

道德信息对合作行为的影响

——共同内群体认同的中介作用

张百玫, 尹雪萍, 杨梦云, 王晓明*

曲阜师范大学心理学院, 山东 曲阜

收稿日期: 2025年6月11日; 录用日期: 2025年7月15日; 发布日期: 2025年7月30日

摘要

本研究采用群际狭隘与普遍合作范式(IPUC), 通过实验法探讨道德信息对合作行为的影响及其作用机制。结果发现: 在嵌套社会困境中, 积极的道德信息能够促进普遍合作, 减少强狭隘合作。与此同时, 积极道德信息还可以通过增强共同内群体认同促进普遍合作。本研究对于增进群际合作、实现互惠共赢具有一定的理论和实践价值。

关键词

合作行为, 道德信息, 共同内群体认同, 群际关系

The Impact of Moral Information on Cooperative Behavior

—The Mediating Role of Common Ingroup Identity

Baimei Zhang, Xueping Yin, Mengyun Yang, Xiaoming Wang*

School of Psychology, Qufu Normal University, Qufu Shandong

Received: Jun. 11th, 2025; accepted: Jul. 15th, 2025; published: Jul. 30th, 2025

Abstract

This study adopts the Intergroup Parochial and Universal Cooperation Paradigm (IPUC) to explore the impact and mechanism of moral information on cooperative behavior through experimental methods. The results showed that in nested social dilemmas, positive moral information can promote universal cooperation and reduce strong narrow cooperation. At the same time, moral

*通讯作者。

文章引用: 张百玫, 尹雪萍, 杨梦云, 王晓明(2025). 道德信息对合作行为的影响. *心理学进展*, 15(7), 255-263.
DOI: 10.12677/ap.2025.157426

information can also influence universal cooperation through common ingroup identity. This study has certain theoretical and practical value for enhancing intergroup cooperation and achieving mutual benefit and win-win outcomes.

Keywords

Cooperative Behavior, Moral Information, Common Ingroup Identity, Intergroup Relationships

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在社会生活中, 人们的生存或发展离不开群体, 也总以不同的标准将自己和他人分类成不同的群体。通过社会分类, 人们自发地区分自己所属的群体和与自己无关的群体, 即内群体与外群体, 并由此产生内群体偏爱和外群体贬损的群际偏见(Abbink & Harris, 2019; Simon & Gutsell, 2019; Tajfel, 1978)。在群际环境中一直存在的问题源于个体利益与群体利益以及集体利益相互矛盾, 从而造成嵌套社会困境(Wit & Kerr, 2002)。相比于以往只涉及个体利益与群体利益之间冲突的社会困境, 嵌套社会困境结构更加复杂, 在嵌套社会困境中, 每个人不只有一个群体身份。比如, 组织中的员工是某个子部门的成员, 是某个项目组的组员, 同时也是该公司的员工; 学校中的学生是某个学院的成员, 是某个学生会的会员, 同时也是某个专业的一员。在这样复杂的社会结构中, 自我、子群体和集体利益很容易发生冲突(Wit & Kerr, 2002)。

根据“普遍主义”和“狭隘主义”可将合作行为分为普遍合作(无差别与内外群体合作)与狭隘合作(与内群体存在更高合作水平)(何宁等, 2025)。不少证据表明, 在嵌套社会困境中人们更多选择狭隘合作(Aaldering et al., 2018; Israel et al., 2012; Wit & Kerr, 2002)。近年来, 在全球政治经济格局不断演变的背景下, 狭隘主义(parochialism)思潮在全球范围内涌动, 国家间的合作越来越带有小集团和小区域的色彩, 各国或地区的狭隘合作行为明显增多。然而, 对内群体利益的过度追求并不利于解决需要多群体共同面对的重大问题。因此, 如何将狭隘合作转化为普遍合作, 减少群际冲突, 实现互惠共赢成为了重要的挑战。

