

دین و رفتار نوع‌دوستانه: شواهدی از یک مطالعه آزمایشگاهی^۱*

زهرا موسوی^۲

مجید محمود علیلو^۳

عباس بخشی پور رودسری^۴

سید فرشاد فاطمی^۵

مهدی فیضی^۶

چکیده

مطالعه حاضر مطالعه‌ای آزمایشگاهی است که به بررسی اثر برجسته‌سازی دین بر رفتار جامعه‌گرا پرداخته است. ۵۲ آزمودنی خداباور از میان دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف به صورت تصادفی در دو گروه کنترل و آزمایش قرار گرفتند و پس از پیش‌زمینه‌سازی (تسهیل) دینی، به آنها فرصت کمک به یک موسسه خیریه ارائه شد. برای رفع ایرادهای مطالعات پیشین، نوآوری‌هایی مانند تمرکز بر یک سناریو واقعی، توجه به بحث اثر مالکیت^۷، توجه به ناشناس باقی‌ماندن آزمودنی و استفاده از یک روش خلاقانه جدید پیش‌زمینه‌سازی در طراحی این آزمایش مورد توجه قرار گرفت که این مطالعه را از کارهای پیشین متمایز می‌کند. نتایج مقایسه میانگین میزان کمک به موسسه خیریه در دو گروه آزمایش و کنترل، اثری معنادار میان دو عامل برجسته‌سازی دین و رفتار نوع‌دوستانه نشان داد ($P < 0.05$ و $Mann\ Whitney = 137/500$). در واقع، مطالعه حاضر نشان می‌دهد که یادآورنده‌های ظریف دینی که آستانه شناختی و هیجانی را فعال می‌کنند، می‌توانند بر رفتار بخشش افراد مذهبی تأثیری مثبت بگذارند.

کلید واژه‌ها: پیش‌زمینه‌سازی مذهبی، رفتار نوع‌دوستانه، رفتار جامعه‌گرا، بخشش

^۱ این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری نویسنده اول است.

^۲ دانشجوی دکتری روانشناسی، گروه روانشناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول). ایمیل:

Mousavizahra052@gmail.com

^۳ استاد، گروه روانشناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

^۴ استاد، گروه روانشناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

^۵ استادیار، گروه اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران

^۶ استادیار، گروه اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

* این مطالعه با حمایت راهبری توسعه علوم و فناوری‌های شناختی انجام گرفته است

^۷ Endowment Effect

مقدمه

رفتار جامعه‌گرا طیف وسیعی از رفتارها از کمک کردن و تسلی بخشی تا همکاری و بخشش را دربرمی‌گیرد و بدین معنی است که فردی به نفع دیگری عملی انجام می‌دهد که برای خودش هزینه‌هایی به همراه دارد. وقتی افراد با موقعیت‌هایی روبه‌رو می‌شوند که می‌توانند رفتارهای جامعه‌گرا از خود بروز دهند، معمولاً به شیوه‌های مختلف واکنش نشان می‌دهند. در حالیکه برخی به راحتی رفتارهای جامعه‌گرا از خود نشان می‌دهند، برخی دیگر به ندرت به این صورت پاسخ می‌دهند. لذا در روانشناسی، عوامل انگیزشی بروز رفتار جامعه‌گرا مکرراً مورد مطالعه قرار گرفته است (پنر، دویدو، پلیاوین و اسکروئدر^۱، ۲۰۰۵).

برخی معتقدند که دین به رفتارهای جامعه‌گرا کمک می‌کند- به این صورت که اصول و ارزش‌های موجود در دین بر مشارکت افراد در رفتارهای جامعه‌گرا تاثیر می‌گذارد (اریکسون^۲، ۱۹۶۳؛ جیمز^۳، ۱۹۰۲). با این حال، از نگاه روش‌شناسی، مطالعات انجام شده پیشین که رابطه‌ای قوی میان دینداری و رفتارهای جامعه‌گرا نشان داده‌اند، غالباً بر طرح‌های همبستگی و شبه‌آزمایشی مبتنی بوده‌اند که از اعتبار درونی کمی برخوردارند و نمی‌توان از آنها رابطه‌ای علی‌استنتاج کرد (نورانزیان، شریف، گراویس، ویلیارد، مک‌نامارا، اسلینگرلند و هنریخ^۴، ۲۰۱۶). برای رفع این مسئله، روش پیش‌زمینه‌سازی (تسهیل) دینی^۵ در قالب طرح‌های آزمایشی به‌کار گرفته شد (شریف^۶ و نورانزیان، ۲۰۰۷).

