

اصلاح خودپنداره اخلاقی، به عنوان راهبردی برای تقویت هویت اخلاقی و کاهش فریبکاری

حسن بوسلیکی*

چکیده

جوامع بشری همواره به دروغ‌گویی به عنوان اصلی‌ترین مصداق فریبکاری حساسیت داشته‌اند. برای اصلاح و کاهش دروغ‌گویی در یک شخص می‌توان از ابزارهای مختلفی استفاده کرد. رایج‌ترین ابزار، افزایش هزینه و پیامدهای سنگین دروغ‌گویی است. ولی تجربه نشان داده که کنترل‌های بیرونی، عامل مؤثری برای کاهش فریبکاری و دروغ‌گویی نیستند. در این پژوهش، ظرفیت‌های یک عامل درونی به نام «خودپنداره اخلاقی» را برای کاهش دروغ‌گویی واکاوی کرده‌ایم. می‌توان پرسش اصلی پژوهش را بدین‌گونه صورت بندی کرد: «چگونه می‌توان با ایجاد خودپنداره اخلاقی، میزان دروغ‌گویی کودکان و نوجوانان را کاهش داد؟».

این پژوهش با روش اسنادی انجام گرفته است. برای پاسخ به این پرسش، ادبیات روان‌شناختی در زمینه رفتار دروغ‌گویی را واکاوی کرده و تأثیر خودپنداره در میزان دروغ‌گویی را روشن کرده‌ایم؛ آن‌گاه به روش‌هایی برای ایجاد و ارتقای خودپنداره اخلاقی در کودکان و نوجوانان پرداخته‌ایم. حاصل پژوهش این است که خودپنداره اخلاقی در کنار عامل محاسبه هزینه - فایده، میزان دروغ‌گویی را مشخص می‌کند. هر اندازه خودپنداره اخلاقی افراد قوی‌تر باشد، کمتر مرتکب فریبکاری و دروغ‌گویی می‌شوند. خودپنداره کودکان و نوجوانان را می‌توان از طریق نام‌گذاری مناسب،

* استادیار و عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی (bosaliki@yahoo.com)



تلقین، تجربه‌های اخلاقی موفق، تحریک عزت نفس و حیثیت اجتماعی ارتقا داد. در نهایت، چالش هنجاری را که ممکن است از دیدگاه اخلاق اسلامی به خودپنداره اخلاقی مطرح شود، بررسی کرده و کوشیده‌ایم تا پاسخی درخور به آن بدهیم. **کلیدواژگان:** دروغ‌گویی، فریبکاری، صداقت، راست‌گویی، خودپنداره اخلاقی، هویت اخلاقی.

درآمد

اخلاق به عنوان نهادی کهن در جوامع بشری، مایه قوام سایر نهادها و ارکان جامعه است. از میان اصول اخلاقی، صداقت اهمیت ویژه‌ای در بقای انسجام و سرمایه اجتماعی جوامع دارد. نقطه مقابل صداقت، فریبکاری است. هر قدر فریبکاری در جامعه‌ای بیشتر شود، پیوندهای اجتماعی گسسته‌تر شده و کنترل‌های خارجی، بیشتر خواهد شد. اما تجربه نشان داده که کنترل‌های خارجی نمی‌توانند مانع گسترش فریبکاری شده و انسجام اجتماعی را حفظ کنند. ضروری است که برای کاستن از فریبکاری، به عناصر درونی متمسک شویم. هر چند این عناصر نیاز ما به کنترل بیرونی را از بین نخواهد برد، ولی آن را به کم‌ترین اندازه کاهش می‌دهد. از جمله عناصری که ممکن است به کاهش فریبکاری و دروغ کمک کند، ایجاد و ارتقای خودپنداره اخلاقی باشد. «خودپنداره»^۱ تصور ما از آنچه هستیم، آنچه باید باشیم و آنچه دوست داریم باشیم، می‌باشد (شولتز، ۱۳۸۸: ۳۷۴). خودپنداره عبارت است از ادراک و سنجش کلی شخص از رفتار، توانایی‌ها و شخصیت خودش (سانتراک، ۱۳۹۰: ۱۴۴). خودپنداره، همه آگاهی‌ها و باورهایی است که فرد با توجه به ماهیت، ویژگی‌های یگانه و رفتارهای شاخص خود دارد (هافمن و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۳۵). لازم نیست این خودپنداره مطابق واقع باشد؛ بلکه مهم این است که خود فرد، چه تصویری از خود دارد و چه اندازه خود را انسانی اخلاقی می‌داند.

در این پژوهش کوشیده‌ایم تا رابطه میان خودپنداره اخلاقی و دروغ‌گویی را واکاوی و راه‌هایی برای ارتقای خودپنداره اخلاقی پیشنهاد کنیم. البته از دیدگاه رشد اخلاقی، بر کودکان و نوجوانان متمرکز است. پرسش اصلی این پژوهش را می‌توان بدین شکل تقریر کرد: «چگونه می‌توان با ایجاد خودپنداره اخلاقی، میزان دروغ‌گویی کودکان و نوجوانان را کاهش داد؟». برای

1 . Self concept.



پاسخ به این پرسش ابتدا تعریفی روشن از دروغ‌گویی به عنوان اصلی‌ترین مصداق فریبکاری ارائه کرده‌ایم؛ آن‌گاه بر اساس یافته‌های روان‌شناختی، عوامل مؤثر بر صدور فعل دروغ‌گویی را واکاوی و جایگاه خودپنداره را روشن کرده‌ایم. در نهایت بر اساس آموزه‌های دینی و نیز یافته‌های روان‌شناختی، راه‌هایی برای جاد و ارتقای خودپنداره پیشنهاد داده‌ایم.

چالشی هنجاری درباره خودپنداره از منظر اخلاق اسلامی مطرح است که در انتهای پژوهش، آن را نیز بررسی کرده‌ایم و نشان داده‌ایم که می‌توان بر اساس اخلاق اسلامی، برای جاد و ارتقای خودپنداره اخلاقی تأکید کرد.

معناشناسی صداقت و دروغ

صداقت در معنای حداقلی، در مقابل دروغ‌گویی^۱ است. صادق کسی است که دروغ نمی‌گوید. صداقت در این معنا، یک فعل گفتاری^۲ است و محدود به کلام است. در نگاه اولیه، دروغ‌گویی به معنای ابراز کلامی برخلاف باور گوینده است که به قصد فریب صورت می‌گیرد.

صداقت به معنای حداکثری، در مقابل فریب^۳ قرار دارد. صادق کسی است که از انواع فریب پرهیزد. فریب به معنای «منحرف کردن عمدی ذهن مخاطب از واقعیتی که در ذهن شخص فریبکار وجود دارد» است. فریب مصادیق گوناگونی دارد که دروغ‌گویی، تنها یکی از آنهاست.

در تعریف صداقت به معنای حداقلی، به مفهوم مقابل آن که همان دروغ است، می‌پردازیم؛ چراکه با روشن شدن آن، منظور از صداقت نیز روشن خواهد شد. اندیشمندان تعاریف گوناگونی از دروغ ارائه داده‌اند. با مروری بر این تعاریف، تعریف مورد نظر خود را مشخص خواهیم کرد. اکثر اندیشمندان مسلمان تعریف دقیقی از دروغ ندارند؛ گویا آن را به بداهتش واگذار کرده‌اند (اسلامی، ۱۳۸۷: ۵۳). آنها در حد اشاره، تعریف رایجی از دروغ را پذیرفته‌اند که مبتنی بر عدم مطابقت کلام با واقع است.^۴ عده‌ای نیز عدم مطابقت کلام با باور گوینده را ملاک تحقق دروغ

1 . Lying.

