



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2021.70004.1032

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

هنجاریابی، روایی و پایایی ابزار سنجش ارزش‌های اخلاقی (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)

علی مرادی (دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام‌آباد غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام‌آباد غرب، کرمانشاه، ایران، نویسنده مسئول)

moradi.pop@gmail.com

نجات محمدی‌فر (استادیار گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران)

n.mohammadifar@ardakan.ac.ir

چکیده

یکی از اهداف مطالعه‌شده اندیشمندان علوم انسانی و به‌خصوص علوم اجتماعی، ساخت و طراحی ابزارهای مناسب و معتبر برای سنجش مفاهیم و واژه‌های انتزاعی است. ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان مفهومی میان‌رشته‌ای مجموعه‌ای از قواعد و اصولی است که انسان آن را در زندگی به کار می‌برد. هدف این پژوهش، هنجاریابی، روایی و پایایی ابزار سنجش ارزش‌های اخلاقی است. روش مطالعه از لحاظ رویکرد، کمی، از نظر هدف، بنیادی، برمبنای راهبرد، توصیفی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی است. برای این منظور پس از مطالعه و بررسی ابزارهای موجود در دنیا (ابزارهای استاندارد) و همچنین تکمیل خلأهای این ابزارها (توسط محقق در فرایند انجام پژوهش)، به ابزاری جامع اقدام شد و از کل شهروندان بالای ۲۰ سال شهر کرمانشاه در سال ۱۳۹۹، ۴۴۰ نفر انتخاب شدند و داده‌های حاصل از این مطالعه به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای جمع‌آوری شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو نرم‌افزار SPSS و AMOS استفاده

مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۳۱-۱۶۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۷ تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۴/۲۱

گردید. ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۳۶، همبستگی بین نیمه‌های آزمون برابر با ۰/۵۵۴، ضریب گاتمن ۰/۷۰۹ و ضریب اسپیرمن-براون ۰/۷۰۳ و کل واریانس تبیین شده همه ابعاد روی هم رفته توسط تحلیل عاملی برابر با ۸۷/۷۲ است. نتایج مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد که شاخص CMIN/DF برابر با ۴/۵۸، برازش تطبیقی CFI برابر با ۰/۸۵، توکر لوئیس برابر با ۰/۸۰ و شاخص RMSEA برابر با ۰/۰۸ برازش مدل را تأیید می‌کنند. ابزار طراحی شده می‌تواند به‌عنوان مقیاسی پایا و روا مورد استفاده مؤسسه‌های پژوهشی و پژوهشگران قرار بگیرد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که روایی ابزار مورد استفاده با استفاده از روایی صوری و سازه‌ای تأیید شد. برای برآورد پایایی نتایج، آلفای کرونباخ، روش دونیمه‌کردن و اسپیرمن-براون، آن را تأیید کردند و درنهایت با توجه به اینکه برخی گویه‌های پرسشنامه‌های مورد مطالعه متناسب با فرهنگ بومی نبودند، سعی شد با استفاده از نظرات متخصصان و متناسب با وضعیت فرهنگی جامعه ایران، اصلاح و هنجاریابی شوند.

کلیدواژه‌ها: ارزش‌های اخلاقی، روایی، پایایی، هنجاریابی، ابزار اندازه‌گیری.

۱. مقدمه

اهمیت ارزش‌های اخلاقی در رابطه با زندگی اجتماعی و توضیح رفتار انسان‌ها از دیرباز مدنظر ادیان و اندیشمندان مختلف علوم اجتماعی قرار گرفته است. اخلاق معمولاً به ارزیابی رفتار انسان در زندگی روزمره اشاره دارد. گفته می‌شود شخصی اخلاقی است که رفتار او مطابق با ارزش‌ها و قواعدی باشد که در جامعه خاصی اعمال شده است و برعکس، اگر کسی رفتاری مطابق با ارزش‌ها و قواعد نداشته باشد، وی را انسانی غیراخلاقی می‌نامند (تحریر، دامایانتی و رویانی^۱، ۲۰۲۰، ص. ۱۸). از دیدگاه پارسونز و شیلز^۲، توصیف رفتار حتی در ابتدایی‌ترین سطح خود مستلزم شرح ارزش‌های اخلاقی است که توسط آن کنشگر

1. Tahrir, Damayanti & Royani
2. Parsons & Shils

سیر عمل خود را انتخاب می‌کند (پارسونز و شیلز، ۱۹۵۱). اخلاق از نظر بنتهام^۱، هنری برای به حداکثر رساندن خوشبختی (بنتهام، ۱۹۹۶) و از دیدگاه هازلیت^۲، فداکاری در راه خیر بیشتر و محافظت از زندگی اجتماعی بشر است (هازلیت، ۲۰۰۳). اخلاق مجموعه قواعد و اصولی است که آدمیان را در زندگی به کار آید (نهضتی، ۱۳۹۱، ص. ۲۶)؛ به عبارت دیگر، اخلاق رعایت اصول معنوی و ارزش‌های حاکم بر رفتار شخص یا گروه است؛ مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است (نجاری، ۱۳۹۲، ص. ۸). درباره تعریف ارزش‌های اخلاقی اتفاق نظری وجود ندارد، اما آن‌ها اغلب به اصول انتزاعی و اعتقادات و باورهای عمومی اشاره دارند که در صورت خوب بودن برای جامعه، باید حمایت شوند (طائبی و کاداک^۳، ۲۰۱۰، ص. ۱۳۴۳). ارزش‌های اخلاقی حقایقی را درباره نحوه احساس و تفکر درباره انواع خاصی از رفتارهای اجتماعی منعکس می‌کنند (چرچلند^۴، ۲۰۱۵، ص. ۹۷)؛ به عبارت دیگر، ارزش‌های اخلاقی باورها، اعتقادات و عادات رفتاری هستند که رفتار یک فرد یا یک گروه را با توجه به اینکه چه چیز درست و چه چیز نادرست است، هدایت می‌کند و در بین اعضای یک جامعه مشترک است (اپریلندی و اسمیاتی^۵، ۲۰۲۰، ص. ۹۶)؛ بنابراین از توضیحات مذکور می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌های اخلاقی محرک رفتارهای خوب یا بد انسانی هستند که شامل ارزش‌های حقیقی حاکم بر زندگی اجتماعی بوده و عاملی مهم در تقویت رفتارهای نوع‌دوستانه مردم هستند که می‌توانند شهروندان را در مسیر کمال و اهداف والای یک نظام اخلاقی هدایت کنند.

