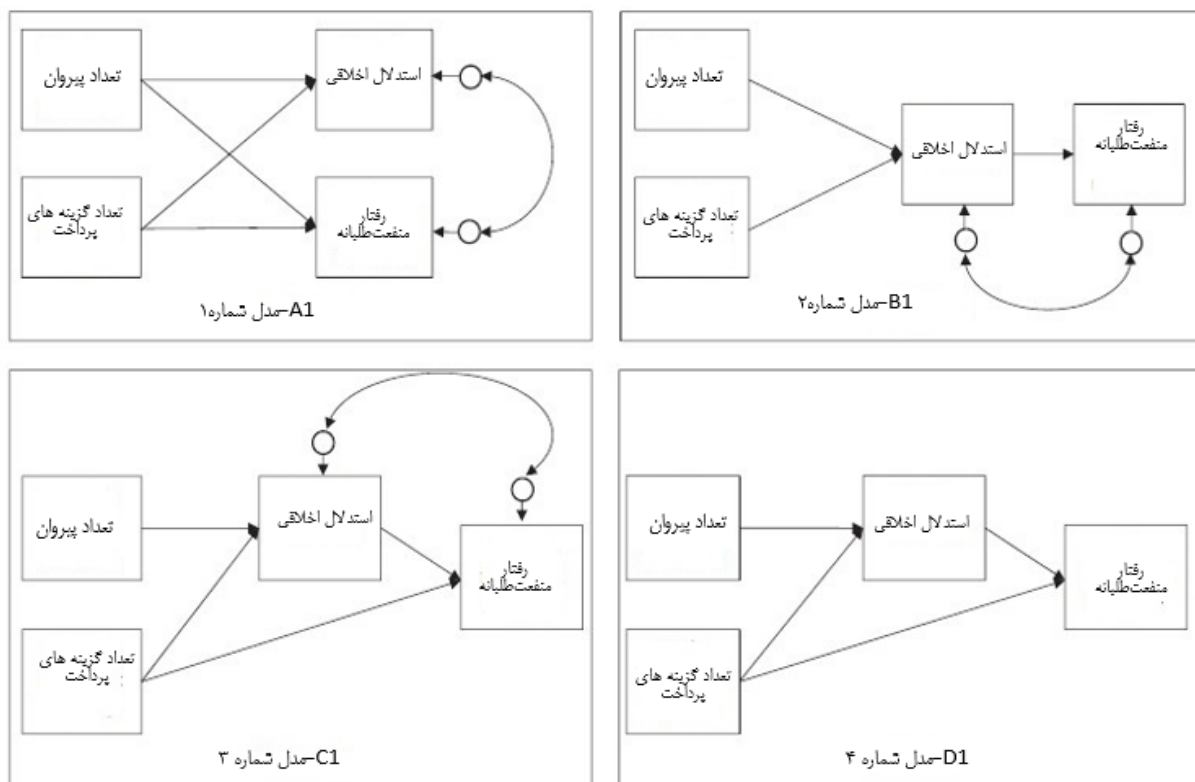
i کدگذاری شده به صورت: ۰ = داده‌های جمع‌آوری شده در سال ۲۰۱۸ / ۱ = داده‌های جمع‌آوری شده در سال ۲۰۱۷

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی گزینه‌های پرداختی انتخاب شده توسط رهبران

تصمیم رهبر	تصمیم رهبر	تصمیم رهبر	تصمیم رهبر
۳ پیرو، ۴ گزینه پرداخت	۱ پیرو، ۳ گزینه پرداخت	۳ پیرو، ۳ گزینه پرداخت	۱ پیرو، ۳ گزینه پرداخت
پیش فرض	۱۶ (۴۴.۴٪)	۸ (۲۲.۲٪)	۷ (۱۹.۴٪)
اجتماعی	۱۶ (۲۸.۱٪)	۱۷ (۲۹.۸٪)	۱۳ (۲۲.۸٪)
ضد اجتماعی	۱۰ (۲۵٪)	۹ (۲۲.۵٪)	۱۴ (۳۵٪)
بسیار ضد اجتماعی	—	—	۹ (۵۶.۳٪)
جمع کل	۴۲ (۲۸.۲٪)	۳۴ (۲۲.۸٪)	۴۳ (۲۸.۹٪)

توجه: تعداد شرکت کنندگان = ۱۴۹ نفر

شکل شماره ۱- نمایش گرافیکی مدلهای آماری



جدول شماره ۴- مدل‌های معادلات ساختاری با حق‌الزحمه و تعامل آن حسب دو شرط قدرت به عنوان متغیرهای کنترل

پیش‌بینی‌کننده‌ها	مدل ۱		مدل ۲		مدل ۳		استدلال اخلاقی
	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	
	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد
استدلال اخلاقی							
تعداد پیروان ^a	۰.۴۳ (۰.۳۴)*	۰.۱۴ (۰.۸۲)	۰.۳۹ (۰.۴۵)	۰.۱۱ (۰.۵۵)*	۰.۴۴ (۰.۳۴)*	۰.۲۰ (۰.۸۰)*	۰.۴۳ (۰.۳۴)*
تعداد گزینه‌های پرداخت ^b	۰.۹۲ (۰.۰۸)	۰.۰۶ (۰.۲۶)**	۰.۷۹ (۰.۰۹)*		۰.۹۲ (۰.۰۸)	۰.۵۵ (۰.۵۷)*	۰.۹۲ (۰.۰۸)
حق‌الزحمه ^c	۰.۹۱ (۰.۰۷)	۰.۳۶ (۰.۲۱)	۰.۲۷ (۰.۳۸)	۰.۳۹ (۰.۳۸)	۰.۰۱ (۰.۸۱)	۰.۱۸ (۰.۷۹)	۰.۹۱ (۰.۰۷)
حق‌الزحمه*تعداد پیروان	۰.۶۶ (۰.۴۷۳)	۰.۲۲ (۰.۴۱)	۰.۲۵۰ (۰.۰۴)		۰.۷۳ (۰.۵۰۰)		۰.۶۶ (۰.۴۷۳)
حق‌الزحمه*تعداد گزینه‌های پرداخت	۰.۰۶ (۰.۷۲۸)	۰.۱۹ (۰.۵۳)	۰.۲۹۰ (۰.۰۹۴)		۰.۵۹ (۰.۷۲۶)	۰.۲۰ (۰.۷۲)	۰.۰۶ (۰.۷۲۸)

توجه: تعداد شرکت کنندگان = ۱۴۹ نفر

آماره های قدرتمند Z در پراتنز آمده است. دو رگرسیون، استدلال اخلاقی و رفتار منفعت طلبانه را به عنوان متغیر درون‌زا و تعداد پیروان، تعداد گزینه‌های پرداخت و متغیرهای کنترل (حق‌الزحمه و دو شرط تعامل آن) را به مثابه متغیر برون‌زا وارد کردیم.

a کدگذاری شده به صورت: ۰ = یک پیرو/۱ = سه پیرو.

b کدگذاری شده به صورت: ۰ = سه گزینه پرداخت / ۱ = چهار گزینه پرداخت

c کدگذاری شده به صورت: ۰ = واحد درسی و پول / ۱ = پول.

** p < .01.

* p < .0

جدول شماره ۵- رگرسیون به روش حداقل مربعات دومرحله ای (۲SLS) با حق‌الزحمه و تعامل آن حسب دو شرط

قدرت به عنوان متغیرهای کنترل

پیش‌بینی‌کننده‌ها	مرحله اول رگرسیون استدلال اخلاقی	مرحله دوم رگرسیون رفتار منفعت طلبانه
	برآورد	برآورد
استدلال اخلاقی		
تعداد پیروان ^a	۰.۵۸ (۰.۳۴)	۰.۱۴ (۰.۸۲)
تعداد گزینه‌های پرداخت ^b	۰.۹۲ (۰.۰۸)	۰.۵۵ (۰.۵۷)**
حق‌الزحمه ^c	۰.۹۱ (۰.۰۷)	۰.۲۱ (۰.۳۳)
حق‌الزحمه*تعداد پیروان	۰.۴۰ (۰.۴۷۳)	۰.۱۱ (۰.۴۶)
حق‌الزحمه*تعداد گزینه‌های پرداخت	۰.۰۵ (۰.۷۲۸)	۰.۰۳ (۰.۴۳)

توجه: تعداد شرکت کنندگان = ۱۴۹ نفر

a کدگذاری شده به صورت: ۰ = یک پیرو/۱ = سه پیرو.

b کدگذاری شده به صورت: ۰ = سه گزینه پرداخت / ۱ = چهار گزینه پرداخت

c کدگذاری شده به صورت: ۰ = واحد درسی و پول / ۱ = پول. خطای استاندارد در پراتنز آمده است.