2 . Speech Act.

3 . Deception.

۴ . برای نمونه: حد صدق تام همانا مطابقت گفتار با درون و مخبرعنه است (راغب اصفهانی، الذریعه إلی مکارم الشریعه، ص ۲۷۰). صدق عبارت است از خبر مطابق مخبرعنه و کذب، خبری است که مطابق مخبرعنه نباشد... از نظر ما کذب خبری است که مطابق مخبرعنه نباشد؛ چه مخبراعتقاد داشته باشد که خبرش مطابق است یا چنین اعتقادی نداشته باشد (دغیم، مصطلحات الامام الفخر الرازی، ص ۶۱۴). صدق، مطابقت کلام با واقع است و کذب، عدم مطابقت.





دانسته‌اند. در این بین، برخی تعریف اخیر را پذیرفته و قید «قصد فریب» را به آن افزوده‌اند (اسلامی، ۱۳۸۷: ۹۱).

در میان اندیشمندان غربی شاهد تنوع زیادی در تعریف دروغ هستیم که چند مورد برجسته از آن‌ها را مرور می‌کنیم:

کارسون^۱

۱. فرد جمله‌خطای x را بیان کند.

۲. باور کند که جمله x خطاست یا احتمالاً خطاست (یا به جای این بند بگویید: باور به صدق x ندارد).

۳. در بافتی x را بیان کند که صدق آن را تضمین کند.

۴. بنا داشته باشد که صدق x را تضمین کند.

کارسون معتقد است نباید «قصد فریب» را به تعریف افزود (Carson, 2010: 29).^۲

دیویدسون^۳

فالیس بیان می‌کند: اگر بخواهیم خطاهای راه‌یافته در تعریف دیویدسون را اصلاح کنیم، به چنین تعریفی دست می‌یابیم: شما به x دروغ گفته‌اید اگر و تنها اگر:

۱. جمله p را به x بگویید.

۱. مطابقت کلام با واقع، در جایی که شأنیت مطابقت را داشته باشد (عجم، موسوعه مصطلحات ابن خلدون و الشریف علی محمد الجرجانی، ج ۲، ص ۲۴۱). صدق، مطابقت کلام یعنی همان خبر با واقع یا ضمیر آدمی است، یا صدق مطابقت اعتقاد با واقع است (صدرالدین شیرازی، شرح اصول کافی، ج ۱، ص ۴۶۴). صدق متکلم، مطابقت خبرش با واقع، و کذب متکلم، عدم مطابقت خبرش با واقع است. صدق خبر نیز مطابقت خبر با واقع و کذبش، عدم مطابقت خبر با واقع است (تهانوی، موسوعه کشف اصطلاحات الفنون والعلوم، ج ۲، ص ۱۰۷۱).

1. Thomas L. Carson.

۲. گاهی قصد فریب وجود ندارد (مثلاً به این دلیل که شنونده کلام، خودش حقیقت را می‌داند و امکان ندارد فریب بخورد)، ولی گوینده خلاف باور خود سخن می‌گوید. در این شرایط، او متهم به دروغ‌گویی و تقبیح می‌شود؛ مانند کسی که شاهد یک جنایت بوده، ولی از ترس جانپان، حاضر به شهادت دادن نیست و اساساً شاهد بودن خود را منکر است؛ در حالی که خود دستگاه قضایی می‌داند که او شاهد بوده است. یعنی فریب دستگاه قضایی امکان ندارد، ولی شخص دروغ می‌گوید. پس نباید در تعریف دروغ، قصد فریب را لحاظ کنیم.

3. Davidson.

۲. باور به صدق p نداشته باشید.

۳. با گفتن p قصد کرده‌اید که خود را در نظر x باورمند به صدق p نشان دهید (Fallis, 2012: 347).

دان فالیس^۱

۱. دروغ یعنی جمله x را به شخص الف بگویید.

۲. باور داشته باشید که این جمله را در حالی می‌گوییم که «اصل اولی محاوره» در جریان است.

۳. باور داشته باشیم که جمله x خطاست (Fallis, 2009: 37).

ایده «اصل اولی محاوره» (هنجار گفت‌وگو) یا «اصل کیفیت» مستقیماً از دیدگاه پائول گریس^۲ اقتباس شده است: «آنچه به خطا بودن آن باور داری، به زبان نیاور» (Grice, 1989: p22-40). باید گفت که در موقعیت‌هایی خاص، مانند شوخی یا تئاتر، این اصل برقرار نیست؛ یعنی هنگام شوخی یا تماشای تئاتر، شنونده انتظار ندارد مطابق باورمان سخن بگوییم.

سیسیلا بوک^۳

هنگامی که بر آن می‌شویم تا دیگران را عمداً بفریبیم، پیام‌هایی به قصد گمراه کردن آنان می‌فرستیم؛ به این منظور که چیزی را به آنان تلقین کنیم که خود به آن عقیده نداریم... من دروغ را هر پیام عمداً فریبنده‌ای تعریف می‌کنم که اظهار می‌شود. چنین اظهاراتی غالباً به صورت شفاهی یا کتبی بیان می‌شود. البته می‌توان با دود، با الفبای مورس، با زبان اشاره و مانند آنها نیز پیام را منتقل کرد. پس فریب، مقوله‌ای بزرگتر است که دروغ‌گویی بخشی از آن است (بوک، ۱۳۹۵: ۲۹-۳۰).

در دستیابی به تعریفی روشن از دروغ، توجه به چند نکته مهم است:

الف) نباید در تعریف دروغ، عدم مطابقت با واقع لحاظ شود. آنچه مهم است، باور گوینده است، نه خود واقعیت؛ یعنی عدم مطابقت کلام با باور گوینده است که آن را دروغ می‌کند.



1 . Don Fallis.

2 . Paul Grice.

3 . Sissela Bok.



ب) درباره قصد فریب، بی تردید برخی مصادیق دروغ‌گویی، بدون قصد فریب محقق می‌شود؛ مانند دروغ‌های آشکار یا دروغ‌های گستاخانه.^۱ با این وجود، اگر بخواهیم اکثر موارد دروغ‌گویی را لحاظ کنیم، بهتر است قصد فریب را در نظر بگیریم. چیز دیگری که لحاظ «قصد فریب» در تعریف دروغ‌گویی را موجه می‌کند، این واقعیت است که «قصد فریب»، سبب می‌شود یک دروغ‌گویی، موضوع قضاوت اخلاقی شود. این قصد فریب است که حکایت از نیت پلید و قبح فاعلی عمل می‌کند. بدین ترتیب، هر چند می‌پذیریم که برخی مصادیق دروغ‌گویی بدون قصد فریب هم محقق می‌شود، ولی در تعریف دروغ، «قصد فریب» را در نظر می‌گیریم.