اثر پیش‌زمینه^۷ به روشی اشاره دارد که در آن ارائه محرکی به شکلی ناخودآگاه و موقت بر پردازش یا پاسخ فرد تاثیر می‌گذارد (بارق، چن و باروز^۸، ۱۹۹۶). استدلال اصلی پشت این ایده از آنجا نشأت می‌گیرد که اگر باورهای مذهبی یک اثر علی بر تمایلات جامعه‌گرا دارند، پس می‌توان با القای افکار مذهبی، به صورت آزمایشی، رفتارهای جامعه‌گرا را افزایش داد (نورانزیان، هنریخ و اسلینگرلند^۹، ۲۰۱۲). به این ترتیب، این روش توانست با اختصاص تصادفی آزمودنی‌ها در گروه‌های مختلفی که در آن جنبه‌هایی از دین برجسته یا غیربرجسته بودند، به ابزاری قدرتمند برای اثبات اثر علی تفکر دینی بر پیامدهای روان‌شناختی تبدیل شود و آن را از سایر

¹ Penner, Dovidio, Piliavin & Schroeder

² Erikson

³ James

⁴ Norenzayan, Shariff, Gervais, Willard, McNamara, Slingerland & Henrich

⁵ Religious priming

⁶ Shariff

⁷ prime

⁸ Bargh, Chen & Burrows

⁹ Henrich & Slingerland

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنفرانس دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

ویژگی‌های بی‌شمار دیگر که با «موقعیت مذهبی» هم‌پراش^۱ بودند، تمییز دهد (شریف، ویلیارد، اندرسن و نورانزیان^۲، ۲۰۱۶).

این روش در متغیرهای وابسته مختلف همچون صداقت (راندولف-سنگ و نیلسن^۳، ۲۰۰۷) رفتارهای داوطلبانه زیست‌محیطی (ساساکی، مجاوریان و کیم^۴، ۲۰۱۵)، کمک در کارهای نیکوکارانه (دوهایم^۵، ۲۰۱۵)، انصاف نسبت به افراد غریبه، افزایش همکاری و بخشندگی در بازی‌های اقتصادی (احمد و سالاس^۶، ۲۰۰۹؛ احمد و هامارستد^۷، ۲۰۱۱) استفاده شده است.

با این حال، در مورد اثر پیش‌زمینه بر رفتارهای جامعه‌گرا تردیدهایی نیز همچنان وجود دارد (وان‌الک، ماتزک، گرونائو، گوآن، واندکرکوف و واگنماکر^۸، ۲۰۱۵؛ گومزو مک‌کولاف^۹، ۲۰۱۵). در مطالعات گذشته، رفتارهای نیکوکارانه به دقت مورد بررسی نگرفته و مطالعات پیشین دارای نواقصی است که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

مطالعاتی که سعی در بررسی رفتار نوع‌دوستانه داشته‌اند، عموماً رفتار بخشش را در بازی‌های اقتصادی نظیر بازی دیکتاتور سنجیده‌اند (مانند شریف و نورانزیان، ۲۰۰۷). در این بازی، مبلغی اولیه (مثلاً ۱۰ دلار) به آزمودنی تخصیص می‌یابد و او باید این مبلغ را میان خود و یک آزمودنی دیگر تقسیم کند. اگرچه که نشان داده شده که رفتار بخشش در بازی اقتصادی دیکتاتور با نحوه رفتار در شرایط واقعی همبستگی دارد (فرانزن و پوینتنر^{۱۰}، ۲۰۱۳)، اما نمی‌توان نحوه برخورد در بازی‌ها را به شرایط دنیای واقعی تعمیم داد (وینکینگ و مایزر^{۱۱}، ۲۰۱۳). به همین دلیل مطالعات مختلفی نشان داده‌اند که شرایط بازی عاملی تعیین‌کننده در نحوه تخصیص پول میان خود و فرد دیگر است، و شرایط بازی تلویحاً فرد را به این سمت می‌برد که مبلغی، هرچند کوچک را به دیگری تخصیص دهد (لیست^{۱۲}، ۲۰۱۳؛ بکرز^{۱۳}، ۲۰۰۷). بنابراین، برای بررسی رفتار بخشش لازم است تا