** p < .01.

* p < .0

جدول شماره ۶- مدل‌های معادلات ساختاری بدون متغیرهای کنترل

پیش‌بینی‌کننده‌ها	مدل ۱		مدل ۲		مدل ۳		۴
	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	استدلال اخلاقی	رفتار منفعت طلبانه	
	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد	برآورد
استدلال اخلاقی				(۲۵ +) ۲۳ -		(۴۵ -) ۰۱ +	
تعداد پیروان ^a	۶۱۰ (۴۸۳)**	۰۰۶ (۴۵)	۰۴۹ (۰۷۱)		۶۱۰ (۴۸۳)**		۶۱۰ (۴۸۳)**
تعداد گزینه‌های پرداخت ^b	۰۸۶ (۰۸۷)	۰۰۴ (۰۳۰)**	۰۰۴ (۰۲۵)		۰۸۶ (۰۸۷)	۰۰۴ (۰۳۰)**	۰۸۶ (۰۸۷)

توجه: تعداد شرکت کنندگان = ۱۴۹ نفر

آماره‌های قدرتمند Z در پرانتز آمده است. دو رگرسیون، استدلال اخلاقی و رفتار منفعت طلبانه را به عنوان متغیر درون‌زا و تعداد پیروان، تعداد گزینه‌های پرداخت و متغیرهای کنترل (حق الزحمه و دو شرط تعامل آن) را به مثابه متغیر برون‌زا وارد کردیم.

a کدگذاری شده به صورت: ۰ = یک پیرو/۱ = سه پیرو.

b کدگذاری شده به صورت: ۰ = سه گزینه پرداخت/۱ = چهار گزینه پرداخت

** p < .01.

* p < .0

آزمون فرضیه

ما فرضیه خود را با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری با برآورد حداکثر احتمال (ML) در STATA (نسخه ۱۵،۱) آزمودیم. مدل های آماری مورد استفاده (شکل شماره ۱) و معادلات آماری مربوطه (پیوست A) را به صورت گرافیکی نمایش داده ایم. ما حق الزحمه (چه مشارکت در ازای دریافت پول انجام شده باشد چه واحد درسی) و ارتباط آن با قدرت را حسب هر دو شرط قدرت، در تمام مدلها به عنوان متغیرهای کنترل در نظر گرفتیم. به دو دلیل: نخست، حق الزحمه با دو شرط قدرت همبستگی معنادار و با رفتار منفعت طلبانه همبستگی جزئی داشت. دوم، داشتن مشارکت کنندگانی که در ازای پول و/یا واحد درسی در مطالعه ما حضور داشتند، تفاوت طرح ما و طرح بندهان و همکاران (۲۰۱۵) بود که به همه مشارکت کنندگان طرح، دستمزد داد.

ما ابتدا مدلی را برآورد کردیم که در آن متغیرهای برون زای مورد مشاهده قدرت بر (تعداد پیروان: ۱ در مقابل ۳ نفر) و قدرت به (تعداد گزینه های پرداختی: ۳ در برابر ۴ گزینه)، متغیرهای درون زای مورد مشاهده، استدلال اخلاقی و رفتار منفعت طلبانه (نک. شکل ۱ A؛ جدول ۴، مدل شماره ۱) را پیش بینی می کردند. قدرت انتخاب از میان تعداد گزینه های پرداختی بیشتر (در مقابل تعداد گزینه های کمتر) منجر به بروز رفتار منفعت طلبانه تر شد، اما بر استدلال اخلاقی تأثیری نداشت.

سپس به بررسی این موضوع پرداختیم که آیا قدرت به طور غیرمستقیم، از طریق استدلال اخلاقی، بر تمایل رهبران به انجام رفتارهای منفعت طلبانه تأثیر گذاشته است یا خیر؟ به این منظور، همچون بالا یک مدل معادلات ساختاری (برآورد درست نمایی بیشینه یا ML) را برازش کردیم، اما این دفعه، متغیر درون زای مشاهده شده که رفتار منفعت طلبانه بود فقط توسط متغیر درون زای استدلال اخلاقی پیش بینی می شد. استدلال اخلاقی توسط متغیرهای برون زای شامل تعداد پیروان و تعداد گزینه های پرداختی مورد پیش بینی قرار گرفت (نک. شکل ۱ B؛ جدول ۴، مدل ۲). ما در این مدل به تأثیر معنادار استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت طلبانه پی بردیم. اگرچه تأثیر تعداد پیروان بر استدلال اخلاقی معنی دار نبود، تعداد گزینه های پرداختی بر استدلال اخلاقی تأثیر معناداری داشت. با این حال، مدل مذکور به سختی از پس آزمون نسبت درست نمایی (LR) برآمد (آزمون نسبت درست نمایی مدل در مقابل مدل اشباع شده: $\chi^2[3] = 7.39, p = .060$ ؛ آزمون ساتورا بنتلر^{۲۱} $\chi^2[3] = 7.45, p = .059$) نشان می دهد که محدودیتهای مدل قابل دفاع نیستند و این مدل، نمایش معتبری از داده ها ارائه نمی دهد. ما آزمونهای تعقیبی post hoc را اجرا کردیم که در آنها رفتار منفعت طلبانه توسط متغیر درون زای مشاهده شده،

- ما تحلیلهای اضافی انجام دادیم که همه متغیرهای کنترلی را که در موردشان داده های کاملی طی هر دو دوره زمانی جمع آوری داده ها داشتیم، در برمی گرفت. این متغیرها عبارت بودند از: پاداش و تعاملات آن با دو شرط قدرت، سن، جنس، وضعیت اشتغال، تحصیلات و دوره جمع آوری داده ها. نتایج به دست آمده با نتایج ارائه شده در متن اصلی مشابه بود با این تفاوت که در مدل ۴ احتمالاً در پی کاهش توان آماری، نه تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت طلبانه دیگر معنادار بود ($\beta = -0.008, z = -1.59, p = .112$). بوت استرپ خطای استاندارد: $[-0.0049; 0.1701]$ شده.

^{۲۱} $\beta = -0.39, SE = 4.38, F[1, 145] = 0.008$, نشان داد که هیچ اثر متقابل معناداری بین دو بُعد قدرت رهبر با استدلال اخلاقی (Spss - آنوای دوعاملی در^{۲۲}) وجود ندارد. بنابراین ما صرفاً اثرات عمده این دو متغیر مستقل قدرت ($\beta = -0.22, SE = 0.29, F[1, 145] = 0.552, p = .459$) یا رفتار منفعت طلبانه ($p = .929$) را در مدل های معادلات ساختاری برآورد کردیم.

^{۲۲} saturated model

^{۲۳} Satorra Bentler

یعنی استدلال اخلاقی، و متغیر برون‌زا، یعنی تعداد گزینه‌های پرداختی پیش‌بینی می‌شد (نک. شکل ۱ C؛ جدول ۴، مدل ۳). در این مدل هیچ نشانه‌ای از تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه نیافتیم اما همانطور که در تحلیل نخست می‌توان دید تعداد گزینه‌های پرداختی تأثیر معناداری بر رفتار منفعت‌طلبانه گذاشته است. این تحلیل همچنین از تأثیر قابل توجه تعداد پیروان بر استدلال اخلاقی پرده برداشت. آزمونهای بیش‌شناسایی معنی‌دار نبودند (آزمون مدل^۴ درست‌نمایی (LR) در مقابل^۲ مدل اشباع شده: χ^2)

[۱]=۰.۰۶, $p=0.801$ ؛ آزمون ساتورا بنتلر: $\chi^2[1]=0.04$, $p=0.834$) که نشان می‌دهد محدودیتهای مدل، قابل دفاع و موجه هستند.