ج) در مواردی، کلامی خلاف باور گفته می‌شود و قصد فریب هم وجود دارد، ولی در فضای متعارف، آنها را دروغ نمی‌شماریم؛ مانند موقعیت‌های اجرای طنز، شعبده‌بازی یا تعریف داستان تخیلی. شعبده‌باز می‌خواهد بینندگان را فریب دهد و همه جذابیت کار او به همین فریبش است، ولی کسی او را متهم به دروغ‌گویی نمی‌کند. برای خارج کردن چنین مواردی از تعریف دروغ، به نظر می‌رسد اصل اولی محاوره پائول گریس (اصل کیفیت) مناسب باشد. این اصل می‌گوید: «آنچه به خطا بودن آن باور داری، به زبان نیاور.» این اصل در موقعیت‌هایی مانند شعبده‌بازی برقرار نیست. کسانی که در حال تماشای یک شعبده‌بازی هستند، توقع ندارند که جز حقیقت نشوند و نبینند؛ بلکه برعکس، آنها آگاهانه خود را در معرض رفتارهای فریب‌آمیز قرار داده‌اند.

د) همان‌طور که سیسیلا بوک می‌گوید، هر چند دروغ‌گویی تنها در حوزه کلام مطرح است، ولی کلام تنها شکل شفاهی ندارد و نوشتار، الفبای مورس و هر جایگزین دیگری برای کلام شفاهی را می‌توان کلام شمرد. پس در آن‌ها هم دروغ قابل تصور است.

در یک جمع‌بندی می‌توان دروغ را چنین تعریف کرد:

دروغ‌گویی، گفتن هرگونه کلامی است که برخلاف باور گوینده درباره واقعیت باشد و به قصد فریب شنونده صورت گیرد؛ البته در موقعیتی که اصل اولیه محاوره برقرار باشد.^۲

۱. دروغ گستاخانه هنگامی رخ می‌دهد که شنونده می‌داند گوینده دروغ می‌گوید و گوینده نیز از این آگاهی شنونده مطلع است، ولی با گستاخی تمام همچنان دروغ می‌گوید. در این موارد، قصد فریب شنونده در بین نیست؛ لذا طبق تعاریفی که «قصد فریب» را در تعریف دروغ لحاظ می‌کنند، نباید دروغ‌های گستاخانه را دروغ بدانیم، در حالی که وقیحانه‌ترین نوع دروغ است.

۲. برخی مصادیق کلام که ممکن است دروغ تلقی شوند، همچنان بحث‌برانگیز باقی می‌مانند:



عوامل شناختی و اجتماعی مؤثر بر دروغ‌گویی

بیشتر مطالعات در این باره که بین درک کودکان از دروغ و رفتار دروغ‌گویی آنها ارتباط برقرار کنند، ناکام بوده است. بسیاری از کودکان دانش اخلاقی مناسبی از دروغ گفتن (که دروغ گفتن به منظور پنهان کردن خطا اشتباه است) را نشان دادند، اما با این حال برای پنهان کردن خطای خود دروغ گفتند (Evans and Lee, 2014: 375).

از جمله برجسته‌ترین مطالعات روان‌شناسی فریب، توسط هارتشورن^۱ و می^۲ انجام شده است. انجام این پژوهش که با نام «بررسی‌هایی در ماهیت منش» شناخته می‌شود، پنج سال به طول انجامید. در این پروژه ابتدا آثار روان‌شناسی اخلاق، (به خصوص ناظر به رفتار اخلاقی) مرور شد و آن‌گاه مطالعه گسترده‌ای بر روی ۱۱۰۰۰ کودک انجام گرفت؛ سپس همبستگی‌های گسترده‌ای به صورت دستی و ماشینی میان متغیرها بررسی شد. این مطالعات که تحت اشراف ثورندایک^۳ انجام گرفت، به انتشار سه جلد کتاب انجامید که هنوز به لحاظ اعتبار علمی از جایگاه خاصی برخوردارند: بررسی‌هایی در زمینه فریبکاری (۱۹۲۸)، بررسی‌هایی در زمینه خدمت‌رسانی و خودمهارگری (۱۹۲۹) و بررسی‌هایی در زمینه سازماندهی منش (۱۹۳۰). مشهورترین یافته آنها به عنوان «آموزه خصوصیت» شناخته می‌شود: رفتار را نمی‌توان بر اساس منش افراد (برچسب‌هایی همچون درستکار/ فریبکار و نوع دوست/ خودخواه) پیش‌بینی کرد؛ بلکه رفتار بیشتر تحت تأثیر موقعیت است. همه افراد در برخی موقعیت‌ها تقلب می‌کنند و در برخی موقعیت‌ها تقلب نمی‌کنند. رفتار افراد را عناصر موقعیتی مانند احتمال لورفتن،

☞ - دروغ‌گویی در جایی که همه می‌دانند دروغ می‌گوییم؛ مانند شهادت دروغ در دادگاه، درحالی‌که قاضی و پلیس حقیقت را می‌دانند. مثال دیگر: دروغ‌های وقیحانه است (کسی که می‌داند دیگران از دروغ‌گویی او اطلاع دارند، ولی وقیحانه باز هم دروغ می‌گوید).

- دست انداختن یا طعنه زدن یا کنایه زدن به کسی.

- شهادت دروغ دادن به همراه اعلام این‌که حافظه درستی ندارد؛ یعنی ضمانت کلام خود را زیر سؤال ببرد.

- دروغ‌گویی در جایی که فکر می‌کردیم شنونده‌ها کلام ما را حمل بر شوخی می‌کنند، ولی آنها جدی می‌گیرند.

- گفتن حقیقت به منظور فریب (نشان دادن محل واقعی مخفی شدن برادر به سربازان هیتلر به منظور فریب آنها).

- دروغ گفتن به کسی که می‌دانیم به ما اعتماد ندارد و خلاف گفته ما عمل خواهد کرد؛ مثل این‌که به بچه بگوییم این غذا بدمزه است، نخور. این کار را می‌کنیم تا آن غذا را بخورد.

1 . Hartshorne .

2 . May .

3 . Edward Lee Thorndike .





آسان / دشوار بودن تقلب، شدت نیاز به تقلب و ... تعیین می‌کند. هارتشورن و می مفهوم «منش» را به عنوان جوهره افراد که فراتراز موقعیت، بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد، رد کردند. همچنین آنها رابطه ضعیفی بین دانش اخلاقی افراد و رفتار واقعی آنها یافتند (Burton and Kuncze, 1995: 142-143).

اما علاوه بر عناصر موقعیتی، عوامل شناختی و رشد ذهنی کودک نیز در دروغ‌گویی مؤثر است. از جمله این عوامل، دستیابی به «نظریه ذهن»^۱ است. لوئیس، استانجر و سالیوان (۱۹۸۹) و بعدها، ویکتوریا تالوار، آزمایش نگاه دزدکی را برای مطالعه دروغ‌گویی کودکان اجرا کردند. در این بازی، کودک باید از روی صدای اسباب‌بازی‌هایی که پشت سرش تکان داده می‌شود، ماهیت آنها را حدس بزند. اگر سه حدس درست بزند، جایزه‌ای برنده می‌شود. وقتی نوبت به سومین اسباب‌بازی می‌رسد، کار دشوار می‌شود؛ زیرا اساساً خیلی صدا ندارد. آزمایشگر برای لحظاتی اتاق را ترک می‌کند و کودک را با اسباب‌بازی تنها می‌گذارد و به کودک می‌گوید که نباید پشت سرش را نگاه کند. تقریباً همه بچه‌ها تقلب می‌کنند، ولی وقتی آزمایشگر باز می‌گردد و از آنها سؤال می‌کند که آیا پشت سرشان را نگاه کرده‌اند یا نه، اکثر کودکان زیر ۴ سال اعتراف می‌کنند، ولی کودکان ۴ ساله و بیشتر دروغ می‌گویند (لسلی، ۱۳۹۱: ۳۲-۳۱).