درحالی‌که مشخص کردن پیوند بین ارزش‌ها و رفتار به وضوح یک هدف مطلوب است، بسیاری از محققان، در اشتیاق خود در تمرکز بر رفتار، توجه کافی به مفهوم‌سازی ارزش‌های

-
1. Bentham
 2. Hazlitt
 3. Taebi & Kadak
 4. Churchland
 5. Aprilyandi & Ismiyati

اخلاقی و روش‌های مناسب برای سنجش آن‌ها نداشته‌اند (پیتل و مندلسون^۱، ۱۹۶۶، ص. ۲۲). هم تجربه و هم ادبیات تحقیق به پیچیدگی رابطه ارزش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی اشاره دارند. از آنجاکه مدل‌های ساده قادر به تحلیل این رابطه نبودند، تکنیک‌های ارزیابی و سنجش آن مدام در حال تکثیر است؛ ظاهراً با این امید که شاید ابزاری بتواند ارزش‌های اخلاقی را به‌خوبی بسنجد.

بررسی تاریخ ادبیات مربوط به تلاش‌ها برای ارزیابی ارزش‌های اخلاقی به این نتیجه منجر شد که ابزارهای موجود ضعف‌هایی دارند که باعث می‌شود کاربرد آن‌ها به تحقیقات روان‌شناختی محدود شود. مهم‌ترین این نقاط ضعف عبارت‌اند از: (۱) مفروضات سؤال‌برانگیز درباره رابطه ارزش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی، (۲) تمرکز بر مفاهیم انتزاعی اخلاقی به جای رفتار اخلاقی در زمینه‌های واقع‌گرایانه، (۳) اتکا به روش‌های نمره‌گذاری ذهنی و استنباطی و (۴) مقیاس‌سازی‌های ناکافی و ناقص (پیتل و مندلسون، ۱۹۶۶، ص. ۲۲). همچنین با توجه به اینکه ارزش‌های اخلاقی ممکن است بسته به فرهنگ، علوم، آموزش، سوابق اجتماعی، زمینه خاص شکل‌گیری نگرش و قانون‌گذاری بین افراد متفاوت باشد (کربس و دنتون^۲، ۲۰۰۵؛ فریزر^۳، ۱۹۹۹؛ کوهن^۴، ۲۰۱۰) این مسئله می‌تواند به شرایطی منجر شود که افراد با مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی بتوانند نگرش‌های متفاوتی ایجاد کنند که سنجش ارزش‌های اخلاقی را دشوار کند (برگسترا، گریمن و استاسن^۵، ۲۰۱۵، ۳۷۸).

از آنجاکه در کشور ما ابزارهای معتبر و کافی برای سنجش ارزش‌های اخلاقی وجود ندارد، پرسشنامه‌های معتبری که در کشورهای مختلف استفاده شده است، مدنظر قرار گرفت تا با ترکیب و امتزاج آن‌ها یک ابزار جامع‌تر طراحی شود تا ضمن هنجاریابی، روایی و پایایی آن‌ها نیز مجدداً بررسی شود؛ چراکه هنجاریابی این پرسش‌نامه‌ها می‌تواند علاوه‌بر

-
1. Pittel & Mendelsohn
 2. Krebs & Denton
 3. Fraser
 4. Cohen
 5. Bergstra, Gremmen & Stassen

روشن‌تر کردن ابعاد بیشتر ارزش‌های اخلاقی، ابزاری را در اختیار پژوهشگران و متخصصان قرار دهد تا به واسطه آن به درک بهتری در این زمینه دست یابند؛ به همین دلیل هدف اصلی این پژوهش، هنجاریابی، روایی و پایایی ابزار سنجش ارزش‌های اخلاقی است. اهداف جزئی به شرح زیر بیان می‌شود: (۱) تعیین تفاوت میانگین‌ها در ابعاد مختلف ارزش‌های اخلاقی، (۲) تعیین پایایی^۱ ابزار خودتشخیصی ارزش‌های اخلاقی و (۳) تعیین روایی^۲ ابزار خودتشخیصی ارزش‌های اخلاقی.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. رویکرد عدالتی کلبرگ

کلبرگ^۳ (۱۹۸۱) بر این باور بود که رشد اخلاقی بر ساس توانایی‌های شناختی شکل می‌گیرد. همچنین اخلاق را با مفهوم عدالت تبیین می‌کرد و معتقد بود قضاوت‌های اخلاقی افراد با برداشت‌های متفاوتی از این مفهوم همراه است. مهم‌ترین ابعاد نظریه کلبرگ عبارت‌اند از: (۱) اخلاق، مفهومی مطلق در وجود بشر نیست؛ بلکه ابناء بشر از سطوح متفاوت رشد اخلاقی برخوردارند (موضع خاکستری میان اخلاق مطلق و نسبی)؛ (۲) رشد اخلاقی دارای مراحل است و این مراحل دارای تقدم و تأخر است؛ بنابراین می‌توان نگاهی فرایندی به آن داشت که حاصل این نگاه در گام اول اخلاق را تربیتی، تحلیلی و دارای ابعاد مشخصی می‌کند؛ (۳) رشد اخلاقی با نوع قضاوت افراد قابل اندازه‌گیری و تحلیل است؛ بنابراین در بیانی تقلیل‌یافته نشانه‌های اخلاقی همانا نشانه‌های قضاوت افراد و شرح و تعریفی است که از عدالت دارند؛ (۴) مراحل رشد اخلاقی در میان افراد گوناگون همگون و ثابت است؛ یعنی فرایند رشد اخلاقی در افراد متفاوت یکی است و تنها تفاوت قضاوت افراد، در جایگاه ایشان در مراحل رشدی است (عصاره، مهدیزاده تهرانی، امینی زرین و

1. Reliability
2. Validity
3. Kohlberg

عظیمی، ۱۳۹۷، ص. ۹۵). به طور کلی، کلب‌رگ با پیوند عدالت و اخلاق، اخلاق را مفهومی نسبی، فرایندی و دارای رشد تدریجی و متأثر از قضاوت افراد مختلف بر مبنای تعریف و تفسیر خود از عدالت می‌داند.