个体对群体进行评估时, 通过群际接触增强对外群体能力、社交和道德的感知, 形成对外群体的整体印象(Brambilla et al., 2013a)。有关外群体能力、社交和道德信息塑造着外群体的声誉形象, 随着人与人之间的口口相传影响着人们对外群体成员的态度和行为。相关研究表明, 道德信息在塑造群体印象和行为方面比其他信息具有突出的作用。对他人道德的感知和判断(而不是能力或社交维度)是印象形成的基础, 也是决定人类对外群体成员行为的基础(Brambilla et al., 2011; Brambilla et al., 2013b; Brambilla & Leach, 2014)。人们更关注建立和维持道德方面的形象, 而不是其它类型的形象(Brambilla et al., 2021; SimanTov-Nachlieli & Moran, 2022)。具体来说, 人们对道德特质相关的负面传闻(例如, 否认债务)中感受到的声誉代价比对社交的父母传闻(例如, 不友善)或能力的负面传闻(不够聪明)更大(Hauke & Abele, 2020)。同时, 道德信息也被认为比社交信息(友好和善良)对印象形成有更持久的影响(Pagliaro et al., 2016)。相比于能力和社交方面的形象, 人们更愿意投入更多成本维护自身的道德形象, 有时甚至不惜通过撒谎刻意突出自己在道德方面的良好形象(Choshen-Hillel et al., 2020)。也就是说, 道德信息具有更强的影响力、更广的影响范围。不仅如此, 有研究发现, 他人消极的道德信息给人带来的感觉是糟糕的, 甚至比无能、卑鄙或冷漠更差劲(Goodwin, 2015; Goodwin, et al., 2014)。而当人们了解到他人的积

极道德信息时,会展现出更多的接近行为(Brambilla et al., 2016)。由此,提出假设 1:在嵌套社会困境中,道德信息能影响普遍合作。

由于普通人认为他们的内群体道德水平很高,有关外群体道德的信息会降低内群体道德的独特性,反之,会促进群体间道德的相似性(Čehajić-Clancy et al., 2023)。对外群体的感知相似性又会削弱群体边界的显著性(Munniksma et al., 2015),形成更广泛的身份(Putnam, 2000),如建立起共同内群体身份。共同群体认同模型(Gaertner & Dovidio, 2014)提出,不同类型的群体间相互依赖(如群际接触)、社会背景(如社会规范)或群体分化过程(如感知相似性)可以将个人的认知表征改变为一个群体(“我们”)或一个更具包容性的群体中的两个子群体(例如,双重身份或“我们 + 他们 = 我们”)。这种社会再分类可能导致对前外群体成员产生更积极的认知、情感和行为取向。根据这一模型,重新分类的目标是系统地改变群际边界感,重新定义内外群体成员,使最初导致群际偏见的认知和动机过程转向于建立更加和谐的群际关系(Dovidio et al., 1997),从而减少对外群体的偏见。共同内群体形成以后,人们会将原来的外群体成员视为共同内群体的一部分,并对他们产生内群体偏好,这些心理转变包括同情、信任、谅解和感知相似性增强,威胁感降低,更多地使原外群体成员纳入到自我概念之中,从而产生对合作的期待(王俊秀等, 2021),有利于推动群体间的合作。由此,提出假设 2:共同内群体认同在道德信息对普遍合作的影响中起中介作用。

2. 方法

2.1. 实验设计

采用单因素被试间实验设计。自变量为道德信息,分为三个水平(积极道德信息组/消极道德信息组/控制组)。因变量为嵌套社会困境中的合作行为,包含四种行为(普遍合作、强狭隘合作、弱狭隘合作、不合作),测量指标为被试分配给各账户的代币数额。

2.2. 被试

根据 G*Power3.1.9.4 估算样本量(Faul et al., 2007),在显著性水平 $\alpha = 0.05$ 且中等效应($f = 0.25$)时,预测达到 80% 的统计力水平的总样本量至少为 159 名。通过见数问卷平台招募被试共 174 名,随机分为积极道德信息组、消极道德信息组和控制组。此外,因本研究关注外群体道德信息对合作行为的影响,故若被试在群体操纵性检验题目中或道德信息操纵性检验题目中选择极端值,即认为操纵失败,应剔除此数据。剔除无效数据后,剩余有效数据共 166 份(女性 100 名,男性 66 名),年龄在 19~68 岁之间($M = 29.36$, $SD = 8.97$)。