سپس با استفاده از تخمین رگرسیون به روش حداقل مربعات دو مرحله‌ای (۲SLS) در پی بررسی این موضوع برآمدیم که آیا در تأثیر استدلال اخلاقی پیرامون رفتار منفعت‌طلبانه، درون‌زایی وجود دارد یا خیر (نک. جدول شماره ۵). در مرحله اول، استدلال اخلاقی تبدیل به ابزار اندازه‌گیری شد (حق‌الزحمه و تعاملات آن با شرایط قدرت). در مرحله دوم، ابزار استدلال اخلاقی به عنوان جایگزین شرط درون‌زای خود به گونه‌ای که روش در حداقل مربعات معمولی (OLS) استفاده می‌شود بعلاوه تعدادی متغیر برون‌زا شامل گزینه‌های پرداخت و سه متغیر کنترلی وارد شد. با توجه به عدم همبستگی میان تعداد پیروان و رفتار منفعت‌طلبانه (نک. جدولهای ۲ و ۴ و مدل شماره ۱)، این متغیر را به عنوان پیش‌بینی‌کننده رفتار منفعت‌طلبانه در نظر نگرفتیم. آزمون بیش‌شناسایی معنی‌دار نبود ($\chi^2[1]=0.18$, $p=0.669$) (Sargan-Hansen) که نشان می‌دهد محدودیتهای مدل قابل قبول هستند. با این حال، آزمونهای برآورد قوت و ضعف ابزار، معنی‌دار نبودند (Anderson-Rubin Wald test, $\chi^2[1]=0.72$, $p=0.397$; Stock-Wright LM S statistic, $\chi^2[1]=0.71$, $p=0.398$ F[1, 142] = 0.17, $p=0.697$) Wu-Hausman F آزمون فرضیه صفر مبنی بر ضعیف‌بودن ابزارهای انتخابی را رد کرد. آزمون Durbin-Wu-Husman ($\chi^2[1]=0.18$, $p=0.669$)، که بهبود برازش مدل را ارزیابی می‌کنند وقتی استدلال اخلاقی را نسبت به رفتار اخلاقی، برون‌زا در نظر می‌گرفتیم تا درون‌زا؛ معنی‌دار نبودند که نشان می‌دهد هیچ درون‌زایی در استدلال اخلاقی وجود ندارد و تخمینهای ۲SLS مشابه تخمینهای OLS است.

با توجه به یافته‌های اولیه‌ی ۲SLS، که هیچ مدرکی دال بر درون‌زایی تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه به دست نداد، ما یک مدل معادلات ساختاری (برآورد ML) برازش کردیم که در آن متغیر درون‌زای مشاهده‌شده، رفتار منفعت‌طلبانه، از طریق استدلال اخلاقی و تعداد گزینه‌های پرداخت پیش‌بینی می‌شد و هر دوی این پیش‌بینی‌کننده‌ها نسبت به رفتار منفعت‌طلبانه به عنوان رفتار برون‌زا در نظر گرفته شدند (Antonakis, Bendahan, Jacquart, & Lalive, 2010; Kennedy, 2008). در شرایط مدل، ما اجازه کوواریانس بین خطای استدلال اخلاقی و رفتار منفعت‌طلبانه ندادیم. استدلال اخلاقی با متغیرهای برون‌زا، تعداد پیروان و تعداد گزینه‌های پرداختی پیش‌بینی شد (نک. شکل ۱ D؛ جدول ۴، مدل ۴). در این مدل، اثرات قابل توجهی از استدلال اخلاقی و تعداد گزینه‌های پرداختی بر روی رفتار منفعت‌طلبانه پیدا کردیم.

استدلال اخلاقی به طور قابل توجهی از تعداد پیروان تأثیر می‌پذیرفت. آزمونهای بیش‌شناسایی معنی‌دار نبود (LR test of model vs. saturated model: $\chi^2[2]=0.22$, $p=0.893$; Satorra-Bentler scaled test: $\chi^2[2]=0.18$, $p=0.910$) که نشان می‌دهد این مشخصات پس از وقوع در مدل توسط داده‌ها رد نمی‌شوند. متعاقباً آزمایش‌های اثرات

۲-۴overidentification tests

غیرمستقیم را با استفاده از زیردستور SEM بوت استرپ در STATA را برای محاسبه فواصل اطمینان اجرا کردیم. نتایج از تأثیر غیرمستقیم تعداد پیروان بر رفتار منفعت‌خواهانه، به واسطه استدلال اخلاقی، حکایت داشت (indirect effect = 0.0079; 0.2056) bootstrap SE = 0.04, 95% bias-corrected CI: [0.0079; 0.2056].

ما در تحلیل‌های تکمیلی، بررسی‌های بیشتری را بدون متغیرهای کنترل به عمل آوردیم (نک. جدولهای ۶ و ۷). نتایج ما مشابه نتایج فوق‌الذکر بود به جز مدل ۲ که در آن تأثیر تعداد گزینه‌های پرداخت بر استدلال اخلاقی و تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه، این بار معنی‌دار نبود. با این حال، آزمون‌های بیش‌شناسایی معنی‌دار بودند (آزمون LR در مقابل مدل اشباع شده: $\chi^2[1] = 7.40$, $p = .007$; آزمون Satorra-Bentler: $\chi^2[1] = 8.05$, $p = .005$). نشان می‌دهد که محدودیتهای مدل قابل پذیرش نیست و این مدل، نمایش معتبری از داده‌ها ارائه نمی‌دهد. نکته مهم اینکه تأثیر غیرمستقیم تعداد پیروان بر رفتار منفعت‌طلبانه، از طریق استدلال اخلاقی، همچنان معنادار بود (indirect effect = 0.06, bootstrap SE = 0.04, 95% bias-corrected CI: [0.0087; 0.1751]).

بحث

فرض ما این بود که داشتن قدرت بالا، در مقابل قدرت کم، نه تنها موجب افزایش رفتار منفعت‌طلبانه بلکه موجب کاهش استفاده از استدلال اخلاقی اصولی می‌شود. نتایج آزمایشی که طی آن دو بعد قدرت رهبر را دستکاری کردیم (قدرت بر: یک در مقابل سه پیرو؛ قدرت به: در اختیار داشتن سه گزینه پرداخت برای تخصیص بین رهبر و پیروان آنها در مقابل چهار گزینه) پیش‌بینی ما را به طور جزئی تأیید می‌کند. بالاخص، ما متوجه شدیم شرکت‌کنندگانی که بر تعداد پیروان بیشتری قدرت داشتند، احتمال کمتری دارد که از ساختارهای استدلال اخلاقی مدافع عدالت و رفاه عمومی بهره گیرند تا آنها که بر تعداد نفرات کمتری قدرت داشتند. با این حال، بین شرکت‌کنندگانی که از گزینه‌های پرداختی بیشتری برای اعمال اراده خود بر پیروان برخوردار بودند (در مقابل آنهایی که گزینه‌های کمتری در اختیار داشتند)، در مورد نحوه استدلال‌شان پیرامون مسائل اخلاقی تفاوتی وجود نداشت اما تمایل بیشتری به انجام رفتارهای خودخواهانه داشتند. ما شواهد دیگری پیدا کردیم که نشان می‌دهد داشتن قدرت بر تعداد پیروان بیشتر به‌طور غیرمستقیم، با استفاده از ساختارهای استدلال اخلاقی کمتر اصولی، موجب افزایش رفتار منفعت‌طلبانه می‌شود.

کاربردهای نظری و عملی یافته‌های تحقیق

یافته‌های ما برای ادبیات قدرت، دستاوردهایی به همراه دارد. طبق مطالعات قبلی، قدرت عاملی است که صاحب قدرت را به رفتارهای منفعت‌طلبانه وامی‌دارد (Bendahan et al., 2015; Dubois et al., 2015; Handgraaf et al., 2008; Lammers & Stapel, 2009; Rucker et al., 2011; van Dijk et al., 2004) آثار نظری قبلی (Smith & Galinsky, 2010; Tost, 2015) بر این باورند که دامنه تأثیرات قدرت بر واکنش صاحبان قدرت تا خارج از کانتکستی که قدرت در آن کسب شده نیز امتداد دارد. ما در آزمایش خود نشان دادیم که قدرت رهبران برای اعمال اراده‌شان بر دیگران باعث می‌شود رهبر در کانتکستی که به او قدرت داده، بیشتر بر منافع شخصی خود متمرکز شود، حال آنکه قدرت رهبران بر دیگران از چنین کانتکست‌هایی فراتر می‌رود، مثلاً رهبران در کانتکستی که ربطی به قدرت‌شان ندارد چگونه درباره اخلاقی بودن

^{۲۰} Bootstrap

عملی قضاوت می‌کنند و چه عملی را از این منظر ترجیح می‌دهند؟ تازگی مقاله ما در تمرکز بر مقوله قدرت و تأثیرات آن بر منافع شخصی است که یا با کانتکست قدرت (یعنی رفتار منفعت‌طلبانه) در ارتباط است یا از آن فراتر می‌رود (یعنی استفاده کمتر از استدلال اخلاقی اصولی).