لسلی این مرز سنی را با شکل‌گیری «نظریه ذهن» کودکان مربوط می‌داند. کودک از حوالی ۴ سالگی به نظریه ذهن دست می‌یابد و تمایز میان «واقعیت» و «باور درباره واقعیت» را درک می‌کند. برای این منظور، آزمایش باور کاذب «سالی-آن» ترتیب داده شده است: سالی یک سبد و آن یک جعبه دارد. سالی تیله خود را داخل سبدش می‌گذارد تا کسی به آن دست نزند. وقتی سالی از اتاق بیرون می‌رود، آن، تیله را داخل جعبه خود می‌گذارد. سؤال این است که وقتی سالی برمی‌گردد، کجا سراغ تیله‌اش می‌رود؟ بزرگ‌ترها به راحتی درک می‌کنند که سالی سراغ سبد خود می‌رود، ولی کوچک‌ترها (زیر ۴ سال) اکثراً فکر می‌کنند سالی سراغ جعبه آن خواهد رفت. این نشان می‌دهد که آنها هنوز به تمایز میان «واقعیت» و «باور درباره واقعیت» دست نیافته‌اند و نمی‌توانند درک کنند که هرچند خودشان واقعیت را دیده‌اند (جابه‌جایی تیله)، ولی سالی آن را ندیده و باوری خلاف واقع دارد (لسلی، ۱۳۹۱: ۳۵).

البته علاوه بر نظریه ذهن، توانایی «عملکرد اجرایی» کودکان (کنترل مهارگری، حافظه‌کاری،

1 . Theory of Mind.



و توانایی برنامه‌ریزی) نقش مهمی در تصمیم کودکان به دروغ گفتن و موفقیتشان در دروغ گفتن بین سنین ۲ و ۱۶ سالگی ایفا می‌کند (کارلسون، موسی و هیکس، ۱۹۹۸؛ ایوانز و لی، ۲۰۱۱، تالوار و لی، ۲۰۰۸). درحالی‌که اکتساب نظریه ذهن توسط کودکان اجازه می‌دهد آنها محتوای مناسب برای دروغ خود و گفته‌های پس از آن را ایجاد کنند. توانایی‌های عملکرد اجرایی، آنها را قادر می‌سازد به گونه‌ای این مطالب را برای ارسال به مخاطب، مدیریت کنند که به درد فریب دریافت‌کننده دروغ بخورد (Evans and Lee, 2014: 374).

یک تحلیل عاملی نشان داده است که کودکان کم‌سن و سال که دغدغه واقعیت‌مندی (مطابقت کلام با واقع) بیشتری دارند، بیشتر گرایش دارند که هنگام ارتکاب کار خطا، اعتراف کنند و راست بگویند (Evans and Lee, 2014: 376). درباره کودکان ۷-۱۱ ساله، در مورد دروغ‌های سفید^۱ و آبی^۲ رابطه‌ای قوی بین قضاوت آنها درباره حسن و قبح دروغ و ارتکاب دروغ در موقعیت واقعی وجود دارد؛ یعنی کودکانی که این دروغ‌ها را کمتر منفی (یا حتی مثبت) ارزش‌گذاری کرده‌اند، در عمل هم حاضر به ارتکاب این دروغ‌ها هستند (Evans and Lee, 2014: 376).

ایوانز و لی (۲۰۱۴) به این جمع‌بندی رسیده‌اند که «ممکن است هنجارهای اجتماعی و اخلاقی، بیش از عوامل اجتماعی-موقعیتی، قضاوت اخلاقی ما را هدایت کنند؛ درحالی‌که عوامل اجتماعی-موقعیتی، بسیار بیش از هنجارهای اجتماعی و اخلاقی کنش‌های ما را هدایت کنند» (Ibid). به عبارت دیگر: در مورد دروغ‌های سفید و آبی که قضاوت اخلاقی و انگیزه عمل همراستا هستند، هنجارهای اجتماعی و اخلاقی همراستا با عوامل اجتماعی-موقعیتی، قضاوت و رفتار کودک را به صورت همراستا شکل می‌دهند؛ ولی در موقعیت‌هایی که این دو همراستا نیستند (مانند موقعیت پوشاندن خطای شخصی) هنجارهای اجتماعی و اخلاقی قضاوت را شکل می‌دهند (دروغ‌گویی بد است)، ولی رفتار را عوامل اجتماعی-موقعیتی تعیین می‌کنند و کودک برخلاف قضاوت خود، مرتکب دروغ‌گویی می‌شود.

دَن آریلی^۳ مطالعات جالب توجهی درباره فریبکاری انجام داده و آنها را در کتاب «پشت

۱. دروغ سفید (white lie) دروغ بی‌ضرری است که نه از سرخبات و فریب، بلکه برای مؤدب بودن گفته می‌شود. مثلاً وقتی صاحب‌خانه از مهمان‌ها درباره طعم غذا می‌پرسد، آنها حتی اگر از مزه غذا خوششان نیامده باشد، از آن تعریف کرده و از خانم‌ها تشکر می‌کنند.

۲. دروغ آبی، دروغی است که نه برای نفع شخصی، بلکه برای منافع و مصالح گروهی گفته می‌شود. این اصطلاح از رنگ آبی لباس پلیس گرفته شده است؛ پلیسی که کارش محافظت از منافع عمومی است.

3. Dan Ariely.





پرده ریاکاری^۱ گزارش کرده است. وی در صدد ارائه نظریه‌ای درباره بی‌صداقتی افراد و تبیین و اثبات تجربی آن بوده است. این نظریه در مقابل نظریه اقتصاددانی با نام گری بکر^۲ ارائه شده است. بکر نظریه‌ای با عنوان «مدل ساده بزه عقلانی»^۳ طرح کرده است.^۴ براساس این مدل، افراد براساس تحلیل عقلانی و محاسبه هزینه - فایده، در هر موقعیت دست به بزه می‌زنند. فرد، سود و زیان حاصل از ارتکاب عمل مجرمانه را می‌سنجد و اگر سود عمل، از زیان آن بیشتر باشد، آن را انجام می‌دهد. درباره دروغ‌گویی نیز همین سازوکار وجود دارد. اگر سود حاصل، از زیان آن پیشی گیرد، دروغ خواهیم گفت. برپایه این مدل، راه پیش‌گیری از دروغ‌گویی، بالا بردن هزینه آن است.

آریلی با ارائه شواهدی بیان می‌کند که این مدل ساده نمی‌تواند واقعیت رفتارهای ما را تبیین کند؛ چرا که در موارد فراوانی براساس محاسبه هزینه - فایده، خلافکاری معقول است، ولی ما مرتکب خلاف نمی‌شویم؛ یعنی میزان خلافکاری در دنیای واقعی بسیار کم‌تر از آن است که براساس این مدل باید باشد. آن‌گاه آریلی مدل جایگزین خود را ارائه می‌کند. وی براین باور است که محاسبه هزینه - فایده در کنار تصویری که از خودمان به عنوان انسان اخلاقی داریم، تعیین‌کننده میزان فریبکاری ماست. به بیان دیگر: محاسبه هزینه - فایده، ما را به فریبکاری حداکثری فرامی‌خواند؛ اما ما آن اندازه فریبکاری می‌کنیم که تصویر اخلاقی مان چندان مخدوش نشود. عاملی که کمک می‌کند در ضمن فریبکاری، تصویر اخلاقی از خودمان را حفظ کنیم، «قصد بافی» است. قصد بافی به ما کمک می‌کند تا فریب‌کاری خود را توجیه کنیم و به نوعی، از درگیری با وجدانمان رهایی یابیم. هر قدر عامل قصد بافی مجال بیشتری داشته باشد (توجیه فریبکاری راحت‌تر باشد)، بیشتر مرتکب فریبکاری می‌شویم (آریلی، ۱۳۹۱: فصل ۱).