2.3. 程序

实验开始前取得被试的知情同意,告知被试将与另外 7 名被试完成任务,在指导语中引导被试相信他们是在与真正的伙伴互动。实验分为两个部分。在第一部分中,要求被试填写一份自评表(用于八卦形式的道德信息操纵),之后通过颜色方格占比评估任务对被试进行分组,以操纵群体身份。最后,完成群体身份操纵的有效性检验。在第二部分中,告知被试要与先前划分的组内成员和组外成员共同完成一个游戏任务,其在游戏任务中的表现会影响小组的最终奖励。首先让被试理解游戏规则,并完成根据游戏规则设置的四道计算题,答对全部题目才能进入正式实验。正式实验中告知被试,另一组成员在第一部分中自评表的信息(实际上并未统计,都是虚假结果)以操纵道德信息。之后让被试决定如何分配代币。最后要求被试完成道德信息的操纵检验,并填写共同内群体认同问卷和人口统计学信息。实验结束后,根据被试的实际表现,给被试发放一定现金报酬。

2.4. 材料

自评表。采用朱泓锦(2024)验证的词汇材料所编制的问卷,要求被试回答自己是否具备某种特征,共18题,采用Likert-5点计分(1=非常不符合,5=非常符合)。该材料仅仅是为了提高被试对实验的代入,以及道德信息操纵的有效性,所得结果并未进行分析。

颜色方格占比评估。采用Tidwell等人(2017)的颜色方格占比评估任务,包含两种不同颜色的方块格,要求被试尽可能准确地估计在方块格上看到的蓝色方块的百分比,是最简群体范式分类操作的经典任务程序之一(温芳芳, 佐斌, 2018)。实验中告知被试根据颜色方格占比评估任务成绩分为高估组和低估组,实际为随机分组,以此建立临时的群体身份。

群体身份操纵检验。参考Doosje等人(1995)的研究,共4题,采用Likert-7点计分(1=一点也不,7=非常符合)。如,“我感到和其他同组成员是相似的”。本实验中,四个题项的Cronbach's α 为0.70。

道德信息操纵。采用八卦的形式传递道德方面的信息。在积极道德信息组中,告知被试另一组在忠诚、正直、有原则、注重公平等方面得分较高,表现出色。在消极道德信息组中,告知被试另一组在忠诚、正直、有原则、注重公平等方面得分较低,表现逊色。控制组不会获得任何信息,仅仅知晓与另一组要进行任务。

合作任务。采用Aaldering和Böhm(2019)的群际狭隘与普遍合作任务(Intergroup Parochial and Universal Cooperation game, IPUC game)。游戏中,参与者可以自由选择如何分配10个代币到四个账户之中,并被告知该种行为带来的结果。以中性的词汇命名了各选项,池A即弱狭隘合作、池B即强狭隘合作、池C即普遍合作、保留池即不合作。每个池的投资结果如下:在A中每投资一个代币,每名群体成员将获得0.5个代币,包括自己;在B中每投资一个代币,每名群体成员包括自己将获得0.5个代币,同时另一组每个成员将损失0.25个代币;在C中每投资一个代币,每名群体成员和另一组成员都将获得0.4个代币,包括自己;每保留1个代币,自己就能获得1个代币。被试在不同池中分配的代币数是不同合作行为的测量指标。

道德信息操纵检验。要求被试回答“在刚才的游戏中,你认为另一组在多大程度上具有以下特征?”,共6题,采用Likert-7点计分(1=一点也不,7=非常符合)。每一组被试都将被询问关于道德方面的评价,包括控制组。本实验中,六个题项的Cronbach's α 为0.96。