۲.۲. رویکرد تکثری هایت و گراهام

نظریه بنیادهای اخلاقی هایت و گراهام^۱ شهادهای اخلاقی مردم جهان از فرهنگ‌های متنوع را بر پنج نوع اساسی مراقبت/آسیب، انصاف/تقلب، وفاداری/خیانت، اطاعت/براندازی و تقدس/تنزل دانسته و آنها را بنیادهای اخلاق شمرده است. براساس این نظریه، نوع بشر با آمادگی برای یادگیری باورهای اخلاقی و تبعیت از قوانین مبتنی بر این پنج بنیاد متولد می‌شود و بسته به (خرده) فرهنگی که فرد در آن رشد می‌کند، برخی بنیادها کاملاً بالیده می‌شوند؛ درحالی‌که برخی دیگر تقریباً نهفته باقی می‌مانند و به این ترتیب، نیم‌رخ اخلاقی خاص هر فرد یا گروه که بیانگر حساسیت‌ها یا ملاک‌های آنها برای ارزیابی درست/غلط یا خوب/بد است بر بنیان این پنج بنیاد شکل می‌گیرد (گراهام و هایت، ۲۰۰۷، صص. ۱۰۵-۱۰۰). براساس این نظریه، ویژگی‌های فرهنگی و محیطی هر جامعه می‌تواند زمینه را برای پذیرش قواعد اخلاقی توسط افراد بر مبنای بنیادهای اخلاقی ذکرشده فراهم کند. اگر شرایط محیطی و فرهنگی با این بنیادهای اخلاقی سازگار باشد، آنها تقویت شده و در غیر این صورت تضعیف می‌شوند. براساس این نظریه می‌توان چنین استنباط کرد که با توجه به حاکم‌بودن ارزش‌های دینی بر جامعه ما، افراد جامعه بیشتر مستعد پذیرش و تقویت این بنیادهای اخلاقی هستند.

۳.۲. رویکرد اسلام

اهمیت اخلاق در دین مبین اسلام به حدی است که رسول مکرم اسلام (ص)، دین‌دارترین افراد را خوش‌اخلاق‌ترین آنها می‌داند و درجایی دیگر می‌فرماید که اخلاق بهترین چیزی است که خداوند به بنده‌اش عطا کرده است (تحف‌العقول، ۱۳۸۵، ص. ۷۵). امام علی (ع)

1. Haidt & Graham

می‌فرماید: شش چیز است که اخلاق افراد در آن آزمایش می‌شود: خشنودی، خشم، امنیت، ترس، منع و رغبت؛ یعنی در این شش چیز هرکس از حد اعتدال و میانه خارج نشود، نیکو است و گرنه اخلاق او مدموم است (غررالحکم، ۱۳۸۴، ص. ۳۳۳). عناصر اخلاق حسنه چهار فضیلت (حکمت، عفت، شجاعت و عدالت) است که هریک از آنها از تهذیب و پاکی یکی از قوای چهارگانه حاصل می‌شود؛ پس حقیقت هر صفت نیکی منشعب از این فضائل است (نراقی، ۱۳۸۶، ص. ۵۰). پیامبر اکرم (ص) به‌عنوان نماینده خدا بر زمین نقش مهمی در ترویج ارزش‌های اخلاقی داشتند؛ بنابراین می‌توان مهم‌ترین مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی را در رفتار و کردار پیامبر اکرم (ص) مشاهده کرد که در دین مبین اسلام بر آنها تأکید زیادی شده است. این ارزش‌ها عبارت‌اند از: خوش‌اخلاقی، خیرخواهی، مردم‌داری، رعایت حقوق مردم، وفای به عهد، امانت‌داری، راست‌گویی، بخشش، سپاس‌گزاری، مهمان‌نوازی، خشنود کردن مردم، گذشت و خطاپوشی، فروخوردن خشم، پرهیز از رهبانیت، بی‌تکلفی، مسئولیت‌پذیری، کار و تلاش، عیادت بیمار، صبر و بردباری، تواضع و خاکساری، اجرای عدالت اجتماعی، اهتمام به امور مستضعفان و محرومان (نصیری، ۱۳۸۶). از دهه ۱۹۵۰ تاکنون تلاش‌های زیادی برای سنجش ارزش‌های اخلاقی شده است و هرکدام از محققان به ابعادی از این متغیر اشاره کرده‌اند که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها پرداخته می‌شود.

۲. ۴. مقیاس مسئولیت اخلاقی شوارتز (۱۹۶۸) و بلک (۲۰۱۲)

این مقیاس مشتمل بر یک پرسشنامه ۲۸ گویه‌ای است که بر طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شده است (شوارتز^۱، ۱۹۶۸). هریک از عبارات این مقیاس، نگرش یا عقایدی است که برخی از افراد دارند. بلک^۲، مسئولیت اخلاقی را از دیدگاه فرد در نظر می‌گیرد. از دیدگاه وی سه شرط برای نگه‌داشتن احساس مسئولیت اخلاقی افراد لازم است: آنها باید بتوانند آزادانه اقدامات خود را انجام دهند و عواقب اخلاقی اعمال خود را درک کنند و عمل

1. Schwartz
2. Black

انتخاب شده باید با این عواقب رابطه علی داشته باشد. از دیدگاه فرد، اگر هریک از این سه شرط وجود نداشته باشد، انگیزه کمتری برای عمل به روش اخلاقی وجود دارد (بلک، ۲۰۱۲، ص. ۳۳). بلک سه خرده‌مقیاس را برای به دست آوردن نمره کلی مسئولیت اخلاقی در نظر گرفته است: الف) عاملیت اخلاقی: از دیدگاه بلک، این خرده‌مقیاس، عملکرد اخلاقی یا اعتقاد به توانایی فرد در انتخاب آزادانه اعمال اخلاقی و اجرای مؤثر آن‌ها را ارزیابی می‌کند، ب) شناخت اخلاقی: از دیدگاه بلک این خرده‌مقیاس، شناخت اخلاقی را با میزان احساس پاسخگویان با نتایج اقدامات‌شان ارزیابی می‌کند، ج) پیامدهای اخلاقی: از دیدگاه بلک، خرده‌مقیاس سوم به نحوه درک پاسخگویان از پیامدهای اخلاقی می‌پردازد. قبل از اینکه افراد مسئولیت اعمال خود را به عهده بگیرند، باید بدانند که این اعمال تا چه اندازه می‌تواند بر بهزیستی دیگران تأثیر بگذارد.