¹ covary

² Shariff, Willard, Andersen & Norenzayan

³ Randolph-Seng & Nielsen

⁴ Sasaki, Mojaverian & Kim

⁵ Duhaime

⁶ Ahmed & Salas

⁷ Hammarstedt

⁸ Van Elk, Matzke, Gronau, Guan, Vandekerckhove & Wagenmakers

⁹ Gomes & McCullough

¹⁰ Franzen & Pointner

¹¹ Winking & Mizer

¹² List

¹³ Bekkers

آزمودنی‌ها در شرایط واقعی‌تری بررسی شده تا بتوان با قطعیت بیشتر درباره نتایج به‌دست آمده اظهارنظر کرد. از سویی، مطالعات گذشته عموماً در کشورهای غربی یا عرب‌زبان مانند امارات متحده (اویارد، ۲۰۱۴) صورت گرفته است. موضوع فرهنگ و زبان دو عاملی است که باعث می‌شود تا برای تعمیم نتایج، لازم باشد مطالعاتی در کشورهایی با فرهنگ غیرغربی و زبان‌های دیگر مانند فارسی انجام شود.

همچنین، در اکثر مطالعات قبلی، برای پیش‌زمینه‌سازی دینی از تکلیف رمزگشایی جملات^۲ استفاده شده است (سرول و ویر،^۳ ۱۹۹۶). در این تکلیف، آزمودنی‌ها با جملاتی با کلمات به‌هم‌ریخته روبه‌رو می‌شوند که در میان آنها کلماتی مذهبی مانند خدا و بهشت وجود دارد. سپس از آزمودنی خواسته می‌شود تا کلمات به‌هم‌ریخته را به جملاتی درست تبدیل کنند. فرض چنین تکالیفی آن است که یادآورنده‌های ظریف دینی می‌تواند باعث برجسته‌سازی دین شود و رفتار فرد را تحت تاثیر قرار دهد. اما این تکالیف زمانی برای سایر ادیان مناسب است که بتوانند آستانه تحریک شناختی و هیجانی را فعال کنند. به همین دلیل چنین تکالیفی نتوانسته در میان مسلمان برخی از کشورها نظیر امارات متحده تاثیر بگذارد (اویارد، ۲۰۱۴). از این رو، لازم است تا تکالیف دیگری توسعه پیدا کنند که سطوح بالاتری از پردازش شناختی و هیجانی را فعال کنند، و بدین ترتیب بتوان اثر واقعی یادآورنده‌های دینی بر رفتار را در جمعیت‌های دیگر مانند مسلمانان بررسی کرد.

علاوه بر این، القای اثر مالکیت^۴ در مطالعات گذشته به‌خوبی صورت نگرفته است. اثر مالکیت به‌صورت ضمنی به این معنا است که ما روی چیزهایی که در حال حاضر داریم، ارزش‌گذاری بیشتری می‌کنیم، تا چیزهایی که هنوز صاحب آن نشده‌ایم. در مطالعات مختلف، مبلغ اولیه به افراد پرداخت می‌شود و سپس از آنها درخواست می‌شود که همان لحظه آن را میان خود و فرد دریافت‌کننده تقسیم کنند. چنین روشی اگرچه بهتر از پرداخت پول در شرایط دیگر (مانند پرداخت پول در انتهای آزمایش) است، باعث انباشت حس مالکیت نمی‌شود. از آنجا که بخشش مفهومی است که رابطه مستقیمی با حس مالکیت (به عنوان مثال، منشا پول به‌دست آمده) دارد (چری، کرول و شوگرن،^۵ ۲۰۰۵)، القای حس مالکیت باید از ارکان چنین آزمایش‌هایی باشد.