آریلی این ایده خود را در کل کتاب دنبال می‌کند و با گزارش آزمون‌های متعددی که انجام داده، می‌کوشد تا زوایای آن را بیشتر بشکافد و عوامل جزئی‌تری که می‌توانند سطح فریبکاری

۱. عنوان اصلی کتاب چنین است:

The Honest Truth about Dishonesty: How We Lie to Everyone, Especially Ourselves

مشخصات ترجمه کتاب بدین قرار است: دن آریلی، پشت پرده ریاکاری؛ چگونه به هر کس دروغ می‌گوییم، به‌ویژه به خودمان؟، ترجمه رامین رامبد، نشر مازیار، تهران.

2. Gary Becker.

3. Simple Model of Rational Crime.

۴. نویسنده (مترجم) با ترکیب سرواژه‌های «مدل ساده بزه عقلانی»، در سراسر کتاب از آن به «مسابقه» یاد می‌کند.



ما را تغییر دهند، معرفی کند. وی نشان می‌دهد که عناصری همچون احتمال لورفتن، میزان سود حاصل از فریبکاری، تأثیر چندانی بر میزان دروغ‌گویی و فریب‌کاری ندارد. آریلی تأکید دارد که هر قدر عامل قصه بافی مجال بیشتری داشته باشد، می‌توانیم ضمن حفظ تصویر اخلاقی از خودمان، دست به فریبکاری بزنیم و سودی به خود برسانیم. مؤثر بودن قصه بافی، به شدت تصویر اخلاقی ای بستگی دارد که از خود داریم. هر قدر تصویر اخلاقی مان قوی تر باشد، برای غلبه کردن بر آن، به قصه‌های قوی تری نیاز است و نمی‌توان با قصه بافی‌های ساده بر آن چیره شد و دست به دروغ‌گویی زد.

آریلی پدیده ویژه‌ای نیز در مطالعاتش شناسایی کرده است. افراد وقتی تقلب‌های کوچک انجام می‌دهند، به تدریج به نقطه سقوط نزدیک می‌شوند و به یکباره با شیب زیادی به دره فریبکاری سقوط می‌کنند. یعنی میزان ارتکاب فریبکاری وقتی از سطح مشخصی عبور می‌کند، افراد به یکباره از صداقت دست می‌شویند و به صورت شتابنده‌ای بر فریبکاری می‌افزایند. آریلی این پدیده را این‌گونه توضیح می‌دهد که وقتی افراد دروغ‌های کوچک می‌گویند، به تدریج تصویر اخلاقی شان تخریب می‌شود، تا این‌که کاملاً از خود مأیوس می‌شوند و می‌گویند «به جهنم! حالا که وارد تقلب شده‌ام، بگذار لااقل کمی سود به دست آورم.» او پیشنهاد می‌کند بر اساس منطق «پنجره‌های شکسته»^۱ با اولین و کوچک‌ترین تقلب‌ها و فریبکاری‌ها برخورد شود و اجازه داده نشود فرد به شیب لغزنده فریبکاری پا بگذارد.

کانگ لی^۲ استاد دانشگاه تورنتو (کانادا) و مدیر «مؤسسه مطالعات کودک» معتقد است که جلوگیری از دروغ‌گویی بچه‌ها باید پیش از ۸ سالگی باشد. اگر کودک پس از ۷ سالگی همچنان به دروغ‌گویی خود ادامه دهد، در سال‌های آینده نیز به این کار ادامه می‌دهد و حتی در دوران بلوغ و بزرگ‌سالی هم دروغ خواهد گفت؛ زیرا گرفتار دروغ‌گویی شده است (لسلی، ۱۳۹۱: ۴۳).

شکل دمی خودپنداره اخلاقی

گفته شد که دن آریلی شواهد فراوانی به دست آورده که در کنار محاسبه «هزینه - فایده»،

۱. ایده «پنجره‌های شکسته» توسط جرج کلینگ و جیمز ویلسن (۱۹۸۲) مطرح شده است. این ایده بیان می‌کند در محله‌های پرخطر شهر، اگر افراد ساختمانی را با چند پنجره شکسته ببینند، وسوسه می‌شوند که بقیه شیشه‌های آن را هم بشکنند. پس برای کاهش جرم و خرابکاری، باید اولین ناهنجاری‌های کوچک را رفع و رجوع کرد تا به خرابکاری‌های بیشتر دامن نزنند (زودتر شیشه‌های شکسته را تعویض کرد).





تصویر اخلاقی‌ای که از خود داریم، در میزان فریبکاری ما دخالت دارد؛ یعنی هر چه این تصویر برجسته و دست بالا باشد، کمتر فریبکاری می‌کنیم. وی سپس عامل «قصه بافی» را به عنوان یک متغیر واسطه مطرح می‌کند که سبب می‌شود ضمن حفظ تصویر اخلاقی از خودمان، از منافع فریب‌کاری بهره‌مند شویم. به هر حال، تصویری که شخص از خودش به عنوان عامل اخلاقی دارد، در سطح صداقت او تأثیرگذار است.

یکی از نظریات معاصر در باب رشد اخلاقی، نظریه هویت اخلاقی است که بیشتر توسط بلازی^۱ پی‌گیری شده است. این نظریه بیان می‌کند که اگر شخص تصویر اخلاقی از خود داشته باشد، همین امر اصلی‌ترین محرک او برای انجام امور اخلاقی است؛ چرا که انسان‌ها یک تمایل اولیه به انطباق رفتار با خودپنداره دارند. بلازی می‌گوید: «اصطلاح هویت^۲ به یک شکل رشد یافته از خودپنداره^۳ اشاره دارد که با احساس قوی وحدت،^۴ نفوذ در هشیاری، و توانایی استحکام بخشیدن به احساس ثبات، فردیت، و هدفمندی در فرد مشخص می‌شود» (Blasi, 1995: 229). «واژه هویت، همان‌طور که بارها در روان‌شناسی به کار رفته است، به یک شکل رشد یافته از خودپنداره اشاره دارد؛ شکلی که با احساس یکپارچگی فزاینده، نفوذ در هشیاری، و توانایی استحکام بخشیدن به احساس ثبات، فردیت و هدفمندی، مشخص می‌شود» (Ibid). وقتی اخلاق با هویت فرد یکپارچه می‌شود، با مفهوم «هویت اخلاقی» مواجه خواهیم بود.

اریکسون که رویکرد عمر را در نظریه شخصیتش مطرح کرده، کل زندگی انسان را به هشت مرحله تقسیم کرده و از مسئله اصلی هر مرحله با عنوان «بحران» یاد کرده است. وی بحران دوره نوجوانی را هویت خود می‌داند (شولتز و دیگران، ۱۳۸۸: ۲۵۷). هویت مفهومی چندوجهی است، اما اصولاً احساس هشیارانه بی‌همتا بودن و جهت‌داشتن است که از تجربیات روانی اجتماعی ادغام شده در اگونشنت می‌گیرد؛ از جمله از همانندسازی‌های قبلی شخص در گروه‌های مختلف و از خودانگاره‌های او (رایکمن، ۱۳۸۷: ۱۹۱). هاگان بیان می‌دارد: «اریکسون معتقد است مشکل هویت نوعاً زمانی برطرف می‌شود که جوان یک ایدئولوژی - نگرش سیاسی،

1 . Blasi.

