

ЭФФЕКТ МОРАЛЬНОГО ДОВЕРИЯ

Малойло А.В.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

*Амоненко Сергей Александрович - преподаватель, магистр философских наук,
аспирант Института философии НАН Республики Беларусь.*

Эффект морального доверия — это когнитивное предубеждение, которое возникает, когда люди с большей вероятностью доверяют кому-то, если знают, что в прошлом сделали что-то хорошее. Например, если человек помогает незнакомцу, он с большей вероятностью доверит ему что-то важное. Это происходит потому, что люди думают, что если кто-то сделал что-то хорошее в прошлом, то с большей вероятностью он сделает что-то хорошее и в будущем. Иногда это может привести к логическим ошибкам, а это означает, что люди могут принимать неверные решения, основываясь на неправильном мышлении. Также в зависимости от обстоятельств этот эффект принимает следующие формы.

Самолицензирование — это термин, используемый в социальной психологии для описания подсознательного феномена, посредством которого повышенная уверенность в собственном образе имеет тенденцию заставлять этого человека меньше беспокоиться о последствиях последующего аморального поведения и, следовательно, с большей вероятностью делать аморальный выбор и действовать аморально. Самолицензирование может иметь негативные социальные последствия, поскольку оно оказывает разрешительное воздействие на такое поведение, как расовые предрассудки и дискриминация, эгоизм, плохие привычки в питании и здоровье, а также чрезмерное потребление энергии.

Эффект моральных качеств — это когнитивное предубеждение, которое относится к склонности людей судить о человеке с более высоким моральным статусом более благосклонно, чем в противном случае. Эта предвзятость является примером логической ошибки, поскольку предполагает принятие решений на основе нелогичных или неполных доказательств. Этот эффект часто наблюдается в социальных ситуациях, когда прошлое моральное поведение или действия человека используются в качестве оправдания его текущих действий, независимо от того, правильные они или неправильные. Эта предвзятость может привести к отсутствию моральной ответственности, поскольку о людях могут судить более благосклонно, даже если они на самом деле не сделали ничего, чтобы заслужить это.

Эффект морального авторитета — это явление, которое возникает, когда человеку дается моральный авторитет за прошлые положительные действия, что затем приводит к тому, что его оценивают более благосклонно за его текущие или будущие действия. Этот эффект часто наблюдается в ситуациях, когда людей оценивают на основе их моральных качеств или надежности. Моральный авторитет может принимать различные формы, например, прошлый добрый поступок или публичное заявление о поддержке социального дела. Этот эффект широко изучался в социальной психологии, и исследователи обнаружили, что он может иметь как положительные, так и отрицательные последствия. Положительным моментом является то, что эффект моральных качеств может привести к росту доверия и сотрудничества между людьми, поскольку люди с большей вероятностью поверят, что тот, кто действовал морально в прошлом, будет продолжать поступать так же и в будущем. С другой стороны, этот эффект может также привести к отсутствию ответственности, поскольку людям может быть предоставлена свобода действий в их текущих действиях на основании их прошлого поведения.

Одним из интересных аспектов этих эффектов является то, что на них могут влиять различные факторы, такие как воспринимаемое сходство между прошлыми и текущими действиями, воспринимаемая важность моральных качеств и уровень моральной идентичности человека, совершающего действия. Кроме того, на эффекты могут влиять социальные нормы и культурные ценности, поскольку разные общества могут придавать разное значение прошлому моральному поведению. В целом, вышеуказанные эффекты — это сложное явление, которое имеет важные последствия для того, как людей судят и оценивают в социальных ситуациях. Хотя это может привести к росту доверия и сотрудничества, оно также может привести к отсутствию подотчетности и предвзятому принятию решений. Понимание факторов, влияющих на эффекты, может помочь отдельным лицам и организациям принимать более обоснованные и справедливые суждения.

Список использованных источников:

1. Entry #213770 on Moral Credential Effect in the A' Design Awards' Design+Encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://competition.adesignaward.com/design-encyclopedia.php?e=213770> – Дата доступа: 06.04.2024.
2. Когнитивные искажения и их влияние на поведение индивида / Э.П. Кашапова, М. В. Рыжкова // Вестн. Томского гос. ун-та. Экономика – 2015. – № 2. – С. – 23–24.