همچنین، ناشناس باقی ماندن بر نحوه کمک افراد تاثیر می‌گذارد و در اغلب مطالعات اگرچه اطمینان‌بخشی‌هایی برای ناشناس باقی ماندن فرد صورت گرفته، اما شرایط آزمایشی ممکن است فرد را تلویحاً متقاعد کرده باشد که مبلغ کمک دست‌کم توسط آزمایشگر رصد می‌شود و اینکه روش تحلیل آماری در برخی از مطالعات اشتباه استفاده شده است. به عنوان مثال، در مطالعه شریف و نورانزبان (۲۰۰۷) تحلیل داده‌ها با

¹ Aveyard

² unscrambled sentence task

³ Srull & Wyer

⁴ endowment

⁵ Cherry, Kroll & Shogren

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنفرانس دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

آزمون t انجام گرفته که با توجه به ویژگی‌های توزیع مبالغ پرداخت شده در بازی دیکتاتور آزمون مناسبی نیست. در واقع، با حجم بالایی از شرکت‌کنندگان روبه‌رو هستیم که صفر یا نیمی از مبلغ پول اولیه را به فرد دریافت‌کننده می‌پردازند، در مقابل تعداد بسیار کمی شرکت‌کننده داریم که همه پول خود را به فرد دوم پیشنهاد می‌دهند (انجل^۱، ۲۰۱۱). استفاده از آزمون t در داده‌هایی که توزیع نرمال ندارند، می‌تواند مقادیر p را به طور کاذب افزایش داده و به خطای نوع اول بینجامد. لذا، این مطالعه به بررسی اثر برجسته‌سازی دین بر رفتار جامعه‌گرا پرداخته است

روش پژوهش

مرحله پیش‌آزمون: ابتدا ۶۰ نماد پرکاربرد در ایران را استخراج کردیم و در یک نمونه ۲۹۰ نفری به صورت آنلاین مورد نظرسنجی قرار دادیم. پس از انتخاب تاثیرگذارترین نماد ایرانی^۲، محتوای آن نماد از تصویر بیرون کشیده شد و سپس در قالب متن در مرحله آزمایش اصلی به شرکت‌کنندگان ارائه شد. با توجه به ابداعی بودن تکلیف^۳، یک آزمون به منظور کنترل دستکاری^۴ پیش‌زمینه‌سازی متن در یک نمونه دیگر (۲۰ نفر) اجرا شد. نتایج آزمون نشان دادند که متن گروه آزمایش و کنترل به خوبی طراحی شده و از نظر شیوایی و روانی ($t(19)=-0/567$ ، $p=0/577$ و طول متن $t(19)=1$ ، $p=0/330$) با یکدیگر تفاوتی نداشتند. همچنین مشخص شد که تنها تفاوت میان دو متن به تفاوت آنها از نظر تعداد واژگان مذهبی مربوط است ($t(19)=37/749$ ، $P<0/05$).

مطالعه پیش‌زمینه‌سازی

آزمودنی‌ها: دو ماه قبل از شروع آزمایش، یک فراخوان آنلاین در فضای مجازی منتشر شد. شرکت‌کنندگان برای حضور در مطالعه یک فرم آنلاین را پر کردند. از میان ۳۱۴ دانشجوی دانشگاه صنعتی شریف، ۱۵۰ نفر خود را خداباور معرفی کرده و از میان آنها ۸۰ نفر در یک مقیاس لیکرت (=۱)

¹ Engel

^۲ برای انتخاب بهترین تصویر در افراد خداباور، میانگین و انحراف معیار نمرات هر پرسش محاسبه شد و تصویری که بیشترین نمره را به خود اختصاص داده بود، انتخاب شد. نتایج نشان داد که تصویر ۲۷ (ماه رمضان) بیشترین نمره را در افراد خداباور (میانگین = ۸.۲۱ و انحراف معیار = ۱.۸۵۶) به دست آورده است.