共同内群体认同的测量。借鉴Leach等人(2008)的共同内群体认同问卷进行改编,共3题,采用Likert-7点计分(1=非常不同意,7=非常同意),具体测项分别为“你觉得对方群体与你所在的群体有多相似”,“你觉得对方群体与你所在的群体有多大程度的共同点”,“你在多大程度上觉得对方群体与你所在的群体属于一个团体”。本实验中该问卷的Cronbach's α 为0.88。

3. 结果

3.1. 群体身份操纵检验

群体身份操纵检验项目平均得分为5.83($SD = 0.64$),显著高于量表 midpoint, $t(165) = 36.86$, $p < 0.001$, Cohen's $d = 0.64$ 。以上结果表明,最小群体范式成功地创建被试的群体身份。

3.2. 道德信息操纵检验

道德信息操纵检验项目的均值作为因变量,以道德信息作为自变量,进行单因素方差分析,结果发现:道德信息的组间主效应显著, $F(2, 163) = 82.59$, $p < 0.001$, $\eta_p^2 = 0.50$,事后多重比较结果表明,积极道德信息组的评分($M = 5.60$, $SD = 0.78$)显著高于消极道德信息组($M = 3.20$, $SD = 1.18$)和控制组($M = 4.76$,

$SD = 0.95$), 消极道德信息组显著低于控制组, $ps < 0.001$ 。以上结果表明道德信息的操纵是有效的。

3.3. 道德信息对合作行为的影响

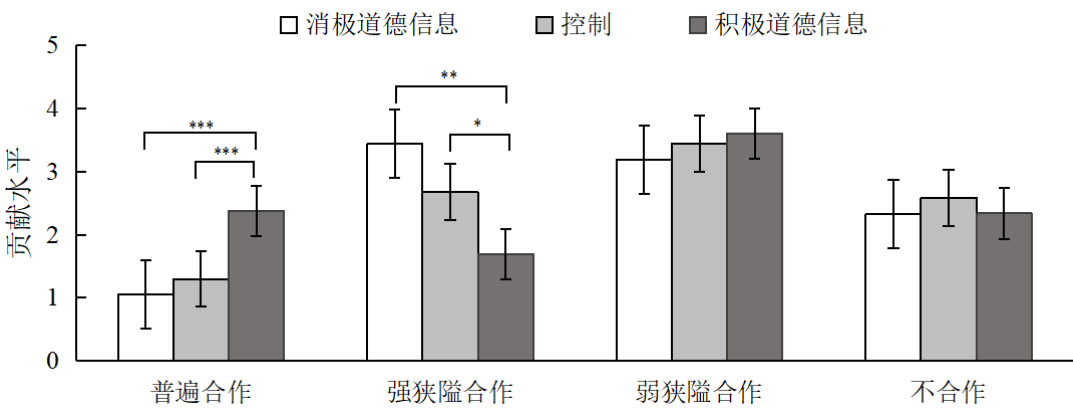
以道德信息为自变量, 性别和年龄为协变量, 同时以普遍合作、强狭隘合作、弱狭隘合作、不合作为因变量进行多元方差分析(见图 1)。结果显示, 性别的主效应不显著, Pillai's effect = 0.017, $F(3, 159) = 0.94$, $p > 0.05$, $\eta_p^2 = 0.017$; 年龄的主效应不显著, Pillai's effect = 0.024, $F(3, 159) = 1.29$, $p > 0.05$, $\eta_p^2 = 0.024$ 。道德信息的主效应显著, Pillai's effect = 0.164, $F(6, 320) = 4.76$, $p < 0.001$, $\eta_p^2 = 0.082$ 。

进一步事后检验表明, 当因变量为普遍合作时, 道德信息的主效应显著, $F(2, 161) = 14.19$, $p < 0.001$, $\eta_p^2 = 0.150$ 。积极道德信息组普遍合作水平($M = 2.37$, $SD = 1.56$)显著高于控制组($M = 1.29$, $SD = 1.27$)和消极道德信息组($M = 1.06$, $SD = 1.26$), $ps < 0.001$, 而消极道德信息组($M = 1.06$, $SD = 1.26$)与控制组($M = 1.29$, $SD = 1.27$)差异不显著, $p > 0.05$ 。结果表明, 道德信息能够影响普遍合作。