2 . Identity.

3 . self-concept.

4 . Unity.



مذهبی یا تاریخی را بپذیرد. این ایدئولوژی، تعریفی از شخص اخلاقی به دست داده و شخص را به یک هویت اخلاقی تجهیز می‌کند» (Hogan & Emler, 1995: 215).

مضمون برخی آیات و روایات، از این دیدگاه قابل تحلیل است. مثلاً نام‌گذاری مناسب را می‌توان از این دیدگاه مورد توجه قرار داد. در روایات متعددی نام‌گذاری خوب، از جمله حقوق فرزندان بروالدین شمرده شده است. وقتی این روایات و برخی اسامی پیشنهادی در آنها را مرور می‌کنیم، می‌بینیم ملاک اصلی نام خوب، اخلاقی بودن آن است.

رسول الله ﷺ فرمودند: «از حق فرزند بر پدرش، سه چیز است: نام نیکو برایش بگذارد؛ به او قرآن بیاموزد و هنگام بلوغ، زمینه ازدواجش را فراهم کند» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۹۲/۱۰۱) و فرمودند: «نام‌های انبیا را بر فرزندان‌تان بگذارید و بهترین نام‌ها عبدالله و عبدالرحمن است» (همان).

و فرمود: «نام شهاب نگذارید؛ چرا که شهاب، از نام‌های آتش جهنم است» (همان: ۱۳۰) از امام باقر علیه السلام روایت شده که رسول الله ﷺ بر منبرش فرمود: «بدانید که بهترین نام‌ها عبدالله و عبدالرحمن و حارثه و همام است و بدترین نام‌ها ضرار و مرّة و حرب و ظالم است» (همان: ۱۲۷).

امام موسی کاظم علیه السلام فرزندش علی را «رضا» می‌نامید و می‌فرمود: «پسرم رضا را صدا کنید؛ به پسرم رضا گفتم؛ پسرم رضا به من گفت» و وقتی صدایش می‌کرد، می‌فرمود: «این ابوالحسن» (همان: ۴/۴۹).

نام نزد بزرگسال شاید واژه‌ای بیش نباشد، ولی نزد کودک، وقتی مدام به آن نام صدا زده می‌شود، تبدیل به بخشی از هویت وی می‌شود و به تدریج معنای آن نام را در خودش که مسمای آن است، ایجاد می‌کند. بی‌تردید صدا زدن افراد با اسامی زشت و ناپسند در شکل‌گیری هویت منفی در آنها بی‌تأثیر نیست. شاید یکی از حکمت‌های نهی خداوند از دادن لقب‌های منفی همین باشد: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید... به همدیگر لقب‌های زشت مدهید؛ چه ناپسندیده است نام زشت پس از ایمان، و هر که توبه نکرد، آنان خود ستمکارند» (حجرات: ۱۱).

از دیگر شیوه‌هایی که در قرآن کریم برای شکل‌دهی هویت اخلاقی به کار گرفته شده، تلقین است. برای نمونه، در قرآن کریم فراوان به اوصاف والای مؤمنان اشاره شده و تصویری اخلاقی از آنها ترسیم می‌شود. این اوصاف وقتی در کنار خطابات مکرر «یا ایها الذین آمنوا»



قرار می‌گیرد، بیان‌کننده این است که خداوند متعال می‌خواهد آن تصویر اخلاقی را به عنوان خودپنداره به مسلمانان القا کند. صدا کردن کودک با القابی که جنبه اخلاقی دارد، می‌تواند تأثیری در خودپنداره اخلاقی آنها داشته باشد؛ مثلاً «دختر مهربانم» بیش از «دختر نازم» جنبه تلقینی دارد.

می‌توان به کودک تلقین کرد که او کودکی راستگوست و حتی اگر گاهی دروغ گفت، آن را حمل به اشتباه یا شوخی و... کرد و اجازه نداد تا تصویر منفی اخلاقی در او ایجاد شود. لازم است به خیال‌پردازی و دروغ‌های دروغین (به تعبیر پیاژه) توجه داشته باشیم و آنها را به حساب دروغ‌گویی نگذاریم. البته نباید اجازه دهیم این ذهنیت برای کودک ایجاد شود که هر دروغی بگوید، والدین ساده‌لوحش آن را به حسابی دیگر می‌گذارند.

ایجاد تجربه‌های اخلاقی موفق (مانند اعتراف صادقانه به یک خطا، مقاومت در برابر وسوسه یک تقلب)، از دیگر عواملی است که به شکل‌گیری خودپنداره اخلاقی کودک کمک می‌کند. حتی می‌توان همزمان با رفتار اخلاقی کودک، از روش تلقین بهره برد و تأثیر این تجربه‌های اخلاقی را در ایجاد هویت اخلاقی دوچندان کرد.

از جمله عوامل رشد اخلاقی که می‌توان ناظر به خودپنداره در روایات و آیات شناسایی کرد، تحریک عزت نفس و کرامت نفس است؛ یعنی برای این‌که مخاطب را تحریک کنند تا از ذیلتی دوری کند، آن را نافی عزت نفس معرفی می‌کردند:

ذلت ناشی از حرص: در خبر شامی آمده است که از حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام پرسید: کدام ذلت از همه بدتر است؟ فرمود: «حرص بر دنیا» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۱۶۱/۷۰).

ذلت ناشی از امیال خاص: امام صادق علیه السلام: «برای مؤمن چه زشت است به چیزی تمایل داشته باشد که مایه ذلت و خواری او شود» (همان: ۱۷۰/۱۰۱).

ذلت ناشی از تکبر (در قیامت): امام صادق علیه السلام: «در قیامت، متکبرها به شکل مورچه محشور می‌شوند و زیر پای مردم می‌مانند تا خداوند از حساب و کتاب مردم فارغ شود» (همان: ۲۱۹).

ذلت، ریشه تکبر: امام صادق علیه السلام: «هیچ کس تکبر و نخوت نمی‌ورزد، مگر به سبب ذلتی که از درون احساس می‌کند» (همان: ۲۲۵).

البته افزودن عزت و کرامت نفس به خودپنداره، آن‌گاه عاملی برای رشد اخلاقی است



که ارتکاب رذایل اخلاقی، پستی تلقی شود. به عبارت دیگر: اگر تصویر خود کودک و نوجوان از رذایل، اموری پست و خوار باشد، آن‌گاه عزت نفس مانعی برای ارتکاب آن‌ها خواهد بود. می‌توان کسب حیثیت اجتماعی را از این جهت مورد تأکید قرار داد. مثلاً می‌توان به کودک گفت: «اگر در بازی تقلب کنی، مربی به همه بچه‌ها خواهد گفت که در بازی تقلب کرده‌ای.» چنین جمله‌ای کسب حیثیت اجتماعی را در راستای رفتارهای اخلاقی قرار می‌دهد.

هاگان معتقد است حلقه واسطه دیگر در ارتباط با تأثیر هویت اخلاقی، «حیثیت» است. حیثیت در نظر او عبارت از اعتبار و شأن اجتماعی افراد است. هاگان می‌گوید:

حیثیت افراد، ابزاری برای کنترل اجتماعی در اختیار ما می‌گذارد. براساس چشم‌انداز اجتماعی-تحلیلی، افراد تلاش می‌کنند تا حیثیت (شهرت) خود را مدیریت یا کنترل نمایند... افراد به طور طبیعی در اجتماع به گونه‌ای عمل می‌کنند که در بهترین حالت اعتبار خود را افزایش داده و در بدترین حالت، به آن آسیب نزنند (Hogan & Emler, 1995:220).