۲.۵. مقیاس هویت اخلاقی آکینو و رید (۲۰۰۲)، بلک (۲۰۱۲) و بلک و رینولدز (۲۰۱۶)

آکینو و رید هویت اخلاقی را به صورت یک خودپنداره تعریف کردند که حول مجموعه‌ای از ویژگی‌های اخلاقی مختلف مانند عدالت، دلسوزی، مهربانی، تعهد و غیره سازمان یافته است و برای آن دو بُعد درونی‌سازی و نمادسازی در نظر گرفتند. بُعد درونی‌سازی، وجه خصوصی و فردی هویت اخلاقی است که به میزان عمق و نفوذ اصول اخلاقی در خودپنداره‌ی فرد اشاره دارد. بُعد نمادسازی معطوف به وجه عمومی و اجتماعی هویت اخلاقی است که به صورت بازتاب اصول و ویژگی‌های اخلاقی در جهان اجتماعی و در دیگران در قالب رفتار تعریف شده است (آکینو و رید، ۲۰۰۲). مقیاس هویت اخلاقی بلک و رینولدز دارای دو زیرمقیاس است: الف) تمامیت اخلاقی: از دیدگاه بلک و رینولدز، خرده‌مقیاس تمامیت، تمایل به ایجاد نیت و رفتار سازگار با آن را اندازه‌گیری می‌کند و اینکه برای فرد پاسخ‌گو چقدر مهم است که دیگران نیز مطابق با اصول بیان‌شده خود رفتار کنند.

از جمله مقیاس‌های دیگر برای سنجش ارزش‌های اخلاقی، مقیاس تمامیت اخلاقی شلنجر^۱ است. این مقیاس مشتمل بر یک پرسشنامه ۱۸ گویه‌ای است که روی طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شده است (شلنجر، ۲۰۰۸، ص. ۱۰۸۵)؛ ب) خودِ اخلاقی: احساس خودِ اخلاقی نیروی محرک اصلی برای رفتار اخلاقی است. خودِ اخلاقی و تمامیت به هویت اخلاقی فرد کمک می‌کند که پایه و اساس قضاوت‌های مسئولیت اخلاقی باشد (بلک و رینولدز^۲، ۲۰۱۶، ص. ۷).

۶.۲. مقیاس بی‌تفاوتی اخلاقی (بی‌اشتیاقی اخلاقی) باندورا و همکاران (۱۹۹۶)

در مطالعه باندورا، باربارانلی، کاپرارا و پاستورلی^۳ (۱۹۹۶)، ساختار و تأثیر بی‌تفاوتی اخلاقی بر رفتارهای مخرب و فرایندهای روانی که از طریق آن اثرات خود را اعمال می‌کند، بررسی شده است. مقیاس بی‌تفاوتی اخلاقی باندورا و همکاران هشت مکانیسم دارد که برای ارزیابی استعداد فرد برای بی‌تفاوتی اخلاقی طراحی شده است هرکدام از این مکانیسم‌ها با چهار گویه سنجش شده‌اند و آلفای کرونباخ این پرسشنامه ۰/۸۲ گزارش شده است (باندورا و همکاران، ۱۹۹۶، ص. ۳۶۹). ضریب اعتبار این پرسشنامه در پژوهش احمدی، یاقوتی و فلاحی (۱۳۹۶) به ترتیب ۰/۷۶ برای توجیه اخلاقی، ۰/۷۶ برای زبان مدبرانه، ۰/۸۰ برای مقایسه سودمند، ۰/۷۷ برای جابه‌جایی مسئولیت، ۰/۷۶ برای پخش مسئولیت، ۰/۷۹ برای تحریف پیامدها، ۰/۷۵ اسناد دادن سرزنش، ۰/۷۹ برای غیرانسانی کردن و برای نمره کل بی‌اشتیاقی اخلاقی ۰/۹۰ به دست آمد.

-
1. Schlenker
 2. Reynolds
 3. Bandura, Barbaranelli, Caprara & Pastorelli

۲.۷. مقیاس شخصیت ماکیاولیستی (بی توجهی به اخلاقیات یا فقدان اخلاقیات) دالینگ و همکاران (۲۰۰۹)

ماکیاولیسم به عنوان تمایل فرد به بی اعتمادی به دیگران، مشارکت در انجام کار غیراخلاقی، میل به کنترل دیگران و پیگیری منافع شخصی مفهوم سازی شده است (دالینگ، ویتاکر و لوی^۱، ۲۰۰۹، ص. ۲۰۱۹). خرده مقیاس بی توجهی به اخلاقیات که به مقیاس شخصیت ماکیاولیستی دالینگ و همکاران معروف است، مشتمل بر چهار خرده مقیاس عمل غیراخلاقی، تمایل به کنترل، کسب موقعیت (جاه و مقام) و بی اعتمادی به دیگران است (دالینگ و همکاران، ۲۰۰۹، ص. ۲۲۹). دالینگ و همکاران ابتدا ۴۵ گویه برای مقیاس شخصیت ماکیاولیستی در نظر گرفتند، اما بعد از اعتباریابی خیلی از گویه ها را به دلیل پایایی کم حذف کردند و در نهایت ۱۶ گویه را برای مقیاس خود در نظر گرفتند.