³ task

⁴ manipulation check

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنفرانس دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

اصلا مقید نیستم تا ۷ = کاملاً مقید هستم) به تقید خود نسبت به رفتارهای مذهبی، نمره ۴ به بالا داده بودند. از میان این ۸۰ نفر، ۵۲ نفر به صورت تصادفی انتخاب شده و در دو گروه آزمایش و کنترل قرار گرفتند.

روند کلی آزمایش: شرکت‌کنندگان به صورت انفرادی به دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف دعوت شدند و پس از انتخاب دلخواه^۱ یک پاکت‌نامه (شامل ۱۵ هزار تومان پول نقد^۲، یک رسید دریافت پول و یک کد کاربری برای ورود به سایت) به اتاق آزمایش هدایت شدند^۳. هر شرکت‌کننده پس از پاسخ به سوالات پرسشنامه با فرصت کمک به موسسه خیریه محک روبه‌رو می‌شد و پس از تصمیم درباره کمک کردن یا نکردن به اتاق اول مراجعه می‌کرد. در اتاق اول نیز به مجموعه‌ای از سوالات به صورت کاغذ-قلمی پاسخ می‌داد. در این مرحله از آزمودنی برای شرکت در آزمایش قدردانی می‌شد و آزمایش خاتمه می‌یافت. پس از آن، آزمایشگر به اتاق دوم مراجعه و مبلغ کمک هر آزمودنی به موسسه خیریه را یادداشت و چنانچه پولی در صندوق ریخته شده بود، از صندوق خارج می‌کرد^۴.

ابزارهای پژوهش: در مرحله پرسشنامه آنلاین هر شرکت‌کننده چندین مرحله را پشت سر می‌گذاشت:

- ۱) پاسخ به چند سوال جمعیت‌شناختی و چند سوال از پرسشنامه نئو^۵
- ۲) از هر شرکت‌کننده درخواست شد به منظور سنجش دقت شنوایی، در دو مرتبه مختلف به یک صوت (همراه با یک متن) گوش کرده و هر کجا که صدای «بیب» شنیده بود، آن را یادداشت کند: صوت و متن اول در هر دو گروه یکسان بود (یک صوت و متن خنثی) و صرفاً برای آشنایی شرکت‌کنندگان با روند کار طراحی شده بود. اما صوت و متن دوم متناسب با گروه آزمایش تغییر کرده بود (مثلاً صدای پس‌زمینه قرآن توسط محمدرضا شجریان (گروه آزمایش ۱) یا صدای همهمه در یک کافه (گروه کنترل) و یک صدای قالب (متن انتخاب شده در مرحله پیش‌آزمون توسط یک راوی خواننده

^۱ انتخاب تصادفی پاکت آزمایش از میان مجموعه پاکت‌ها جهت اطمینان‌بخشی بیشتر به شرکت‌کنندگان برای ناشناس باقی‌ماندن انجام شد.

^۲ شامل ۲ اسکناس ۵۰۰۰ تومانی، ۲ اسکناس ۲۰۰۰ تومانی و ۱ اسکناس ۱۰۰۰ تومانی

^۳ پرداخت پول در اول آزمایش انجام شد، تا حس مالکیت از حالت ذهنی به عینی تبدیل شود.

^۴ مبالغ جمع‌شده (۱۷۵،۰۰۰ تومان) به موسسه خیریه محک اهدا گردید.

^۵ سوال از پرسشنامه شخصیتی نئو برای دور کردن ذهن شرکت‌کنندگان از هدف واقعی آزمایش در مجموعه سوالات گنج‌انیده شده بود.

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنگره دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

می‌شد و همزمان بر روی صفحه مانیتور به شرکت‌کنندگان نمایش داده می‌شد) بود. مدت زمان پخش هر صوت حدود ۲ دقیقه بود و از زمان شروع تا پایان هر صوت ۵ صدای بیب شنیده می‌شد. برای آسان‌تر شدن تکلیف حاضر، صوت پخش شده (صدای قالب) به صورت متن نیز برای هر شرکت‌کننده نمایش داده شد.