وقتی در جریان رشد، شخص خود را به عنوان عضوی از اجتماع درک می‌کند، مفهوم حیثیت برایش مطرح می‌شود. هاگان معتقد است: «یک ارتباط معنادار بین حیثیت و هویت وجود دارد. حیثیت، حلقه اتصال افراد با هویت اجتماعی آنهاست؛ چراکه افراد در خلأ ارزیابی نمی‌شوند، بلکه براساس میزان پایبندی به استانداردها و فضایل مندرج در هویت خود، مورد قضاوت قرار می‌گیرند» (Ibid).

با وجود ارزش بازندگی خودپنداره اخلاقی برای دروغ‌گویی، در آیات و روایات مضامینی دیده می‌شود که ابتدا ناهمسو با تقویت خودپنداره اخلاقی به نظر می‌رسد. در منابع روایی، تصویر منفی از انسان بیش از تصویر مثبت انعکاس دارد.^۱ حتی در مواردی، از گفتن فضایل اخلاقی برای خود افراد نهی شده است:

پیامبر از مدح کردن نهی کرد و فرمود: «به صورت مدح‌کنندگان خاک پاشید» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۲۹۴/۷۰).

۱. البته ممکن است آنچه در منابع روایی به ما منتقل شده، با مجموع آنچه از معصومان صادر شده، تفاوت داشته باشد؛ ولی به هر حال اکنون تنها راه دسترسی ما به بیان معصوم همین نقل‌های منعکس شده در منابع روایی است.





روی می‌دهد و گاه حتی خود گوینده به گفته خود باور ندارد و به ورطه دروغ می‌افتد. در تفسیر قمی نقل شده: «هرگاه شخصی نزد تو آمد و درباره تو خوبی‌ها و مدح‌ها و عمل صالحی گفت که در تو وجود ندارد، از او نپذیر و او را تکذیب کن؛ او به تو ظلم کرده است» (همان).

امام علی علیه السلام خطاب به کسی که در مدح و ثنای ایشان افراط کرد، ولی به حضرت سوءظن داشت، فرمود: «من از آنچه می‌گویی پایین‌تر و از آنچه در ذهنت هست، بالاترم» (شریف رضی، ۱۴۱۴: حکمت ۸۳).

اما بخشی از آن مربوط به این می‌شود که خودپنداره ناواقعی برای شنونده مدح شکل می‌گیرد: امام علی علیه السلام فرمودند: «چه بسا کسی که فریفته آنچه درباره‌اش گفته می‌شود، می‌گردد» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۷۰/۲۹۵).

امام علی النقی علیه السلام به کسی که در مدح ایشان افراط می‌کرد، فرمود: «شأن خودت را نگه داد؛ چراکه کثرت تملق، ظن و گمان‌هایی [برای شنونده] ایجاد می‌کند» (همان).

تصویری که قرآن کریم از انسان تصویر می‌کند، بیشتر وجهه منفی دارد. خداوند، مطلق انسان را با صفاتی همچون ظلوم و جهول (احزاب: ۷۲)، بسیار جدال‌کننده (کهف: ۵۴)، کفران‌کننده نعمت‌ها (عبس: ۱۷)، عجول (اسراء: ۱۱) و حریص (معارج: ۱۹) یاد می‌کند؛ اما توصیفات مثبت نوعاً به افراد خاص (نه مطلق انسان) تعلق دارد و شامل همه نمی‌شود. همین نسبت میان توصیفات مثبت و منفی در روایات نیز حاکم است. یعنی ظرفیت‌های منفی انسان بالفعل است، ولی ظرفیت‌های مثبت او باید با دخالت عواملی (محیط، اراده شخصی، عنایت الهی) فعال شود:

«نفست را ملازم فضایل کن؛ اما فضایل، تو بر آنها سرشته شده‌ای» (لیثی واسطی، ۱۳۷۶: ۸۶؛ تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۱۴۹).

علامه طباطبائی در بیان نظریه استخدام، اشاره به این دارد که زندگی مدنی انسان‌ها و مراعات عدالت اجتماعی، از سراضطرار است؛ وگرنه انسان‌ها به لحاظ درونی تمایلی به عدالت (محترم شمردن حقوق دیگران به اندازه حقوق خود) ندارند. ایشان اشاره روشنی به ویژگی‌های منفی انسان دارند:

پس این حکم، یعنی حکم به اجتماع مدنی و عدالت اجتماعی، حکمی است که فقط از سراضطرار صادر شده است، و اگر اضطرار نبود، هیچ انسانی هرگز به آن حکم



نمی‌کرد. این معنای این کلام است که «انسان مدنی بالطبع است و حکم به عدالت اجتماعی می‌کند». این امری است که حکم به استخدام که سابقاً ذکر شد، اضطراراً آن را ایجاد می‌کند. از این روست که هرگاه انسانی بر انسان دیگری قدرت می‌یابد، حکم به اجتماع همکاری و به تبع آن، حکم به عدالت اجتماعی ضعیف می‌شود؛ در نتیجه، فرد قوی عدالت اجتماعی را در حق فرد ضعیف مراعات نمی‌کند و ما شاهد رنج ملل ضعیف از ناحیه ملل قوی هستیم و تاریخ بر همین منوال بوده است تا امروز که ادعا می‌شود عصر تمدن و آزادی است. این مطلب از کلام خداوند استفاده می‌شود، مانند: «إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا» (احزاب: ۷۲) و «إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا» (معارج: ۱۹) و «إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ» (ابراهیم: ۳۴) و «إِنَّ الْإِنْسَانَ لَيْطْفَىٰ أَنْ رَأَىٰ اسْتَعْفَىٰ» (علق: ۷).

اگر عدالت اجتماعی از اقتضائات اولیه طبع انسان بود، باید عدالت و حسن تشریک مساعی و مراعات برابری بر همه شئون اجتماعات حاکم می‌بود؛ در حالی که آنچه مشاهده می‌کنیم، دائماً خلاف آن است و اعمال قدرت و غلبه تحمیل خواسته‌های قوی بر ضعیف و غالب مغلوب را به بردگی می‌کشد تا مقاصد و خواسته‌های شخصی‌اش برسد (طباطبائی، ۱۴۷۱: ۱۱۷/۱۱۸).

به هر حال فضای کلی آیات و روایات هر چند اشاره‌هایی به قابلیت‌های متعالی انسان دارد، ولی اجازه نگاه خوش بینانه به او نمی‌دهد و همواره انسان را متوجه انگیزه‌های شرورانه‌اش می‌کند. روایات فراوانی در این باب وجود دارد که سوء ظن به خود و ناراضی بودن از خود را سبب رشد می‌شمارد؛ برای نمونه:

لقمان به فرزند گفت: «پسرم! کسی که خواهان رضایت الهی باشد، اکثراً از خودش ناراضی است و کسی از خودش ناراضی نباشد، مورد رضایت واقع نمی‌شود» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۶۷/۷۸)

از جمله آفات در مسیر رشد انسان، «عُجْب» و خودپسندی است. اگر شخصی به این رذیله مبتلا باشد، اهتمامی به رشد و ارتقا نخواهد داشت. خودپنداره اخلاقی می‌تواند زمینه عُجْب را فراهم سازد.