۲.۸. مقیاس صلاحیت (شایستگی) اخلاقی آساهارا و همکاران (۲۰۱۵)

آساهارا، کوبایاشی و اونی^۲ صلاحیت اخلاقی را توانایی یا ظرفیت افراد در درک و تشخیص موقعیت های اخلاقی، قضاوت درباره رفتار و عمل به شیوه هایی که بیشترین خیر را برای افراد به همراه داشته باشد، تعریف کردند (آساهارا و همکاران، ۲۰۱۵، ص. ۲۰). آن ها پنج مؤلفه نظری از صلاحیت اخلاقی را مشخص کردند: (۱) حساسیت اخلاقی، (۲) داوری اخلاقی؛ (۳) انگیزه اخلاقی (۴) شخصیت اخلاقی و (۵) اجرای تصمیم اخلاقی. آن ها با استفاده از تحلیل عاملی مقیاس صلاحیت اخلاقی را در سه بُعد سنجیدند: (۱) قضاوت براساس ارزش های اعضای جامعه، (۲) اراده قوی در مواجهه با وضعیت های دشوار و (۳) همکاری با افراد یا سازمان های مربوط.

1. Dahling, Whitaker & Levy
2. Asahara, Kobayashi & Ono

۹.۲. مقیاس کمال‌گرایی اخلاقی یانگ و همکاران (۲۰۱۵)

کمال‌گرایی اخلاقی مبحث مهمی در فلسفه است که معمولاً با جست‌وجوی معیارهای اخلاقی بالا و تلاش برای دستیابی به یک زندگی واقعاً معنی‌دار در ارتباط است (یانگ، استویر و وانگ^۱، ۲۰۱۵، ص. ۲۲۹). یانگ و همکاران (۲۰۱۵) مقیاسی برای سنجش کمال‌گرایی اخلاقی ارائه دادند که شامل شش خرده‌مقیاس کمال‌گرایی، ارزش‌های اخلاقی، فضائل اخلاقی، بخشش، سپاسگزاری و داوری رفتار نادرست می‌شود. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که کمال‌گرایی اخلاقی یک ویژگی شخصیتی است که ممکن است به تبیین تفاوت‌های فردی در ارزش‌ها، فضایل و قضاوت اخلاقی کمک کند.

۱۰.۲. مقیاس اصول اخلاقی سیدی و خدادادیان (۱۳۹۳)

پرسشنامه اصول اخلاقی سیدی و خدادادیان از ۱۵ گویه با مقدار آلفای برابر با ۰/۷۸ تشکیل شده است که اخلاقیات را در پنج بُعد صداقت (۰/۷۲)، کرامت انسانی (۰/۷۲)، توجه به سلامتی و بهداشت (۰/۷۲)، رقابت سالم اقتصادی (۰/۷۶) و شفافیت اطلاعات تبلیغات (۰/۷۱) سنجیده است. این پرسشنامه با تمرکز بر اصول اخلاقی در سازمان‌ها طراحی شده است و از طرفی برای سنجش هریک از ابعاد آن از حداقل گویه استفاده شده است.

جدول ۱- خلاصه ابزارهای سنجش ارزش‌های اخلاقی رایج در دنیا

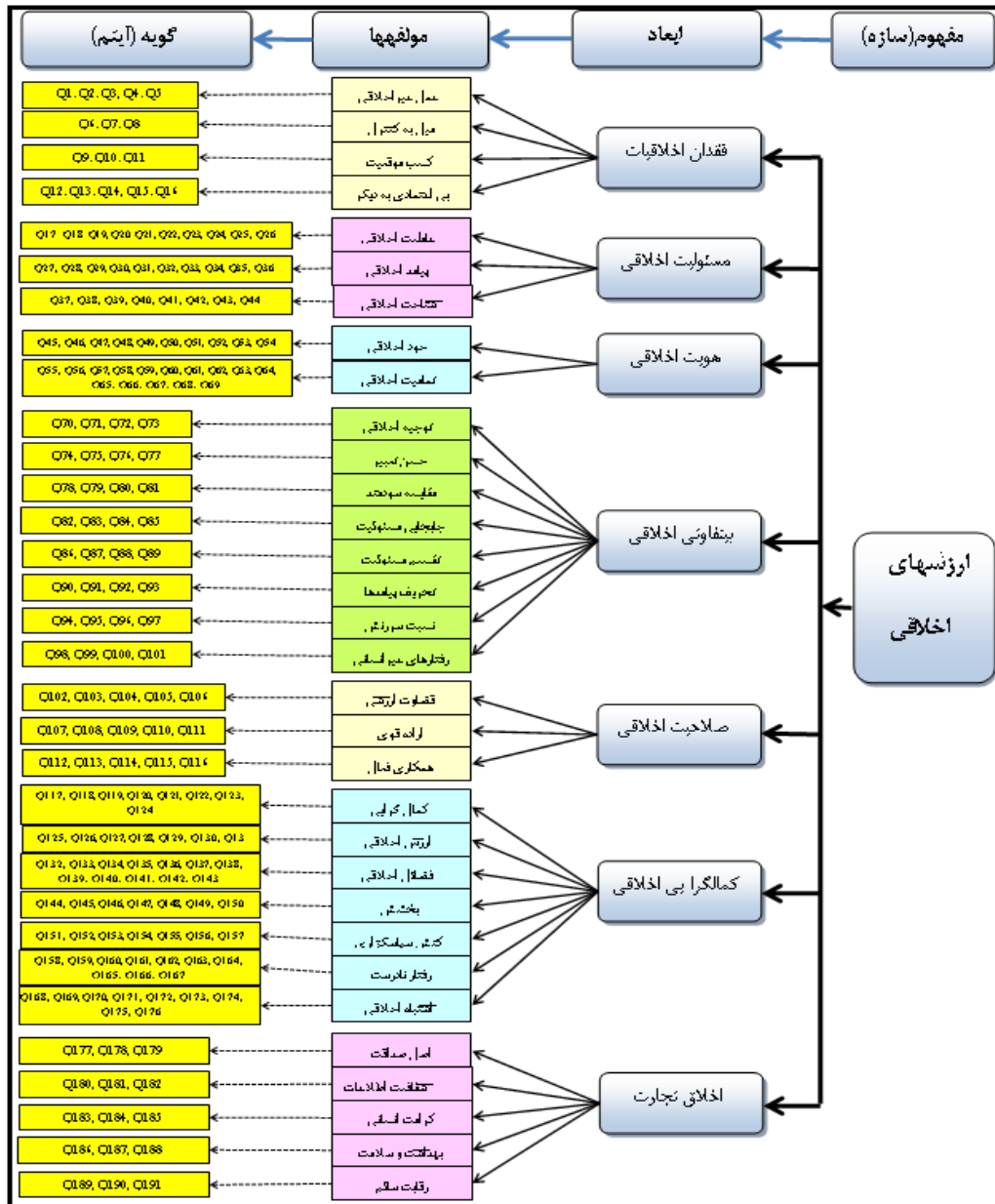
مأخذ: نگارندگان (مستخرج از ادبیات نظری)