نتایج پژوهش ما درک دقیق‌تری فراهم می‌آورد نسبت به اینکه چرا قدرت، فرد را به رفتار منفعت‌طلبانه سوق می‌دهد. این تحقیق حاکیست قدرت موجب می‌شود افراد در تعقیب اهداف خود مؤثرتر عمل کنند (Guinote, 2007c). از آنجاکه چنین هدفی، نفع شخصی است (Moore et al., 2006; Moore & Loewenstein, 2004) لازمه تحقق آن، برخورداری از قدرت بالاست. ما همچنین شواهد روشنی یافتیم مبنی بر اینکه قدرت (متغیر عملیاتی شده با تعداد پیروان) از طریق مکانیسم واسطی به نام استدلال پیرامون دوره‌های اخلاقی به شیوه‌های منفعت‌طلبانه‌تر، تمایل بیشتری نسبت به انجام این گونه رفتارها در افراد ایجاد می‌کند و نیروی محرک این مکانیسم، ساختارهای استدلالی کمتر اخلاقی است. پژوهشگران استدلال اخلاقی، تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار اخلاقی را بر اساس انطباق بین افکار و اعمال تشریح کرده‌اند (Blasi, 1980; Kish-Gephart et al., 2010; Villegas de Posada & Vargas-Trujillo, 2015). نتیجه آنکه، نحوه تفکر افراد پیرامون مسائل اخلاقی می‌بایست در نحوه رفتار آنها نمود پیدا کند. از این رو، یافته‌های ما مبین فرایند خاصی است که قدرت احتمالاً از طریق آن بر رفتار منفعت‌طلبانه تأثیر می‌گذارد: قدرت افراد را به برخوردهای کمتر اصولی با مسائل اخلاقی سوق می‌دهد و این امر، انگیزه بروز رفتارهای مبتنی بر نفع شخصی خود را افزایش می‌دهد.

همچنین تا جایی که می‌دانیم، ما اولین کسانی بوده‌ایم که کوشیدیم از طریق تخمین رگرسیون به شیوه حداقل مربعات دو مرحله‌ای (2SLS) و درنظر گرفتن ابعاد برون‌زای قدرت به عنوان متغیر ابزاری، برآوردی از تأثیر استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه ارائه دهیم. تحقیق قبلی پیرامون رابطه بین استدلال اخلاقی و متغیرهای برآیند همبسته بوده است. این بدان معناست که هر همبستگی حاصل از کار قبلی می‌توانست تلویحاً به تأثیر استدلال اخلاقی بر متغیر برآیند، تأثیر متغیر برآیند بر استدلال اخلاقی، کنش یا تأثیر متغیر سطح بالاتری اشاره داشته باشد که علت و عامل هر دو متغیر استدلال اخلاقی و برآیند است یا حتی روش را هم تعیین می‌کند (به طور مثال، واریانس روش مشترک). در اصل، رویکرد تحلیلی ما می‌تواند به چنین مسائلی بپردازد (Antonakis et al., 2010; Kennedy, 2008). یافته‌های ما نشان می‌دهد استدلال اخلاقی بر رفتار منفعت‌طلبانه تأثیر می‌گذارد (نه اینکه صرفاً با آن همبسته باشد)، اگرچه در این نتیجه‌گیری، به دلیل قوی نبودن متغیرهای ابزاری ما، باید جانب احتیاط را رعایت کرد.

نهایتاً اینکه نتایج پژوهش ما را می‌توان برای درک فرایندهای استدلال اخلاقی به کار برد چراکه اثبات می‌کند قدرت بر دیگران موجب تضعیف استدلال اخلاقی اصولی می‌شود. پژوهشهای قبلی که به رابطه بین قدرت و استدلال می‌پرداختند از طرحهای همبستگی استفاده می‌کردند (Elm & Nichols, 1993; Ponemon, 1990, 1992; Weber, 1990, 1996; Weber & Wasieliski, 2001) که این امر، هر نوع نتیجه‌گیری علی را غیرممکن می‌ساخت. پژوهشگران تا چندین دهه استدلال اخلاقی را به مثابه فرایندی شناختی‌ای مطالعه می‌کردند که به تدریج، ساختارهای اصولی پیچیده‌تر و اخلاقی‌تری پیدا می‌کند (Kohlberg, 1969; Loe et al., 2000; O'Fallon & Butterfield, 2005; Tenbrunsel & Smith).

^{۲۱} outcome variables همان متغیر وابسته اند در مطالعات غیرتجربی.

^{۲۲} common method variance

(Crowe, 2008; Trevio et al., 2006). طبق یافته‌های ما، استدلال اخلاقی برخلاف تصور معمول، کمتر از ثبات برخوردار است و عوامل غیرمرتبط با موضوع اخلاقی، نظیر برخورداری از قدرت در کانتکستی خارج از مسأله مربوطه، بر استدلال اخلاقی تأثیر می‌گذارد.

از لحاظ عملی، شناخت تأثیر قدرت بر استدلال اخلاقی و رفتار منفعت‌طلبانه، به دلایل مختلف حائز اهمیت است. نخست اینکه، تصمیمات مربوط به مسائل اخلاقی اغلب طی روابط نامتقارن و نابرابر قدرت اخذ می‌شود (Lammers, Galinsky, Dubois, & Rucker, 2015) که موجب تشدید منافع شخصی است (Schaerer et al., 2018). دوم، رهبران سازمانی برخوردار از قدرت بالا، هسته مرکزی اطلاعات سازمانها محسوب می‌شوند و از این رو، اغلب نه تنها وظیفه تدوین برنامه‌های استراتژیک را برعهده دارند بلکه متولی نظام ارزشی سازمانها نیز هستند (Treviño, Ireland & Hitt, 1999; Treviño & Brown, 2004; Weaver, Treviño, & Agle, 2005). بنابراین، تصمیمات کسانی که در رده‌های بالای قدرت هستند، مسلماً پیامدهای بیشتری دارد تا تصمیمات کسانی که در رده‌های پایین‌تر قدرت قرار دارند (Schaerer et al., 1986; Sande et al., 2006; Van Vugt, et al., 2018). چراکه بر کارکنان سازمانها و سایر ذینفعان نظیر تأمین‌کنندگان، مشتریان و به طور کلی، جامعه‌ای که سازمان در آن فعالیت می‌کند، تأثیرگذار است (Brown & Treviño, 2006; Treviño, 2006; Harrison, 2005; Jordan et al., 2011; Treviño et al., 2006). یافته‌های ما بر اعتراف اندی فاستو مهر تأیید می‌گذارد و نشان می‌دهد که هر چه قدرت فرد بیشتر باشد احتمال آنکه اصول عدالت و رفاه جمعی را در استدلال اخلاقی خود لحاظ کند، کمتر است. در نتیجه، محتمل‌تر است که صاحبان قدرت، اقدامات خود را در راستای وظیفه‌ای که در قبال رفاه شرکت برعهده دارند، توجیه‌پذیر بدانند (Graham, Haidt, & Nosek, 2009).

جدول شماره ۷- رگرسیون حداقل مربعات (۲SLS) بدون متغیرهای کنترل

پیش‌بینی‌کننده‌ها	مرحله اول رگرسیون/استدلال اخلاقی	مرحله دوم رگرسیون رفتار منفعت‌طلبانه
	برآورد	برآورد
استدلال اخلاقی		-۰.۰۱ (۰.۰۲)
تعداد پیروان	-۶.۱۰ (۲.۱۸)**	
تعداد گزینه‌های پرداختی	-۱.۸۶ (۲.۱۶)	۰.۶۰ (۰.۱۴)***

توجه: تعداد شرکت‌کنندگان = ۱۴۹ نفر

خطای استاندارد در پرانتز آمده است.

کدگذاری شده به صورت: + = یک پیرو/۱ = سه پیرو.

b کدگذاری شده به صورت: + = سه گزینه پرداخت/۱ = چهار گزینه پرداخت

*** p < .001

** p < .01

نقاط قوت، محدودیتها و پیشنهادات برای پژوهشهای آینده

طرح آزمایشی ما از نقاط قوت جالب توجهی برخوردار است. نخست آنکه امکان دستکاری قدرت واقعی (به جای قدرت خیالی، آنطورکه در کار قبلی بود) را بدون ایجاد اثرات ناشی از عامل تقاضا پدید آورد. اینکه از شرکت‌کنندگان بخواهیم ایفاگر نقشی باشند که طی آن برای افراد تخیلی تصمیم می‌گیرند، می‌تواند تعمیم‌پذیری نتایج را دچار مشکل سازد زیرا وقتی قدرت فرضی به شرکت‌کنندگان داده می‌شود اغلب رفتار متفاوتی از خود بروز می‌دهند تا زمانی که قدرت واقعی دارند (Flynn,

Gruenfeld, Molm, & Polzer, 2011; Magee & Galinsky, 2008; Sturm & Antonakis, 2015; Tost, ۲۰۱۵). در مطالعه حاضر، ما شرکت‌کنندگان را در دو موقعیت واقعی رهبر و پیرو قرار دادیم و به رهبران در تصمیم‌گیری پیرامون نحوه تخصیص پرداخت‌ها به خود و پیروانشان استقلال عمل بخشیدیم، و اعمال قدرت را حائز اهمیت کردیم. بعلاوه، اثرات تقاضای آزمایشگران در طرح فعلی کمتر مشکل‌ساز است چراکه دستکاریهای قدرت برای شرکت‌کنندگان نمایان نبود: به آنها گفتیم که رهبر یا پیرو خواهند بود و اطلاعات بیشتری در این باره که برخی از رهبران قدرت بیشتری نسبت به سایرین دارند به شرکت‌کنندگان داده نشد. نقطه قوت آخر اینکه، دستکاری واقع‌گرایانه تر قدرت، حداقل می‌بایست اعتبار اکولوژیک نتایج آزمایش ما را افزایش داده باشد (Sturm & Antonakis, 2015).

