

## Szatyormorál 2015

2015. március 11

Minden jótettből fakad rossz cselekedet is. Így foglалható össze annak az amerikai kutatásnak a lényege, amelynek során két üzleti főiskola adjunktusai, Uma Karmarkar és Bryan Bollinger kaliforniai vásárlók szokásait vizsgálták. Megfigyelték, hogy a vegyeskereskedésekbe környezettudatosan saját szatyórral érkező vevők nemcsak „zöld” termékből tesznek többet a kosarukba, hanem a pénztárhoz több édességgel, jégkrémmel és chipsszel is érkeznek, mint a bolti zacskókba vásárlók. A hosszú, követéses vizsgálattal most újból igazolt jelenséget a pszichológusok már ismerik egy ideje. Erkölcsi engedékenységnek (moral licensing) nevezik mindazokat a viselkedési formákat, amikor valaki, aki (mások számára is nyilvánvaló) jó cselekedettel megerősítette az önképét, nem sokkal később mindezt hajlamos kevésbé hízelgő, akár önmagára káros tettel kompenzálni. A kutatások szerint ez korántsem pusztán ártalmatlan jellemhiba. Négy éve Massachusetts államban takarékosági kísérletben kimutatták: akit a kampány során rávettek, hogy spóroljon a vízzel, annak egyidejűleg megnőtt az áramfogyasztása. A furcsa kettősség sokféle módon megjelenhet, így például politikai korrektségre rasszista megnyilvánulások következhetnek. Az utóbbi években viszont azt is megfigyelték, hogy olyan esetekben az emberek nem esnek át a ló túlsó oldalára, amikor nem saját elhatározásból rendesek, hanem kötelező erkölcsösen viselkedniük, például törvény ír elő társadalmilag hasznos munkát.