مقیاس	خرده‌مقیاس با ذکر منبع	تعداد گویه	آلفای خرده‌مقیاس	آلفای کل
مسئولیت اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲)	عاملیت اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲)	۱۴	۰/۷۷	۰/۸۶
	پیامدهای اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲)	۱۱	۰/۸۷	
	شناخت اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲)	۸	۰/۷۳	
هویت اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲)	خودِ اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲؛ بلک و رینولدز، ۲۰۱۶)	۱۰	۰/۸۳	۰/۹۰
	تمامیت اخلاقی (بلک، ۲۰۱۲؛ بلک و رینولدز، ۲۰۱۶)	۱۵	۰/۸۷	

مقیاس	خرده‌مقیاس با ذکر منبع	تعداد گویه	آلفای خرده‌مقیاس	آلفای کل
	(۲۰۱۶)			
تمامیت اخلاقی	تمامیت اخلاقی (شلنگر، ۲۰۰۸)	۲۲	_____	۰/۸۵
مسئولیت اخلاقی	(شوارتز، ۱۹۶۸)	۲۸	_____	_____
بی تفاوتی اخلاقی (بی اشتیاقی اخلاقی) (باندورا و همکاران، ۱۹۹۶)	توجیه اخلاقی	۴	_____	۰/۹۲
	حسن تعبیر	۴	_____	
	مقایسه سودمند	۴	_____	
	جابه‌جایی مسئولیت	۴	_____	
	تقسیم مسئولیت	۴	_____	
	تحریف پیامدها	۴	_____	
	نسبت دادن سرزنش	۴	_____	
رفتارهای غیرانسانی	۴	_____		
هویت اخلاقی (آکینو و رید، ۲۰۰۲)	نمادسازی	۵	۰/۷۸	۰/۸۲
	درونی سازی	۵	۰/۶۹	
شخصیت ماکیاولیستی (فقدان اخلاقیات) (دالینگ و همکاران، ۲۰۰۹)	عمل غیراخلاقی	۵	۰/۸۳	۰/۸۲
	میل به کنترل	۳	۰/۷۰	
	کسب موقعیت	۳	۰/۷۲	
	بی‌اعتمادی به دیگران	۵	۰/۷۵	
صلاحیت اخلاقی (آساهارا و همکاران، ۲۰۱۵)	قضاوت براساس ارزش‌های اعضای جامعه	۵	۰/۸۹	بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۱
	اراده قوی برای مواجه شدن با شرایط دشوار	۵	۰/۹۱	
	همکاری با افراد/سازمان‌های ذی‌ربط	۵	۰/۸۵	
کمال‌گرایی اخلاقی (یانگ و همکاران، ۲۰۱۵)	کمال‌گرایی	۱۲	۰/۸۵	بین ۰/۸۰ تا ۰/۹۴
	ارزش‌های اخلاقی	۱۵	۰/۹۴	
	فضائل اخلاقی	۹	۰/۹۵	
	بخشش	۵	۰/۸۵	
	سپاسگزاری	۵	۰/۸۱	
	ارزشیابی رفتار نادرست	۱۸	۰/۶۹	

مقیاس	خرده‌مقیاس با ذکر منبع	تعداد گویه	آلفای خرده‌مقیاس	آلفای کل
اصول اخلاقی (سیدی و خدادادیان، ۱۳۹۳)	صداقت	۳	۰/۷۲	۰/۷۸
	کرامت انسانی	۳	۰/۷۲	
	توجه به سلامتی و بهداشت	۳	۰/۷۲	
	رقابت سالم اقتصادی	۳	۰/۷۶	
	شفافیت اطلاعات تبلیغات	۳	۰/۷۱	

نتایج حاصل از مقیاس‌های صورت گرفته درباره ابعاد مختلف ارزش‌های اخلاقی پیچیدگی و پراکندگی ابعاد خاص آن را نشان می‌دهد. این مقیاس‌ها هرکدام تنها بُعد یا ابعدی از ارزش‌های اخلاقی را بررسی کرده‌اند؛ بنابراین نیاز به ابزار سنجشی که بتواند اجزای مختلف ارزش‌های اخلاقی را در بر گیرد، آشکار است. ابزارهای روان‌سنجی کنونی از نبود بازنمایی دامنه رنج می‌برند و صحت ادعاهای آن‌ها برای اندازه‌گیری حتی جنبه‌های محدود از حوزه اخلاقی نیز جای سؤال دارد. فرایندهای متمایزی که در تصمیم‌گیری اخلاقی نقش دارند پیچیده و متغیر هستند و نشانگر مناسب بودن یک مدل ساختاری است؛ با این حال، یک مدل خوب بدون اندازه‌گیری معتبر عوامل جداگانه آن امکان‌پذیر نیست. در حال حاضر، مدل‌ها و تئوری‌های ارائه شده درباره ارزش‌های اخلاقی مبتنی بر آمیخته‌ای از ابزارهای مختلف روان‌سنجی، نتایج تجربی و رفتارهای گزارش شده توسط خود و دیگران در جوامع غربی است. پژوهش حاضر ادعای ساخت ابزار جدیدی برای اندازه‌گیری ارزش‌های اخلاقی ندارد؛ بلکه با ترکیب ابزارهای قبلی که هرکدام براساس بنیان‌های نظری یا برای اهداف متفاوتی توسعه یافته‌اند، تلاش دارد ضمن هنجاریابی، روایی و پایایی مقیاس‌های موجود در دنیا، از منظر اسلام نیز که هسته اصلی آن اصول و ارزش‌های اخلاقی است، بتواند زمینه را برای مقیاسی جامع‌تر و کامل‌تر برای سنجش ارزش‌های اخلاقی برای سایر جوامع، سازمان‌ها و محققان فراهم کند. مدل مفهومی زیر درصدد است تا این مهم را ارائه دهد.