علیرغم نقاط قوت فوق‌الذکر، پژوهش ما خالی از محدودیت نیست. البته دستکاری ما در قدرت رهبر، نشان‌دهنده چگونگی آن در مقابل رفتار اجتماعی است. چنین پژوهشی ثابت کرده است قدرت می‌تواند در مورد افرادی که ذاتاً دغدغه دیگران را دارند (مثلاً گرایش به تعاملات اجتماعی) تقویت‌کننده چنین گرایشی باشد (Chen, Lee-Chai, & Bargh, 2001; Côté et al., ۲۰۱۱).

بنابراین تحقیقات آتی می‌توانند به این موضوع بپردازند که آیا تأثیر منفی تعداد پیروان بر استدلال اخلاقی برای صاحبان قدرتی که ذاتاً جمع‌محورند، تقلیل می‌یابد یا حتی معکوس می‌شود؟ یکی از محدودیتهای ذاتاً بالقوه طرح تجربی مورد استفاده در مقاله حاضر، دستکاری مؤلفه قدرت رهبر است در «قدرت به [اعمال اراده خود]». مخصوصاً «قدرت به [اعمال اراده خود]» از طریق افزایش تعداد گزینه‌های پرداختی در دسترسی رهبران از ۳ گزینه به ۴ گزینه، مورد دستکاری قرار گرفت. این پژوهش حاکیست داشتن انتخابهای بیشتر می‌تواند تصمیم‌گیری را دچار محدودیتهای شناختی کند درحالی که انتخاب بیشتر ممکن است همیشه به تصمیم‌گیری بهینه و منطقی نیانجامد (Schwartz, 2004). این پژوهش همچنین نشان می‌دهد ارائه گزینه‌ی افراطی «بسیار ضد اجتماعی» در کنار گزینه کمتر افراطی «ضد اجتماعی» ممکن است احتمال اینکه فرد انتخاب خود را روی گزینه دوم تثبیت کند، افزایش دهد چون نسبتاً بدتر به نظر می‌رسد (Ariely, Loewenstein, & Prelec, 2003; Tversky & Kahneman, ۲۰۱۱). بنابراین می‌توان گفت که رهبرانی که ۴ گزینه پرداخت در اختیار داشته‌اند، برخلاف آنهایی که سه گزینه پرداخت داشته‌اند، انتخاب گزینه «ضد اجتماعی» را قابل توجیه‌تر دانسته‌اند، که این امر می‌تواند توضیح دیگری درباره تأثیر تعداد گزینه‌ها بر رفتار منفعت‌طلبانه باشد. اما اگر اینچنین بود، باید مشاهده می‌کردیم که رهبران دارای ۴ گزینه انتخاب بیش از افراد دارای ۳ گزینه پرداخت، مقوله ضد اجتماعی را علامت بزنند، درحالی که تعداد کمی آن را انتخاب کردند. با این همه، هنگام بررسی فراوانی انتخاب‌های رهبران در شرایط مختلف (نک. جدول ۳)، می‌بینیم که وقتی گزینه‌های پرداختی از ۳ به ۴ مورد تغییر می‌کند، رهبران تمایل کمتری به انتخاب گزینه پیش‌فرض یا اجتماعی دارند و عمدتاً گزینه بسیار ضد اجتماعی را ترجیح می‌دهند تا مقوله ضد اجتماعی. صرف‌نظر از این مشاهدات در پژوهش آتی به منظور جلوگیری از اضافه بار انتخاب یا اثرات لنگر می‌توان در شرایط قدرت با ۳ گزینه پرداخت، گزینه ضد اجتماعی را جایگزین مقوله بسیار ضد اجتماعی کرد. به این طریق می‌توان اطمینان یافت که در هر دو موقعیت قدرت، تنها یک گزینه خودخواهانه وجود دارد. از سوی دیگر، محققان می‌توانند طرحی ترکیبی را اختیار کنند که در آن تعداد پیروان به‌مثابه عامل بین‌فردی و تعداد گزینه‌های پرداخت به منزله عامل درون‌فردی باشد و بیازمایند که

^{۲۸}power to

آیا همان رهبران هنگام افزایش تعداد گزینه‌های پرداخت تمایل دارند لنگر انتخاب خود را روی گزینه‌ی ضداجتماعی ببندازند یا خیر.

تغییر اندازه جلسات گروهی، از دیگر محدودیتهای بالقوه طرح تجربی حاضر است که می‌تواند ناشناس ماندن را به خطر بیندازد. ما از سه طریق مطمئن شدیم تصمیمات رهبران در مورد پرداختها غیرقابل تشخیص است. اولاً به پیروان درباره ساختار گزینه‌های پرداخت چیزی نگفتیم بلکه آنها را فقط از محدوده پرداخت مطلع کردیم. دوم، پیروان پس از پایان مرحله جمع آوری داده‌ها و هنگامی که درآمدشان را در حساب بانکی خود دیدند، از تصمیم رهبران مطلع شدند. ثالثاً، پیروان نمی‌دانستند چند رهبر در اتاق حضور دارند و این امر مانع از آن می‌شد که درآمدشان را به رهبر خاصی منتسب کنند. با این حال، همبستگی ضعیفی بین یکی از دستکاری‌های قدرت رهبر - تعداد پیروان - و اندازه جلسات گروه آزمایش ($r = 0.26, p = .06, n = 51$) یافتیم که نشان می‌دهد اندازه جلسه موجب مخدوش شدن یافته‌هایمان درباره تعداد پیروان شده باشد. لیکن دستکاری دیگر در قدرت رهبر - تعداد گزینه‌های پرداخت - با اندازه جلسه همبسته نبود ($r = 0.13, p = .34, n = 51$). یکی از شیوه‌هایی که ممکن است تعداد پیروان تحت تأثیر اندازه جلسه مخدوش شود این است که در جلسات بزرگتر، رهبران به طور بالقوه احساس ناشناس ماندن دارند و بنابراین بیشتر راغب هستند که خودخواهانه عمل کنند. با این حال، به سختی می‌توان فهمید که چگونه کاستن از ناشناس ماندن به این شیوه، می‌تواند بر استدلال اخلاقی اصولی رهبران (که طبق تعریف ناشناس است) تأثیر بگذارد، اما هیچ تأثیری بر رفتار منفعت‌طلبانه‌ی واقعی نخواهد داشت.

ما برخلاف بندهان و همکاران (۲۰۱۵) اثری از تعداد پیروان بر رفتار منفعت‌طلبانه نیافتیم. یک علت بالقوه‌ی اثر صفر مشاهده‌شده در مطالعه حاضر، می‌تواند در روش تجربی ما نهفته باشد که به موجب آن، رهبران و پیروان را به جای آنکه مثل بندهان و همکارانش (در مطالعه اول) به کلاس بزرگی ببریم در گروه‌های کوچک‌تر به آزمایشگاه آوردیم. گروه‌های کوچکتر ممکن است تعبیر و تفسیرهای متفاوتی از وضعیت ایجاد کرده باشد. بالاخص ممکن است کمتر بودن تعداد، نبود قدرت رهبر را بارزتر کرده باشد. کار قبلی نشان می‌دهد سطح قدرت دیگران می‌تواند با برانگیختن ملاحظات استراتژیک یا مسئولیت اجتماعی در هنگام تصمیم‌گیری پیرامون تخصیص سهم، بر انتخاب‌های رهبران تأثیر بگذارد. مثلاً ثابت شده است حریفان مذاکره که کاملاً ناتوان هستند، در مقایسه با حریفانی که از قدرت کمی برخوردارند، مذاکره را با نتایج بهتری به پایان می‌برند (Schaerer, Swaab, & Galinsky, 2015). وقتی طرف مقابل در مذاکره ضعیف باشد، تصمیم از نظر تخصیص‌گر استراتژیک و رقابتی تلقی شده (Suleiman, 1996) و به احتمال زیاد، روشی تهاجمی نسبت به او در پیش می‌گیرد (Baumeister, Smart, & Boden, 1996; De Dreu & Van Knippenberg, 2005). اما وقتی طرف کاملاً ناتوان و فاقد هر گونه قدرت تلافی باشد، ملاحظات اجتماعی در تصمیم تخصیصی حریف پررنگ تر می‌شود تا رفتار منفعت‌طلبانه (Handgraaf et al., 2008). در پژوهش آتی می‌توان با تغییر میزان قدرت پیروان، به چنین مسائلی پرداخت (ر.ک. Handgraaf et al., 2008) و بررسی کرد که چگونه این عامل، استدلال اخلاقی رهبران و تصمیمات آنها درباره تخصیص سهم را شکل می‌دهد.