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: آنچه از مجموع روایات و آیات ناظر به شکل دهی خودپنداره به دست می‌آید، این است که خودپنداره مثبت، در عین حال، نه چندان خوش بینانه عامل



رشد است. شاید بتوان گفت خودپنداره‌ای عامل رشد است که «انسان در مسیر صیوروت و شدن» را به نمایش بگذارد، نه انسان ایستاده در نقطه ایدئال و مطلوب؛ یعنی مثبت بودن این خودپنداره باید شامل «جهت حرکت و رو به رشد بودن» باشد، نه برخورداری از وضعیت مطلوب. یعنی باید بکوشد تا کودک خود را هر روز بهتر از دیروز ببیند و خود را در حال بهتر شدن بداند. به عبارت دیگر: جملاتی مانند «آفرین پسرم! امروز بیشتر به مامان کمک کردی» یا «بارک الله دخترم! امروز با خواهرت مهربان‌تر بودی» یا «دخترم می‌خواهد فردا مهربان‌تر از امروز باشد» این مسیر رشد را به کودک تلقین می‌کند. البته شاید لازم باشد در سنین پایین، غلبه با تلقین خودپنداره مثبت باشد و تلقین خودپنداره واقعی و رو به رشد، به سنین نوجوانی موکول شود.

نتیجه‌گیری

فریبکاری مصادیق فراوانی دارد و دروغ‌گویی بارزترین مصداق آن است. دروغ‌گویی به عنوان فعل گفتاری، عبارت است از «هر اظهار کلامی که برخلاف باور گوینده درباره واقعیت باشد و به قصد فریب شنونده صورت گیرد؛ البته در موقعیتی که اصل اولیه محاوره برقرار باشد».

جوامع در تلاشند تا به منظور ارتقای پیوند اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی، میزان دروغ‌گویی را کاهش دهند. می‌توان از ابزارهای مختلفی برای کاهش دروغ‌گویی استفاده کرد، اما از منظر رشد اخلاقی می‌توان بر ایجاد عناصر درونی در کودکان و نوجوانان تأکید کرد. مطالعات متعددی تأثیر خودپنداره اخلاقی را در کاهش فریبکاری و دروغ‌گویی نشان داده است. خودپنداره اخلاقی، تصویری است که شخص از خودش به عنوان انسانی اخلاقی دارد (چه مطابق واقع باشد و چه نباشد). هر چه تصویری که شخص از خودش به عنوان انسانی اخلاقی دارد، قوی‌تر باشد، کمتر فریبکاری می‌کند.

با مراجعه به منابع دینی و یافته‌های روان‌شناختی می‌توان روش‌هایی برای ایجاد و ارتقای خودپنداره اخلاقی شناسایی کرد؛ روش‌هایی همچون: نام‌گذاری مناسب، تلقین، تجربه‌های اخلاقی موفق، تحریک عزت نفس و ایجاد حیثیت اجتماعی بر اساس مؤلفه‌های اخلاقی.

از منظر اخلاق اسلامی، خودپنداره در معرض این آسیب است که به عجب و خودپسندی که از جمله آسیب‌های جدی اخلاقی است، منتهی شود؛ اما بررسی بیشتر نشان می‌دهد که اگر به جای «انسان اخلاقی»، «انسان در مسیر صیوروت و ارتقا» را محور ایجاد خودپنداره اخلاقی قرار دهیم، از آسیب عجب به دور بوده و از منظر اخلاق اسلامی قابل تأیید خواهد بود.

منابع

* قرآن کریم.

۱. آرلیلی، دن (۱۳۹۴)، پشت پرده ریاکاری؛ چگونه به هر کس دروغ می‌گوییم، به ویژه به خودمان، ترجمه رامین رامبد، مازیار، تهران.
۲. اسلامی، حسن (۱۳۸۷)، دروغ مصلحت‌آمیز؛ بحثی در مفهوم و گستره آن، قم، بوستان کتاب
۳. بوک، سیسیلا (۱۳۹۵)، دروغ‌گویی انتخاب اخلاقی در زندگی اجتماعی و فردی، ترجمه احد علیقلیان، نشر نو، تهران.
۴. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۴۱۰ق)، غرر الحکم و دُرر الکلم، دارالکتب الاسلامی، قم.
۵. تهانوی، محمد علی (۱۹۹۶)، موسوعة کشاف اصطلاحات الفنون و العلوم، مكتبة لبنان ناشرون، بیروت.
۶. دغیم، سمیح (۲۰۰۱)، مصطلحات الامام الفخر الرازی، مكتبة لبنان ناشرون، بیروت.
۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۷۵)، الذریعه إلى مکارم الشریعه، تحقیق ابوالیزید العجمی، شریف رضی، قم.
۸. رایکمن، ریچارد (۱۳۸۷)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه مهرداد فیروزبخت، ارسباران، تهران.
۹. سانتراک، جان دبلیو. (۱۳۸۳)، زمینه روان‌شناسی سانتراک، ترجمه مهرداد فیروزبخت، رسا، تهران.
۱۰. شریف رضی، محمد بن حسین (۱۴۱۴ق)، نهج البلاغه (للصبحی صالح)، هجرت، قم.
۱۱. شولتز، دوان و شولتز، سیدنی الین (۱۳۸۸)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه یحیی سید محمدی، ویرایش، تهران.
۱۲. صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم (۱۳۶۶)، شرح اصول کافی، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، تهران.
۱۳. طباطبائی، سید محمد حسین (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، انتشارات اسلامی، قم.
۱۴. عجم، رفیق (۲۰۰۴)، موسوعة مصطلحات ابن خلدون و الشریف علی محمد الجرجانی، مكتبة لبنان ناشرون، بیروت.

۱۵. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحارالانوار، داراحیاء التراث العربی، بیروت.
۱۶. لسلی، یان (۱۳۹۱)، دروغ‌گویان مادرزاد؛ چرا بدون خدعه و نیرنگ نمی‌توانیم زندگی کنیم؟، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، پیکان، تهران.
۱۷. لیشی واسطی، علی بن محمد (۱۳۷۶)، عیون‌الحکم و المواعظ، دارالحدیث، قم.
۱۸. هافمن، کارل و ورنوی، مارک و ورنوی، جودیت (۱۳۸۶)، روان‌شناسی عمومی، ترجمه هادی بحیرایی و دیگران، ارسباران، تهران.
19. Blasi, Augusto (1995), "Moral Understanding and the Moral Personality: The Process of Moral Integration", in W.M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.) *Moral development: An introduction*, Boston, MA: Allyn & Bacon.
20. Burton, R.V. & Kuncle L. (1995), "Behavioral models of moral development: A brief history and integration" in W.M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.) *Moral development: An introduction*, Boston, MA: Allyn & Bacon.
21. Carson, THomas L. (2010), *Lying and Deception Theory and Practice*, United States, New York, Oxford University Press Inc.
22. Evans, Angela D. and Lee, Kang (2014), "lying, Morality, and Development", in Melanie Killen and Judith G. Smetana (eds.), *Handbook of Moral Development* (Second Edition), Psychology Press, New York.
23. Fallis, Don (2012), Davidson was Almost Right about Lying, *Forthcoming Australasian Journal of Philosophy*, 2012.
24. Fallis, Don (2009), What is lying, *forthcoming in the journal of philosophy*.
25. Hogan, Robert & Emler, Nicholas (1995), "Personality and Moral Development", In William M. kurtines and Jacob L. Gewirtz (eds.), *Moral development : an introduction*, Allyn&Bacon.