شکل ۱- مدل مفهومی مستخرج بر اساس نردبان انتزاع

۳. روش تحقیق

روش استفاده‌شده در این مطالعه، پیمایش و مصاحبه با صاحب‌نظران است. از آنجاکه هدف اصلی این مطالعه، ابزارسنجی پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی است، لازم بود در ابتدا پرسشنامه‌ها و مقیاس‌های مختلف در این زمینه بررسی شود و با تلفیق و هنجاریابی پرسشنامه‌های موجود در جهان، اقدام به تدوین و طراحی یک مقیاس جامع و کامل شود. برای این منظور، پس از طراحی پرسشنامه موجود، در اختیار چهار نفر از متخصصان و صاحب‌نظران فن^۱ قرار گرفت. کل عبارات پرسشنامه بر مبنای طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از نمره یک به منزله «کاملاً مخالف» تا نمره پنج به منزله «کاملاً موافق»، نمره‌گذاری شده است. جامعه آماری برای گردآوری داده‌ها، افراد بیشتر از ۲۰ سال شهر کرمانشاه است. براساس نرم‌افزار SPSS Sample Power اقدام به تعیین حجم نمونه شد. با توجه به اینکه در مطالعه حاضر یک سازه کمی به نام ارزش‌های اخلاقی وجود دارد، از پارامتر میانگین یک متغیر کمی، اقدام به برآورد حجم نمونه شده است. با پیش‌فرض‌های مربوط به نمونه‌گیری احتمالی (سطح اطمینان، توان آزمون، حجم اثر و انحراف معیار) و با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power حجم نمونه آماری برای آلفاهای ۰/۰۱ برابر با ۴۴۰ نفر، برای آلفای ۰/۰۳ برابر با ۳۴۰ نفر و برای آلفای ۰/۰۵ برابر با ۳۰۰ نفر به دست آمد. در این مطالعه با توجه به اینکه سنجش و اندازه‌گیری ابزار ارزش‌های اخلاقی حساسیت زیادی دارد، حجم نمونه به دست آمده در این مطالعه با پیش‌فرض ۰/۰۱ برای آلفا، ۰/۸۰ برای توان و انحراف معیار ۲/۵ با تعداد ۴۴۰ نفر مدنظر است.

۱. پس از بررسی و مطالعه ابزارهای رایج و طراحی‌شده در جاهای دیگر و قبل از طراحی پرسشنامه اصلی، چهار نسخه از آن به صورت الکترونیکی در اختیار چهار نفر از اساتید متخصص و اهل فن (در رشته‌های فلسفه، جامعه‌شناسی، الهیات و علوم تربیتی) که در حوزه پژوهش حاضر (دو استادیار و دو دانشیار) بودند، قرار گرفت. پس از بررسی و اعمال نظر به‌وسیله آن‌ها، بعضی از گویه‌ها که متناسب با فرهنگ بومی نبودند، حذف شدند و برخی از آن‌ها تغییر کردند و اصلاح شدند و در نهایت برخی که با هم همپوشانی داشتند، ادغام شدند.

۳. ۱. روایی^۱: در پژوهش حاضر برای به دست آوردن روایی ابزار پژوهش، روایی صوری و روایی سازه‌ای با استفاده از تحلیل عاملی به کار رفت.

۳. ۲. پایایی^۲ ابزار پژوهش: در پژوهش حاضر برای به دست آوردن پایایی ابزار پژوهش از تکنیک آلفای کرونباخ و دونیمه‌ای کردن استفاده شد.

۳.۳. ابزار استفاده‌شده در مطالعه حاضر

پس از بررسی ابزارهای مختلف برای سنجش ارزش‌های اخلاقی و با در نظر گرفتن روایی و پایایی آن‌ها و همچنین هنجاریابی آن‌ها برای جامعه مطالعه‌شده، در این پژوهش از ابزاری ترکیبی استفاده شد که در مقایسه با سایر ابزارهای موجود جامع‌تر است و روایی و پایایی مناسب دارد. در مطالعه حاضر سازه ارزش‌های اخلاقی در قالب نردبان انتزاع به صورت شکل ۱ و در جدول ۲ عملیاتی شده است.

جدول ۲- عملیاتی کردن ابزار ارزش‌های اخلاقی در مطالعه حاضر

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها/خرده‌ابعاد	تعداد گویه	شماره گویه	کل گویه
ارزش‌های اخلاقی	فقدان اخلاقیات	عمل غیراخلاقی	۵	۵-۱	۱۶ گویه
		میل به کنترل	۳	۸-۶	
		کسب موقعیت	۳	۱۱-۹	
		بی‌اعتمادی به دیگران	۵	۱۶-۱۲	
	مسئولیت اخلاقی	عاملیت اخلاقی	۱۰	۲۶-۱۷	۲۸ گویه
		پیامدهای اخلاقی	۱۰	۳۶-۲۷	
		شناخت اخلاقی	۸	۴۴-۳۷	
	هویت اخلاقی	خود اخلاقی	۱۰	۵۴-۴۵	۲۵ گویه
		تمامیت اخلاقی	۱۵	۶۹-۵۵	
	بی‌تفاوتی اخلاقی	توجه اخلاقی	۴	۷۳-۷۰	۳۲ گویه
حسن تعبیر		۴	۷۷-۷۴		