当因变量为强狭隘合作时, 道德信息的主效应显著, $F(2, 161) = 6.31$, $p < 0.01$, $\eta_p^2 = 0.073$ 。积极道德信息组的强狭隘合作水平($M = 1.70$, $SD = 1.71$)显著低于消极道德信息组($M = 3.43$, $SD = 2.83$), $p < 0.01$, 和控制组($M = 2.67$, $SD = 2.91$), $p < 0.05$, 而消极道德信息组($M = 3.43$, $SD = 2.83$)和控制组($M = 2.67$, $SD = 2.91$)无差异, $p > 0.05$ 。结果表明, 道德信息也影响了强狭隘合作。

当因变量为弱狭隘合作时, 道德信息的主效应不显著, $F(2, 161) = 0.49$, $p > 0.05$, $\eta_p^2 = 0.006$ 。

当因变量为不合作时, 道德信息的主效应不显著, $F(2, 161) = 0.36$, $p > 0.05$, $\eta_p^2 = 0.004$ 。



注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

Figure 1. The contribution levels of cooperative behavior under various conditions

图 1. 各条件下的合作行为贡献水平

3.4. 共同内群体认同的中介作用

将年龄和性别作为控制变量, 道德信息作为自变量, 普遍合作和强狭隘合作为因变量, 共同内群体认同为中介变量, 采用 Bootstrap 法抽取 5000 次对中介模型(Model 4)进行检验(Hayes, 2013)。中介效应分析模型中, 道德信息(1 = 消极道德信息组, 2 = 控制组, 3 = 积极道德信息组)被编码为虚拟变量, 中介变量和因变量为连续变量, 并对连续变量进行标准化处理。

道德信息与普遍合作间的中介效应分析。以道德信息为自变量, 共同内群体认同为中介变量, 普遍合作为因变量, 控制年龄和性别, 中介检验结果如表 1 所示。在以消极道德信息组为参照时, 积极道德信息通过共同内群体认同对普遍合作的中介效应值为 0.365, 95%的 Bootstrap 置信区间为[0.118, 0.632], 不包括“0”, 中介效应显著, 占总效应的效应量为 40% (0.365/0.893); 且加入中介变量共同内群体认同

后, 积极道德信息对普遍合作的直接效应为 0.529, 95%的 Bootstrap 置信区间为[0.095, 0.962], 不包括 0, 表明其直接效应也显著, 即积极道德信息对普遍合作的影响由共同内群体认同部分中介。此结果表明, 积极道德信息使人们产生更多普遍合作行为, 并且积极道德信息是通过增强共同内群体认同促进人们的普遍合作行为。

Table 1. Analysis of the mediating effect of moral information on universal cooperation
表 1. 道德信息对普遍合作影响的中介效应分析结果

中介效应路径	效应量	误差	95% CI	
			低	高
以消极道德信息组为参照:				
积极道德信息→共同内群体认同→普遍合作	0.365 ^a	0.131	0.118	0.632
积极道德信息→普遍合作	0.529 ^a	0.220	0.095	0.962

注: a 表示中介效应显著。

道德信息与强狭隘合作行为间的中介效应分析。以道德信息为自变量, 共同内群体认同为中介变量, 强狭隘合作为因变量, 控制年龄和性别, 中介检验结果如表 2 所示。在以消极道德信息组为参照时, 积极道德信息组通过共同内群体认同对强狭隘合作的中介效应值为-0.291, 95%的 Bootstrap 置信区间为[-0.615, 0.004], 包括“0”, 中介效应不显著; 且加入中介变量共同内群体认同后, 积极道德信息对强狭隘合作的直接效应为-0.373, 95%的 Bootstrap 置信区间为[-0.831, 0.085], 包括“0”, 表明其直接效应不显著。此结果表明, 共同内群体认同在积极道德信息和强狭隘合作之间不起中介作用。

Table 2. Analysis of the mediating effect of moral information on strong narrow cooperation
表 2. 道德信息对强狭隘合作影响的中介效应分析结果