(۳) روبه‌رو شدن با پیام فرصت کمک به موسسه خیریه محک

(۴) بازگشت به اتاق اول و پاسخ به ۳ سوال برای بررسی گرایش دینی و ۳ سوال برای بررسی آگاهی شرکت‌کنندگان از شرایط آزمایشی

(۵) قدردانی از شرکت‌کنندگان

یافته‌های پژوهش

مشکوک شدن به هدف واقعی آزمایش

نتایج به‌دست آمده از سوالات باز-پاسخ نشان دادند که هیچ‌کدام از شرکت‌کنندگان به شرایط آزمایشی مشکوک نشدند، اما دو نفر کمک به خیریه را جزئی از مراحل آزمایش می‌دانستند که از تحلیل کنار گذاشته شدند.

تاثیر پیش‌زمینه‌سازی دینی

از مجموع ۵۰ شرکت‌کننده‌ای که هدف آزمایش را متوجه نشده بودند، ۴۸٪ زن و ۵۲٪ مرد بودند. به صورت میانگین، سن شرکت‌کنندگان ۲۲ سال، در بازه ای از ۱۸ تا ۳۲ سال، بود. شرکت‌کنندگانی که در گروه کنترل قرار داشتند، به صورت میانگین، ۱۴۰۰ تومان کمک کردند، که از این میان ۸۴٪ از آنها مبلغ ۱۰۰۰ یا صفر بوده است. در مقابل، شرکت‌کنندگان گروه آزمایش، به صورت میانگین ۴۲۰۰ کمک کردند که از این میان، ۴۸٪ مبلغ ۵۰۰۰ یا بیشتر بوده است (جدول ۱).

میانگین کمک در گروه آزمایش ۲۸۰۰ تومان بیشتر از گروه کنترل بوده که به لحاظ آماری و با استفاده از آزمون ناپارامتریک من‌ویتنی نیز معنادار است ($P < 0/05$ و $137/500 = \text{Mann Whitney}$). آزمون من‌ویتنی به دلیل عدم تأیید پیش‌فرض نرمال بودن توزیع استفاده شد (جدول ۲).

جدول ۱: درصد مبلغ پرداخت شده به موسسه خیریه

آزمایش	کنترل
درصد شرکت‌کنندگانی که ۱۰۰۰ تومان یا کمتر کمک کرده‌اند	درصد شرکت‌کنندگانی که ۵۰۰۰ تومان
۳۲(۸/۲۵)٪	۸۴(۲۱/۲۵)٪
۴۸(۱۲/۲۵)٪	۱۲(۳/۲۵)٪

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

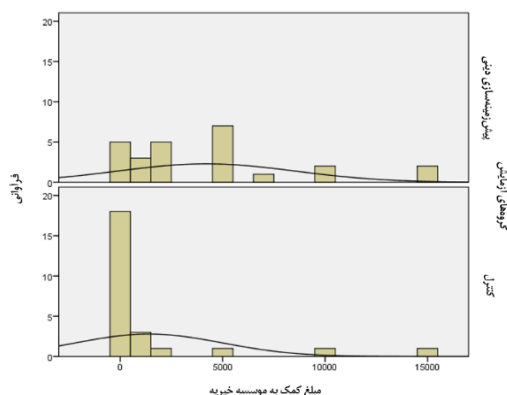
ویژه‌نامه اولین کنفرانس دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

یا بیشتر کمک کرده‌اند

جدول ۲: آزمون پیش‌فرض نرمال بودن توزیع با استفاده از آزمون شاپیرو-ویلک

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره	گروه‌های مداخله
۰/۰۰۱	۲۵	۰/۸۲۸	گروه آزمایش
۰/۰۰۰۱	۲۵	۰/۴۶۰	گروه کنترل

مقایسه شرکت‌کنندگانی که در گروه کنترل و آزمایش قرار دارند، نشان می‌دهد که اکثر شرکت‌کنندگان گروه کنترل خودخواهانه رفتار کرده‌اند (۸۴٪، ۱۰۰۰ تومان یا کمتر کمک کرده‌اند)، در حالیکه همین مقدار در گروه آزمایش ۳۲٪ بوده و نشان‌دهنده رفتار بخشندگی است. توزیع فراوانی در دو گروه آزمایش و کنترل نیز به خوبی این تفاوت را نشان می‌دهد (نمودار ۱).