سرانجام اینکه ما مشتاق بودیم به اثرات متمایز قدرت بر و قدرت به (اعمال اراده خود) بپردازیم. ما اثر قویاً منفی در قدرت بر دیگران بر اساس استدلال اخلاقی یافتیم، اثری که در قدرت اعمال اراده خود مشاهده نکردیم. همچنین اثر قویاً مثبت از قدرت اعمال اراده خود بر رفتار منفعت‌طلبانه یافتیم، اثری که در قدرت بر دیگران مشاهده نکردیم. این اثرات متمایز جالب توجه‌اند و

نشان می‌دهند که ممکن است دو مؤلفه قدرت رهبر از طریق مسیرهای مختلف موجب تمرکز بر هدفی با عنوان نفع شخصی شوند، یعنی با شکل دادن سطح تفسیری متاوت در افراد.

با توجه به نظریه سطح تفسیری (Trope & Liberman, 2003, 2010; see also^{۲۹} Wiesenfeld, Reyt, Brockner, & Trope, 2017)، بازنمایی ذهنی می‌تواند ملموس و محدود به موقعیت (سطح ساختاری پایین) یا انتزاعی و خارج از کانتکست موقعیت (سطح ساختاری بالا) باشد. حسب یافته‌های ما، قدرت اعمال اراده‌ی خود بر دیگران می‌تواند شبکه‌های شناختی کنش‌محور عینی و در نتیجه، موقعیت‌گرا را فعال کند و این امر، موجب برانگیختن رفتارهای منفعت‌طلبانه در رهبران شود. در مقابل، قدرت بر دیگران می‌تواند شبکه‌های شناختی انتزاعی و در نتیجه، غیرموقعیت‌گرا را فعال کند که بر استدلال اخلاقی رهبران تأثیر می‌گذارد. در واقع، کار نظری (Fiske, 1993) و تجربی (Guinote, Brown, & Fiske, 2006; Overbeck & Park, 2001, Study 3) بر روی قدرت حاکمیت که برخورداری از قدرت بیش از حد بر پیروان، میانبرهای شناختی انتزاعی نظیر کلیشه‌ها را تحریک می‌کند. به طور کلی، نوع برداشتی که توسط قدرت فعال می‌شود شاید به نحوه عملیاتی کردن قدرت بستگی داشته باشد: قدرت برای اعمال اراده‌ی فردی موجب تحریک سطح ساختاری پایین می‌شود در حالی که قدرت بر دیگران، سطح ساختاری بالا را برمی‌انگیزد. نظر ما برخلاف کار قبلی در سطح تفسیری پیرامون قدرت است که می‌گوید قدرت موجب برانگیخته‌شدن تفکر انتزاعی و خارج از کانتکست موقعیت می‌شود (ر.ک. Smith & Trope, 2006; Stel, van Dijk, Smith, van Dijk, & Djalal, 2012). طبق یافته‌های ما و پیشنهادات اخیر (ر.ک. Wiesenfeld et al., 2017)، بررسی چگونگی ارتباط مؤلفه‌های مختلف قدرت رهبر با سطح ساختاری می‌تواند برای تحقیقات آینده پیرامون رابطه بین قدرت و سطح ساختاری، مفید واقع شود.

جمع بندی

مسائل اخلاقی، از رایج‌ترین و دشوارترین چالش‌هایی است که رهبران سازمانی می‌بایست به آن رسیدگی کنند (Zhang, Gino, & Margolis, 2018). یک علت دشواری چالش فوق این است که حل مسائل اخلاقی اغلب شامل بده بستان و ایجاد توازن میان اصول متضاد و در عین حال، ارزشمند است (ر.ک. Graham et al., 2009). اما علت دیگر آن بازمی‌گردد به اینکه قدرت می‌تواند بر نحوه تفکر رهبران پیرامون مسائل اخلاقی و در نتیجه، بر نحوه رفتار آنها تأثیر بگذارد. در مقاله پیش رو، شواهد گویایی یافتیم مبنی بر اینکه قدرت با تأثیرگذاری بر استدلال اخلاقی افراد، رفتار منفعت‌طلبانه را موجب می‌شود. با این همه، شواهد روشنی نیز پیدا کردیم حاکی از اینکه دو بعد قدرت رهبر - تعداد پیروان و تعداد گزینه‌های پرداختی - تأثیرات متمایزی بر استدلال اخلاقی، و به ترتیب، بر رفتار منفعت‌طلبانه دارند. ممکن است نتیجه‌گیری درباره رفتار اندی فاستو و غیر اخلاقی خواندن آن وسوسه‌انگیز باشد چون قدرت فاسد می‌کند اما نتایج پژوهش ما نشان می‌دهد که برخلاف تصور قبلی، تأثیرات قدرت بر فساد بیشتر غیرمستقیم است. سرانجام اینکه قدرت، پدیده پیچیده‌ای است و اگر می‌خواهیم پرده از ماهیت واقعی آن بگرییم، باید آن را به چنین روشی مورد مطالعه قرار دهیم.

^{۲۹} construal level theory

پیوست A

ما معادلات آماری را به منظور شفافیت و تقارن با نمایش گرافیکی مدل‌هایمان (نک. شکل ۱) بدون هیچ متغیر کنترلی اجرا می‌کنیم. با این حال، خاطرنشان می‌سازیم ما مدل‌هایی را برآورد کردیم که شامل حق‌الزحمه و تعامل آن با هر دو وضعیت تعریف شده برای قدرت به عنوان متغیرهای کنترل در تحلیل‌های اصلی است. در مدل‌های ۱ تا ۳، شرایط خطای متغیرهای استدلال اخلاقی و رفتار منفعت‌طلبانه را همزمان تغییر دادیم. در مدل ۴، کوواریانس شرایط خطای استدلال اخلاقی و رفتار منفعت‌طلبانه را روی صفر تثبیت کردیم.

A.1. مدل ۱

$$e + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \beta_2 + \text{تعداد پیروان} \beta_1 + \beta_0 = \text{استدلال اخلاقی}$$

$$u + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \gamma_2 + \text{تعداد پیروان} \gamma_1 + \gamma_0 = \text{رفتار منفعت‌طلبانه}$$

A.2. مدل ۲

$$e + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \hat{\alpha}_2 + \text{تعداد پیروان} \hat{\alpha}_1 + \hat{\alpha}_0 = \text{استدلال اخلاقی}$$

$$u + \text{استدلال اخلاقی} \tilde{\alpha}_1 + \tilde{\alpha}_0 = \text{رفتار منفعت‌طلبانه}$$

A.3. مدل ۳

$$e + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \beta_2 + \text{تعداد پیروان} \beta_1 + \beta_0 = \text{استدلال اخلاقی}$$

$$u + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \gamma_2 + \text{استدلال اخلاقی} \gamma_1 + \gamma_0 = \text{رفتار منفعت‌طلبانه}$$

A.4. مدل ۴

$$e + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \beta_2 + \text{تعداد پیروان} \beta_1 + \beta_0 = \text{استدلال اخلاقی}$$

$$u + \text{تعداد گزینه‌های پرداخت} \gamma_2 + \text{استدلال اخلاقی} \gamma_1 + \gamma_0 = \text{رفتار منفعت‌طلبانه}$$

منابع اصلی:

- این مقاله با منابع ذیل در شماره سی و دوم فصلنامه رهبری (The Leadership Quarterly) به تاریخ آگوست ۲۰۲۱ منتشر شده است.
- Abdolmohammadi, M., & Sultan, J. (2002). Ethical reasoning and the use of insider in stock trading information. *Journal of Business Ethics*, 37(2), 165–173.
- Antonakis, J., Bendahan, S., Jacquart, P., & Lalive, R. (2010). Onmaking causal claims: A review and recommendations. *The Leadership Quarterly*, 21, 1086–1120.
- Ariely, D., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2003). “Coherent arbitrariness”: Stable demand curves without stable preferences. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 73–105.