中介效应路径	效应量	误差	95% CI	
			低	高
以消极道德信息组为参照:				
积极道德信息→共同内群体认同→强狭隘合作	-0.291	0.155	-0.615	0.004
积极道德信息→强狭隘合作	-0.373	0.232	-0.831	0.085

注: a 表示中介效应显著。

4. 讨论

本研究探讨了道德信息对合作行为的影响及其作用机制。结果发现, 相比于消极道德信息组和控制组, 积极道德信息组表现出更高的普遍合作水平和更低的强狭隘合作水平, 支持了假设 1。在群际关系中, 道德涉及与他人形成正确、有原则的关系(如诚实、真诚、公平等特征), 传递了有关外群体意图的信息, 直接体现了外群体的意图是有害的还是有益的(Abele & Bruckmüller, 2011; Brambilla et al., 2021; Wojciszke, 2005; SimanTov-Nachlieli & Moran, 2022)。不道德的外部群体成员被认为对内群体的生存可能性构成了真实而具体的威胁, 并对群体的安全构成了威胁(Brambilla et al., 2012; Brambilla et al., 2013b; Leidner & Castano, 2012)。与不道德的外群体成员相比, 道德的外群体成员可能会让内群体成员感受到更少的生存威胁, 使其不再局限于关注群体内的短期利益, 而是将目光投向更长远社会利益与集体利益, 更倾向于做出有利于双方共赢的决策, 而非采取损人利己的策略, 从而实现互惠共赢的良好局面。

结果还发现,积极道德信息可以通过唤起共同内群体认同提高普遍合作水平,支持了假设2。人们通常会觉得自己所属的内群体具备较高的道德水准,有关外群体道德的信息会降低内群体道德的独特性,促进群体间道德的相似性(Čehajić-Clancy et al., 2023)。当内群体成员察觉到自身所属群体与外群体在道德特质方面存在相似之处时,这可能会消解内群体成员对外群体所持有的偏见与猜疑,有助于在两个群体之间搭建起共同的内群体身份认同。在这种共同内群体身份的构建过程中,内群体成员会转变对外群体的看法,不再将原外群体成员视为潜在的威胁来源,而是把他们纳入共同内群体的范畴,视为“自己人”。这种心理转变会引发内群体成员对外群体成员积极态度的产生,进而促使他们更愿意亲近外群体成员,在行为上表现出更多超越群体界限的普遍合作行为。

本研究具有一定的理论意义和实践价值。从理论层面来看,本研究丰富了群际关系和合作行为领域的研究成果。本研究通过实验法验证了共同内群体认同在道德信息对合作行为影响中的中介作用,为理解道德信息如何影响群际关系和合作行为提供了新的视角,进一步拓展了共同群体认同模型的应用范围。从实践层面来看,本研究对于增进群际合作、实现互惠共赢具有重要的实践价值。在组织管理、社区建设、国际合作等领域,通过传播积极道德信息,可以打破群体之间的隔阂和偏见,促进不同群体之间的相互理解和合作,从而推动整体利益的最大化。

此外,研究也存在一些不足:首先,本研究采用最简群体范式建立的群体身份并不能适用所有群体,研究中群体间关系的构建与现实仍有一定差异,未来可以通过在自然群体中开展实验来提高研究的生态效度。其次,本研究仅通过问卷测量了共同内群体认同,未来可以通过操纵共同内群体认同的方式进一步验证共同内群体认同在道德信息对合作行为影响中的中介作用。最后,本研究未充分考虑情境因素在道德信息与合作行为中的影响,而情境因素(如声誉关注)对个体的合作行为有重要的调节作用,未来研究可以纳入情境因素对道德信息与合作行为的关系的影响进行更加系统的探讨。