نمودار ۱: توزیع فراوانی مبلغ اهدایی در حالت پیش‌زمینه سازی خنثی و دینی

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر اولین مطالعه‌ای است که در بافت و فرهنگ ایرانی، به روشی آزمایشی سعی در بررسی تاثیر دین بر رفتار بخشش دارد. بدین منظور سعی شد تا شرایط آزمایشی، هر چه بیشتر مانند شرایط واقعی شبیه‌سازی و ایرادات مطالعات پیشین برطرف شود. تمرکز بر یک سناریو واقعی، توجه به بحث اثر مالکیت، توجه به احساس فرد از مسئله ناشناس باقی‌ماندن، تغییر روش تحلیل داده‌ها و استفاده از یک تکلیف خلاقانه جدید، از جمله موضوعاتی است که در مطالعه حاضر مورد توجه قرار گرفت. در مطالعه حاضر آزمودنی‌های گروه آزمایش پس از شنیدن صوت قرائت قرآن در پیش‌زمینه و در عین حال شنیدن صدای فردی که درباره ماه رمضان و ارج و قرب این ماه از نگاه مسلمانان صحبت می‌کند، با فرصت کمک به یک خیریه معتبر روبه‌رو شدند. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که مبلغ کمک شده در گروه کنترل و آزمایش

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنفرانس دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

به صورت معناداری با یکدیگر متفاوت است. بنابراین، هم‌راستا با سایر مطالعات انجام شده (مانند شریف و نورانزیان، ۲۰۰۷؛ احمد و سالاس، ۲۰۱۱)، در این مطالعه نیز تفاوتی معنادار در رفتار بخشندگی با برجسته‌سازی دین مشاهده شد.

البته مقدار معناداری، با توجه به این که در این مطالعه از یک سناریو واقعی استفاده شده است، عجیب به نظر می‌رسد، اما تعداد نمونه می‌تواند یکی از مهمترین دلایل این مقدار باشد. با این حال روشن نیست که این تفاوت تنها به دلیل توان آماری است یا عوامل دیگری همچون مبلغ اولیه، در آن نقش دارد. چنین استنباط می‌شود مبلغ اولیه یک تعیین‌کننده مهم در میزان کمک است و چنانچه مبلغ اولیه در آزمایش تغییر کند، میزان کمک نیز متناسب با آن تغییر می‌کند (مانند مطالعه جانسون-استمن، محمود و مارتینسون^۱، ۲۰۰۵). اما اظهار نظر بیشتر درباره این مساله نیاز به مطالعات دیگری دارد.

همچنین، لازم به ذکر است که برای فعال‌سازی مفهوم دین، از صوت و متنی استفاده شد که به نظر می‌رسد یکی از اثرگذارترین مفاهیم از نگاه مسلمانان در ایران است. به همین جهت اینگونه به نظر می‌رسد که فعال‌سازی شناختی و هیجانی از مهمترین ملاک‌های تعیین‌کننده برای اثرگذاری بر رفتار است. با این وجود، از آنجا که در این مطالعه از تکالیفی با سطح برانگیختگی کمتر استفاده نشده است، گزاره ما در حد یک حدس و گمان باقی می‌ماند که می‌تواند در مطالعات بعدی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- Ahmed, A. M., & Salas, O. (2011). Implicit influences of Christian religious representations on dictator and prisoner's dilemma game decisions. *The Journal of Socio-Economics*, 40(3), 242-246.
- Ahmed, A., & Hammarstedt, M. (2011). The effect of subtle religious representations on cooperation. *International Journal of Social Economics*, 38(11), 900-910.
- Aveyard, M. E. (2014). A call to honesty: Extending religious priming of moral behavior to Middle Eastern Muslims. *PloS One*, 9(7), e99447.
- Bargh, J. A., Chen, M., & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of personality and social psychology*, 71(2), 230.
- Bekkers, R. H. (2007). Measuring altruistic behavior in surveys: The all-or-nothing dictator game.
- Cherry, T. L., Kroll, S., & Shogren, J. F. (2005). The impact of endowment heterogeneity and origin on public good contributions: evidence from the lab. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(3), 357-365.