- Au, A. K.M., & Wong, D. S. N. (2000). The impact of guanxi on the ethical decision-making process of auditors—an exploratory study on Chinese CPAs in Hong Kong. *Journal of Business Ethics*, 28(1), 87–93.
- Bargh, J. A., Raymond, P., Pryor, J. B., & Strack, F. (1995). Attractiveness of the underling: An automatic power → sex association and its consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(5), 768–781.
- Barnes, C. M., Schaubroeck, J., Huth, M., & Ghumman, S. (2011). Lack of sleep and unethical conduct. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115(2), 169–180.
- Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: The dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103.
- Bendahan, S., Zehnder, C., Pralong, F. P., & Antonakis, J. (2015). Leader corruption depends on power and testosterone. *The Leadership Quarterly*, 26(2), 101–122.
- Blasi, A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. *Psychological Bulletin*, 88(1), 1–45.
- Bredemeier, B. J., & Shields, D. L. (1984). The utility of moral stage analysis in the investigation of athletic aggression. *Sociology of Sport Journal*, 1(2), 138–149.
- Bredemeier, B. J., & Shields, D. L. (1986). Game reasoning and interactional morality. *The Journal of Genetic Psychology*, 147(2), 257–275.
- Brewer, M. B., & Kramer, R. M. (1986). Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 543–549.
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595–616.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117–134.
- Chen, S., Lee-Chai, A., & Bargh, J. A. (2001). Relationship orientation as a moderator of the effects of social power. *Attitudes and Social Cognition*, 80(2), 173–189.
- Cohen, T. R., Panter, A. T., Turan, N., Morse, L., & Kim, Y. (2014). Moral character in the workplace. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 930–941.
- Colby, A., Kohlberg, L., Gibbs, J., Lieberman, M., Fischer, K., & Saltzstein, H. D. (1983). A longitudinal study. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 48.
- Côté, S., Kraus, M. W., Cheng, B. H., Oveis, C., van der Löwe, I., Lian, H., & Keltner, D. (2011). Social power facilitates the effect of prosocial orientation on empathic accuracy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2), 217–232.
- Cummings, R., Dyas, L., Maddux, C. D., & Kochman, A. (2001). Principled moral reasoning and behavior of preservice teacher education students. *American Educational Research Journal*, 38(1), 143–158.
- De Dreu, C. K.W., & Van Knippenberg, D. (2005). The possessive self as a barrier to conflict resolution: Effects of mere ownership, process accountability, and self-concept clarity on competitive cognitions and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*,

89.

- De Wit, F. R. C., Scheepers, D., Ellemers, N., Sassenberg, K., & Scholl, A. (2017). Whether power holders construe their power as responsibility or opportunity influences their tendency to take advice from others. *Journal of Organizational Behavior*, 38,(۷) ۹۲۳-۹۴۹.
- Dubois, D., Rucker, D. D., & Galinsky, A. D. (2015). Social class, power, and selfishness: When and why upper and lower class individuals behave unethically. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(3), 436-4۴۹.
- Elkind, P. (2013, July). The confessions of Andy Fastow. Retrieved from Fortune <http://fortune.com/2013/07/01/the-confessions-of-andy-fastow/>
- Elm, D. R., & Nichols, M. L. (1993). An investigation of the moral reasoning of managers. *Journal of Business Ethics*, 12(11), 817-833.
- Fiske, S. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48(6), 621-628.
- Flynn, F. J., Gruenfeld, D., Molm, L. D., & Polzer, J. T. (2011). Social psychological perspectives on power in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 56(4), 495-5۰۰.
- French, J. R. P., & Raven, B. (1959). The bases of social power. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Galinsky, A. D., Gruenfeld, D. H., & Magee, J. C. (2003). From power to action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(3), 453-466.
- Galinsky, A. D., Rucker, D. D., & Magee, J. C. (2015). Power: Past findings, present considerations, and future directions. *APA handbook of personality and social psychology, volume3 :Interpersonal relations. Vol. 3.* (pp. 421-4۶۰).
- Gino, F., Schweitzer, M. E., Mead, N. L., & Ariely, D. (2011). Unable to resist temptation: How self-control depletion promotes unethical behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115(2), 191-203.
- Graham, J., Haidt, J., & Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 1029-1۰۴۶.
- Greene, J. D., & Paxton, J.M. (2010). Patterns of neural activity associated with honest and dishonest moral decisions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106,(9), 12506-12511.
- Guinote, A. (2007a). Power affects basic cognition: Increased attentional inhibition and flexibility. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(5), 685-6۹۷.
- Guinote, A. (2007b). Power and goal pursuit. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, ۱۰۷۶-۱۰۸۷.
- Guinote, A. (2007c). Behaviour variability and the situated focus theory of power. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 256-295.
- Guinote, A. (2008). Power and affordances: When the situation has more power over powerful than powerless individuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95,(2), 237-252.
- Guinote, A. (2017). How power affects people: Activation, wanting, and goal seeking. *Annual Review of Psychology*, 68(1), 353-381.
- Guinote, A., Brown, M., & Fiske, S. T. (2006). Minority status decreases sense of control and increases interpretive processing. *Social Cognition*, 24(2), 169-1۸۶.
- Handgraaf, M. J. J., van Dijk, E., Vermunt, R. C., Wilke, H. A. M., & De Dreu, C. K.W. (2008) Less power or powerless? Egocentric empathy gaps and the irony of having little

- versus no power in social decisionmaking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(5), 1136-1149.
- Holstein (1976). Irreversible, stepwise sequence in the development of moral judgment: A longitudinal study of males and females. *Child Development*, 47(1), 51-61.
- Ireland, R. D., & Hitt, M. A. (1999). Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *Academy of Management Perspectives*, 13(1), 43-57.
- Jordan, J., Brown, M. E., Treviño, L. K., & Finkelstein, S. (2011). Someone to look up to: follower ethical reasoning and perceptions of ethical leadership. *Journal of Management*, 39(3), 660-683.
- Kennedy, P. (2008). *A guide to econometrics* (6th ed.). Malden, MA: Blackwell Pub.
- Kish-Gephart, J., Detert, J., Treviño, L. K., Baker, V., & Martin, S. (2014). Situational moral disengagement: Can the effects of self-interest be mitigated? *Journal of Business Ethics*, 125(2), 267-285.
- Kish-Gephart, J. J., Harrison, D. A., & Treviño, L. K. (2010). Bad apples, bad cases, and bad barrels: Meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 1-31.
- Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization. Rand McNally.
- Kohlberg, L. (1981). *The philosophy of moral development*. New York: Harper & Row.
- Kohlberg, L. (1984). *The psychology of moral development: Essays on moral development*. Vol. 2. San Francisco: Harper & Row.
- Kohlberg, L., & Candee, D. (1984). The relationship of moral judgment to moral action. In W. M. Kurtines, & J. L. Gewirtz (Eds.), *Morality, moral behavior, and moral development* (pp. 52-73). New York: Wiley.
- Kohlberg, L., & Kramer, R. (1969). Continuities and discontinuities in childhood and adult moral development. *Human Development*, 12(2), 93-120.
- Krebs, D. L., & Denton, K. (2005). Toward a more pragmatic approach to morality: A -critical evaluation of Kohlberg's model. *Psychological Review*, 112(3), 629-649.
- Krebs, D. L., Denton, K. L., Vermeulen, S. C., Carpendale, J. I., & Bush, A. (1991). Structured flexibility of moral judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(6), 1012-1023.
- Lammers, J., Galinsky, A. D., Dubois, D., & Rucker, D. D. (2015). Power and morality. *Current Opinion in Psychology*, 6, 15-19.
- Lammers, J., & Stapel, D. A. (2009). How power influences moral thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(2), 279-289.
- Loe, T.W. T., Mansfield, P., Ferrell, L., & Mansfield, P. (2000). A review of empirical studies assessing ethical decision making in business. *Synthesis*, 25(3), 185-204.
- Luchins, A. S. (1942). Mechanization in problem solving: The effect of Einstellung. *Psychological Monographs*, 54(6), i-95.
- Magee, J. C., & Galinsky, A. D. (2008). Social hierarchy: The self-reinforcing nature of power and status. *Academy of Management Annals*, 2(1), 1-79.
- Malinowski, C. I., & Smith, C. P. (1985). Moral reasoning and moral conduct: An -investigation