5. 结论

在嵌套社会困境中,积极道德信息能够促进普遍合作,减少强狭隘合作。与此同时,积极道德信息还可以通过增强共同内群体认同促进普遍合作。

基金项目

山东省大学生创新训练计划项目(S202310446036)。

参考文献

- 何宁,王紫玮,林嘉浩,李梦,游旭群(2025). 叙述性信息对狭隘合作行为的影响机制. *心理学报*, 57(4), 513-525.
- 王俊秀,周迎楠,裴福华(2021). 社会心理服务体系构建视角下铸牢中华民族共同体意识的路径——基于共同内群体认同理论. *民族学刊*, 12(5), 17-23, 108.
- 温芳芳,佐斌(2018). 最简群体范式的操作、心理机制及新应用. *心理科学*, 41(3), 713-719.
- 朱泓锦(2024). 嵌套社会困境中声誉类型和声誉效价对合作行为的影响. 硕士学位论文, 济宁: 曲阜师范大学.
- Aaldering, H., & Böhm, R. (2019). Parochial versus Universal Cooperation: Introducing a Novel Economic Game of Within- and Between-Group Interaction. *Social Psychological and Personality Science*, 11, 36-45. <https://doi.org/10.1177/1948550619841627>
- Aaldering, H., Ten Velden, F. S., van Kleef, G. A., & De Dreu, C. K. W. (2018). Parochial Cooperation in Nested Intergroup Dilemmas Is Reduced When It Harms Out-Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114, 909-923. <https://doi.org/10.1037/pspi0000125>
- Abbink, K., & Harris, D. (2019). In-Group Favouritism and Out-Group Discrimination in Naturally Occurring Groups. *PLOS ONE*, 14, e0221616. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221616>
- Abele, A. E., & Bruckmüller, S. (2011). The Bigger One of the “Big Two”? Preferential Processing of Communal Information.

- Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 935-948. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.03.028>
- Brambilla, M., & Leach, C. W. (2014). On the Importance of Being Moral: The Distinctive Role of Morality in Social Judgment. *Social Cognition*, 32, 397-408. <https://doi.org/10.1521/soco.2014.32.4.397>
- Brambilla, M., Hewstone, M., & Colucci, F. P. (2013a). Enhancing Moral Virtues: Increased Perceived Outgroup Morality as a Mediator of Intergroup Contact Effects. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16, 648-657. <https://doi.org/10.1177/1368430212471737>
- Brambilla, M., Rusconi, P., Sacchi, S., & Cherubini, P. (2011). Looking for Honesty: The Primary Role of Morality (vs. Sociability and Competence) in Information Gathering. *European Journal of Social Psychology*, 41, 135-143. <https://doi.org/10.1002/ejsp.744>
- Brambilla, M., Sacchi, S., Menegatti, M., & Moscatelli, S. (2016). Honesty and Dishonesty Don't Move Together: Trait Content Information Influences Behavioral Synchrony. *Journal of Nonverbal Behavior*, 40, 171-186. <https://doi.org/10.1007/s10919-016-0229-9>
- Brambilla, M., Sacchi, S., Pagliaro, S., & Ellemers, N. (2013b). Morality and Intergroup Relations: Threats to Safety and Group Image Predict the Desire to Interact with Outgroup and Ingroup Members. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49, 811-821. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.04.005>
- Brambilla, M., Sacchi, S., Rusconi, P., & Goodwin, G. P. (2021). The Primacy of Morality in Impression Development: Theory, Research, and Future Directions. *Advances in Experimental Social Psychology*, 64, 187-262. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2021.03.001>
- Brambilla, M., Sacchi, S., Rusconi, P., Cherubini, P., & Yzerbyt, V. Y. (2012). You Want to Give a Good Impression? Be Honest! Moral Traits Dominate Group Impression Formation. *British Journal of Social Psychology*, 51, 149-166. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2010.02011.x>
- Čehajić-Clancy, S., Janković, A., Opačin, N., & Bilewicz, M. (2023). The Process of Becoming 'We' in an Intergroup Conflict Context: How Enhancing Intergroup Moral Similarities Leads to Common-Ingroup Identity. *British Journal of Social Psychology*, 62, 1251-1270. <https://doi.org/10.1111/bjso.12632>
- Choshen-Hillel, S., Shaw, A., & Caruso, E. M. (2020). Lying to Appear Honest. *Journal of Experimental Psychology: General*, 149, 1719-1735. <https://doi.org/10.1037/xge0000737>
- Doosje, B., Ellemers, N., & Spears, R. (1995). Perceived Intragroup Variability as a Function of Group Status and Identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 410-436. <https://doi.org/10.1006/jesp.1995.1018>
- Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., Validzic, A., Matoka, K., Johnson, B., & Frazier, S. (1997). Extending the Benefits of Recategorization: Evaluations, Self-Disclosure, and Helping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, 401-420. <https://doi.org/10.1006/jesp.1997.1327>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A Flexible Statistical Power Analysis Program for the Social, Behavioral, and Biomedical Sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191. <https://doi.org/10.3758/bf03193146>
- Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. (2014). *Reducing Intergroup Bias: The Common Ingroup Identity Model*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315804576>
- Goodwin, G. P. (2015). Moral Character in Person Perception. *Current Directions in Psychological Science*, 24, 38-44. <https://doi.org/10.1177/0963721414550709>
- Goodwin, G. P., Piazza, J., & Rozin, P. (2014). Moral Character Predominates in Person Perception and Evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 106, 148-168. <https://doi.org/10.1037/a0034726>
- Hauke, N., & Abele, A. E. (2020). Two Faces of the Self: Actor-Self Perspective and Observer-Self Perspective Are Differentially Related to Agency versus Communion. *Self and Identity*, 19, 346-368. <https://doi.org/10.1080/15298868.2019.1584582>
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. The Guilford Press.
- Israel, S., Weisel, O., Ebstein, R. P., & Bornstein, G. (2012). Oxytocin, but Not Vasopressin, Increases Both Parochial and Universal Altruism. *Psychoneuroendocrinology*, 37, 1341-1344. <https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2012.02.001>
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L. W., Pennekamp, S. F., Doosje, B. et al. (2008). Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 144-165. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.144>
- Leidner, B., & Castano, E. (2012). Morality Shifting in the Context of Intergroup Violence. *European Journal of Social Psychology*, 42, 82-91. <https://doi.org/10.1002/ejsp.846>
- Munniksma, A., Verkuyten, M., Flache, A., Stark, T. H., & Veenstra, R. (2015). Friendships and Outgroup Attitudes among Ethnic Minority Youth: The Mediating Role of Ethnic and Host Society Identification. *International Journal of Intercultural*