¹ Johansson-Stenman, Mahmud, & Martinsson

- Duhaime, E. P. (2015). Is the call to prayer a call to cooperate? A field experiment on the impact of religious salience on prosocial behavior. *Judgment and Decision Making, 10*(6), 593.
- Engel, C. (2011). Dictator games: A meta study. *Experimental Economics, 14*, 583–610.
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society* (2nd ed.). New York, NY: Norton.
- Franzen, A., & Pointner, S. (2013). The external validity of giving in the dictator game. *Experimental Economics, 16*(2), 155-169.
- Gomes, C. M., & McCullough, M. E. (2015). The effects of implicit religious primes on dictator game allocations: A preregistered replication experiment. *Journal of experimental psychology: General, 144*(6), e94.
- James, W. (1902). *2002 Varieties of religious experience: a study in human nature. Centenary edn London UK Routledge.*
- Johansson-Stenman, O., Mahmud, M., & Martinsson, P. (2005). Does stake size matter in trust games?. *Economics Letters, 88*(3), 365-369.
- List, J. A. (2007). On the interpretation of giving in dictator games. *Journal of Political economy, 115*(3), 482-493.
- Norenzayan, A., Shariff, A. F., Gervais, W. M., Willard, A. K., McNamara, R. A., Slingerland, E., & Henrich, J. (2016). The cultural evolution of prosocial religions. *Behavioral and brain sciences, 39*.
- Norenzayan, A., Henrich, J., & Slingerland, E. (2013). Religious prosociality: A synthesis. *Cultural evolution, 365-378*.
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annu. Rev. Psychol., 56*, 365-392.
- Randolph-Seng, B., & Nielsen, M. E. (2007). Honesty: One effect of primed religious representations. *The International Journal for the Psychology of Religion, 17*(4), 303-315.
- Sasaki, J. Y., Mojaverian, T., & Kim, H. S. (2015). Religion priming and an oxytocin receptor gene (OXTR) polymorphism interact to affect self-control in a social context. *Development and Psychopathology, 27*(1), 97-109.
- Saroglou, V., Pichon, I., Trompette, L., Verschuere, M., & Dernelle, R. (2005). Prosocial behavior and religion: New evidence based on projective measures and peer ratings. *Journal for the Scientific Study of Religion, 44*(3), 323-348.
- Shariff, A. F., & Norenzayan, A. (2007). God is watching you: Priming God concepts increases prosocial behavior in an anonymous economic game. *Psychological science, 18*(9), 803-809.
- Shariff, A. F., Willard, A. K., Andersen, T., & Norenzayan, A. (2016). Religious priming: A meta-analysis with a focus on prosociality. *Personality and Social Psychology Review, 20*(1), 27-48.
- Srull, T. K., & Wyer, R. S. (1979). The role of category accessibility in the interpretation of information about persons: Some determinants and implications. *Journal of Personality and Social psychology, 37*(10), 1660.

فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی

ویژه‌نامه اولین کنگره دوسالانه تازه‌های روان‌شناسی و علوم رفتاری دانشگاه تبریز ۱۶ و ۱۷ مهرماه ۱۳۹۸

Van Elk, M., Matzke, D., Gronau, Q. F., Guan, M., Vandekerckhove, J., & Wagenmakers, E. J. (2015). Meta-analyses are no substitute for registered replications: a skeptical perspective on religious priming. *Frontiers in psychology*, 6.

Winking, J., & Mizer, N. (2013). Natural-field dictator game shows no altruistic giving. *Evolution and Human Behavior*, 34(4), 288-293.