- prompted by Kohlberg's theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 (4), 1016–1027.
- Mintzberg, H. (1979). In E. Cliffs (Ed.), *The structuring of organizations*. NJ: Prentice-Hall.
- Moore, D. A., & Loewenstein, G. (2004). Self-interest, automaticity, and the psychology of conflict of interest. *Social Justice Research*, 17(2), 189–202.
- Moore, D. A., Tetlock, P. E., Tanlu, L., & Bazerman, M. H. (2006). Conflicts of interest and the case of auditor independence: Moral seduction and strategic issue cycling. *Academy of Management Review*, 31(1), 10–29.
- Nisan, M., & Kohlberg, L. (1982). Universality and variation in moral judgment: A longitudinal and cross-sectional study in Turkey. *Child Development*, 53, 865–876.
- O'Fallon, M. J., & Butterfield, K. D. (2005). A review of the empirical ethical decisionmaking literature: 1996–2003. *Journal of Business Ethics*, 59(4), 375–413.
- Overbeck, J. R., & Park, B. (2001). When power does not corrupt: Superior individuation processes among powerful perceivers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(4), 549–565.
- Ponemon, L. A. (1990). Ethical judgments in accounting: A cognitive-developmental perspective. *Critical Perspectives on Accounting*, 1(2), 191–215.
- Ponemon, L. A. (1992). Ethical reasoning and selection-socialization in accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 17(3–4), 239–258.
- Reall, M. J., Bailey, J. J., & Stoll, S. K. (1998). Moral reasoning “on hold” during a competitive game. *Journal of Business Ethics*, 17(11), 1205–1210.
- Rest, J. (1986). *Manual for defining issue test* (3rd ed.). Center for the Study of Ethical Development. University of Minnesota.
- Rest, J., Narvaez, D., Bebeau, M., & Thoma, S. J. (1999). A neo-Kohlbergian approach: The DIT and Schema theory. *Educational Psychology Review*, 11(4), 291–324.
- Rest, J., Thoma, S. J., Narvaez, D., & Bebeau, M. J. (1997). Alchemy and beyond: Indexing the defining issues test. *Journal of Educational Psychology*, 89(3), 498–507.
- Rest, J. R. (1975). Longitudinal study of the Defining Issues Test of moral judgment: A strategy for analyzing developmental change. *Developmental Psychology*, 11(6), 738–748.
- Rucker, D. D., Dubois, D., & Galinsky, A. D. (2011). Generous paupers and stingy princes: Power drives consumer spending on self versus others. *Journal of Consumer Research*, 37(6), 1015–1029.
- Sande, G. N., Ellard, J. H., & Ross, M. (1986). Effect of arbitrarily assigned status labels on self-perceptions and social perceptions: The mere position effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(4), 684–689.
- Sassenberg, K., Ellemers, N., & Scheepers, D. (2012). The attraction of social power: The influence of construing power as opportunity versus responsibility. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(2), 550–555.
- Schaerer, M., du Plessis, C., Yap, A., & Thau, S. (2018). Low power individuals in social power research: A quantitative review, theoretical framework, and empirical test. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 149, 73–96.
- Schaerer, M., Swaab, R. I., & Galinsky, A. D. (2015). Anchors weigh more than power: Why absolute powerlessness liberates negotiators to achieve better outcomes. *Psychological Science*, 25(8), 1581–1591.

- Schmid Mast, M., Jonas, K., & Hall, J. A. (2009). Give a person power and he or she will show interpersonal sensitivity: The phenomenon and its why and when. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(5), 835–850.
- Scholl, A., Sassenberg, K., Scheepers, D., Ellemers, N., & de Wit, F. (2017). A matter of focus: Power-holders feel more responsible after adopting a cognitive other-focus, rather than a self-focus. *British Journal of Social Psychology*, 56(1), 89–102.
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: Why more is less*. New York: Ecco.
- Shalvi, S., Eldar, O., & Bereby-Meyer, Y. (2012). Honesty requires time (and lack of justifications). *Psychological Science*, 23(10), 1264–1270.
- Sherman, G. D., Lee, J. J., Cuddy, A. J. C., Renshon, J., Oveis, C., Gross, J. J., & Lerner, J. S. (2012). Leadership is associated with lower levels of stress. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(44), 17903–17907.
- L.M. Giurge, M. van Dijke, M.X. Zheng et al. *The Leadership Quarterly* 32 (2021) 101288
- Siegler, R. S. (1997). Concepts and methods for studying cognitive change. In E. Amsel, & K. A. Renninger (Eds.), *In change and development: Issues of theory, method, and application* (pp. 77–98). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Smith, P. K., & Galinsky, A. D. (2010). The nonconscious nature of power: Cues and consequences. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(10), 918–938.
- Smith, P. K., & Hofmann, W. (2016). Power in everyday life. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(36), 10043–10048.
- Smith, P. K., & Trope, Y. (2006). You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(4), 578–596.
- Stel, M., van Dijk, E., Smith, P. K., van Dijk, W. W., & Djalal, F. M. (2012). Lowering the pitch of your voice makes you feel more powerful and think more abstractly. *Social Psychological and Personality Science*, 3(4), 497–502.
- Sturm, R. E., & Antonakis, J. (2015). Interpersonal power: A review, critique, and research agenda. *Journal of Management*, 41(1), 136–163.
- Suleiman, R. (1996). Expectations and fairness in a discounting ultimatum game. *Journal of Economic Psychology*, 17, 531–554.
- Tenbrunsel, A. E., & Smith-Crowe, K. (2008). Ethical decision making: Where we've been and where we're going. *The Academy of Management Annals*, 2(1), 545–607.
- Thoma, S. (2006). Research on the defining issues test. In M. Killen, & J. G. Smetana (Eds.), *Handbook of moral development* (pp. 67–91). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Tost, L. P. (2015). When, why, and how do powerholders “feel the power”? Examining the links between structural and psychological power and reviving the connection between power and responsibility. *Research in Organizational Behavior*, 35, 29–56.
- Treviño, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of Management Review*, 11(3), 601–617.
- Treviño, L. K. (1992). Moral reasoning and business ethics: Implications for research, education, and management. *Journal of Business Ethics*, 11(5–6), 445–459.
- Treviño, L. K., & Brown, M. E. (2004). The role of leaders in influencing unethical behavior in the workplace. In J. R. E. Kidwell, & C. L. Martin (Eds.), *Managing organizational deviance* (pp. 69–96). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Treviño, L. K., & Weaver, G. R. (2003). *Managing ethics in business organizations: Social scientific*

perspective. Stanford University Press.

- Treviño, L. K., Weaver, G. R., & Reynolds, S. J. (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management*, 32(6), 951–99۰.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2003). Temporal construal. *Psychological Review*, 110.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440–463.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131.
- Underwood, B., & Moore, B. (1982). Perspective-taking and altruism. *Psychological Bulletin*, 91(1), 143–173.
- van Dijk, E., De Cremer, D., & Handgraaf, M. J. J. (2004). Social value orientations and the strategic use of fairness in ultimatum bargaining. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(6), 697–707.
- van Dijke, M., De Cremer, D., Langendijk, G., & Anderson, C. (2018). Ranking low, feeling high: How hierarchical position and experienced power promote prosocial behavior in response to procedural justice. *Journal of Applied Psychology*, 103(2), 164–18۱.
- Van Vugt, M. (2006). Evolutionary origins of leadership and followership. *Personality and Social Psychology Review*, 10(4), 354–371.
- Villegas de Posada, C., & Vargas-Trujillo, E. (۲۰۱۵). Moral reasoning and personal behavior: A meta-analytical review. *Review of General Psychology*, 19(4), 408–4۲۴.
- Wade-Benzoni, K. A. (2002). A golden rule over time: Reciprocity in intergenerational allocation decisions. *The Academy of Management Journal*, 45(5), 1011–1۰۲۸.
- Wade-Benzoni, K. A., Hernandez, M., Medvec, V., & Messick, D. (2008). In fairness to future generations: The role of egocentrism, uncertainty, power, and stewardship in judgments of intergenerational allocations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44.۲۴۵–۲۳۳, (۲)
- Weaver, G. R., Treviño, L. K., & Agle, B. R. (2005). “Somebody I look up to:” ethical role models in organizations. *Organizational Dynamics*, 34(4), 313–3۳۰.
- Weber, J. (1990). Managers' moral reasoning: Assessing their responses to three moral dilemmas. *Human Relations*, 43(7), 687–702.
- Weber, J. (1996). Influences upon managerial moral decision making: Nature of the harm and magnitude of consequences. *Human Relations*, 49(1), 1–2۲.
- Weber, J., & Wasieleski, D. (2001). Investigating influences on managers' moral reasoning: The impact of context and personal and organizational factor. *Business & Society*, 40.110-79(1).
- West, T., Ravenscroft, S. P., & Shrader, C. B. (2004). Cheating and moral judgment in the college classroom: A natural experiment. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 173–1۸۳.
- White, C. B., Bushnell, N., & Regnemer, J. L. (1978). Moral development in Bahamian school children: A 3-year examination of Kohlberg's stages of moral development. *Developmental Psychology*, 14(1), 58–65.
- Wiesenfeld, B.M., Reyt, J. -N., Brockner, J., & Trope, Y. (2017). Construal level theory in organizational research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4(1), 367–400.
- Willemuth, S. S., & Flynn, F. J. (2013). Power, moral clarity, and punishment in the workplace. *Academy of Management Journal*, 56(4), 1002–1۰۲۳.
- Zhang, T., Gino, F., & Margolis, J. D. (2018). Does “could” lead to good? On the road to moral insight. *Academy of Management Journal*, 61(3), 857–895.