- Relations*, 44, 88-99. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2014.12.002>
- Pagliaro, S., Ellemers, N., Barreto, M., & Di Cesare, C. (2016). Once Dishonest, Always Dishonest? The Impact of Perceived Pervasiveness of Moral Evaluations of the Self on Motivation to Restore a Moral Reputation. *Frontiers in Psychology*, 7, Article 586. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00586>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- SimanTov-Nachlieli, I., & Moran, S. (2022). The Primacy of Honest Reputations. *Current Opinion in Psychology*, 46, Article ID: 101398. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101398>
- Simon, J. C., & Gutsell, J. N. (2019). Effects of Minimal Grouping on Implicit Prejudice, Infrahumanization, and Neural Processing Despite Orthogonal Social Categorizations. *Group Processes & Intergroup Relations*, 23, 323-343. <https://doi.org/10.1177/1368430219837348>
- Tajfel, H. (1978). *Social Categorization, Social Identity and Social Comparison*. Academic Press.
- Tidwell, N. D., Eastwick, P. W., & Kim, A. (2017). She's Not One of Us: Group Membership Moderates the Effect of Fertility Cues on Attractiveness Ratings. *Social Psychological and Personality Science*, 8, 689-697. <https://doi.org/10.1177/1948550616676878>
- Wit, A. P., & Kerr, N. L. (2002). "Me versus Just Us versus Us All" Categorization and Cooperation in Nested Social Dilemmas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 616-637. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.3.616>
- Wojciszke, B. (2005). Morality and Competence in Person- and Self-Perception. *European Review of Social Psychology*, 16, 155-188. <https://doi.org/10.1080/10463280500229619>