1. Validity
2. Reliability

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها/خرده‌ابعاد	تعداد گویه	شماره گویه	کل گویه
	(بی‌اشتیاقی اخلاقی)	مقایسه سودمند	۴	۸۱-۷۸	
		جابه‌جایی مسئولیت	۴	۸۵-۸۲	
		تقسیم مسئولیت	۴	۸۹-۸۶	
		تحریف پیامدها	۴	۹۳-۹۰	
		نسبت‌دادن سرزنش	۴	۹۷-۹۴	
		رفتارهای غیرانسانی	۴	۱۰۱-۹۸	
	صلاحیت (شایستگی) اخلاقی	قضاوت براساس ارزش‌های اعضای جامعه	۵	۱۰۶-۱۰۲	۱۵ گویه
		اراده قوی برای مواجه‌شدن با شرایط دشوار	۵	۱۱۱-۱۰۷	
		همکاری با افراد/سازمان‌های ذی‌ربط	۵	۱۱۶-۱۱۲	
	کمال‌گرایی اخلاقی	کمال‌گرایی	۸	۱۲۴-۱۱۷	۶۰ گویه
		ارزش‌های اخلاقی	۷	۱۳۱-۱۲۵	
		فضائل اخلاقی	۱۲	۱۴۳-۱۳۲	
		بخشش	۷	۱۵۰-۱۴۴	
		سپاسگزاری	۷	۱۵۷-۱۵۱	
		ارزشیابی رفتار نادرست	۱۰	۱۶۷-۱۵۸	
		نگرانی از اشتباهات اخلاقی	۹	۱۷۶-۱۶۸	
	اخلاق تجارت	اصل صداقت	۳	۱۷۹-۱۷۷	۱۵ گویه
		شفافیت اطلاعات	۳	۱۸۲-۱۸۰	
		اصل کرامت انسانی	۳	۱۸۵-۱۸۳	
		توجه به سلامتی و بهداشت مصرف‌کننده	۳	۱۸۸-۱۸۶	
		رعایت رقابت سالم اقتصادی	۳	۱۹۱-۱۸۹	
کل مفهوم ارزش‌های اخلاقی			۱۹۱	۱۹۱-۱	۱۹۱ گویه

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. سؤال ۱) تفاوت میانگین ارزش‌های اخلاقی پاسخگویان به تفکیک ابعاد چقدر است؟

جدول ۳ مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار شاخص‌ها و مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی را نشان می‌دهد. برای پاسخ به این سؤال از مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار به دو صورت میانگین تابع گویه استفاده شد و برای معناداری تفاوت احتمالی، آزمون تی تک‌نمونه‌ای به کار رفت. نتایج نشان می‌دهد میانگین‌های به‌دست‌آمده برای همه ابعاد ارزش‌های اخلاقی با میانگین مورد انتظار تفاوت معناداری دارد و این تفاوت برای برخی ابعاد و خرده‌ابعاد مانند مسئولیت اخلاقی، تمامیت اخلاقی و عمل غیراخلاقی کمتر از میانگین مورد انتظار است، اما برای بیشتر ابعاد بالاتر از میانگین مورد انتظار است.

جدول ۳- مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار شاخص‌ها و مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی

میانگین تابع گویه	فاصله اطمینان ۰/۹۵ میانگین		آماره بررسی فرضیه		شاخص‌های آماری		
	نظری	کران بالا	کران پایین	Sig.	آماره t	مؤلفه	ابعاد
۲۸/۹۲	۳۰	-۶۲	-۱/۵۱	۰/۰۰۰	-۴/۷۲	عاملیت اخلاقی	مسئولیت اخلاقی
۳۳/۵۰	۳۰	۴/۰۳	۲/۹۷	۰/۰۰۰	۱۳/۰۴	پیامد اخلاقی	
۳۳/۰۵	۲۴	۱۰/۰۳	۸/۹۷	۰/۰۰۰	۳۵/۳۷	شناخت اخلاقی	
۵۹/۷۵	۳۰	۳۰/۴۷	۲۹/۰۲	۰/۰۰۰	۸۰/۸۶	خود اخلاقی	هویت اخلاقی
۴۱/۳۵	۴۵	-۳/۰۸	-۴/۲۰	۰/۰۰۰	-۱۲/۸۳	تمامیت اخلاقی	
۱۹/۹۵	۱۵	۵/۲۷	-۴/۶۴	۰/۰۰۰	-۳۰/۷۷	عمل غیراخلاقی	فقدان اخلاقیات
۱۰/۱۰	۹	۱/۳۰	۰/۹۱	۰/۰۰۰	۱۰/۹۵	میل به کنترل	
۱۰/۰۵	۹	۱/۲۶	۰/۸۴	۰/۰۰۰	۹/۹۰	کسب موقعیت	
۱۹/۳۴	۱۵	۴/۶۴	۴/۰۴	۰/۰۰۰	۲۸/۴۶	بی‌اعتمادی به دیگران	
۱۶/۹۹	۱۲	۵/۲۵	۴/۷۳	۰/۰۰۰	۳۷/۶۴	توجه اخلاقی	
۱۷/۱۲	۱۲	۵/۲۹	۴/۸۴	۰/۰۰۰	۳۶/۱۷	حسن تعبیر	(بی‌اشتیاقی اخلاقی)

میانگین تابع گویه		فاصله اطمینان ۰/۹۵ میانگین		آماره بررسی فرضیه		شاخص‌های آماری	
واقعی	نظری	کران بالا	کران پایین	Sig.	آماره t	مؤلفه	ابعاد
۱۶/۰۸	۱۲	۴/۳۸	۳/۷۸	۰/۰۰۰	۲۶/۶۴	مقایسه سودمند	
۱۷/۱۳	۱۲	۵/۳۹	۴/۸۶	۰/۰۰۰	۳۸/۰۷	جابه‌جایی مسئولیت	
۱۶/۰۷	۱۲	۴/۳۲	۳/۸۳	۰/۰۰۰	۳۲/۵۳	تقسیم مسئولیت	
۱۶/۶۳	۱۲	۴/۸۷	۴/۳۹	۰/۰۰۰	۳۷/۹۲	تحریف پیامدها	
۱۶/۴۷	۱۲	۴/۷۳	۴/۲۱	۰/۰۰۰	۳۴/۰۳	نسبت دادن سرزنش	
۱۵/۳۰	۱۲	۳/۵۵	۳/۰۴	۰/۰۰۰	۲۵/۰۴	رفتارهای غیرانسانی	
۱۹/۸۰	۱۵	۵/۱۲	۴/۴۸	۰/۰۰۰	۲۹/۱۳	ارزش اعضای جامعه	صلاحیت (شایستگی) اخلاقی
۱۸/۹۴	۱۵	۴/۳۱	۳/۵۸	۰/۰۰۰	۲۱/۱۹	اراده مواجهه با شرایط	
۱۹/۲۷	۱۵	۴/۵۷	۳/۹۸	۰/۰۰۰	۲۸/۲۸	همکاری با افراد	
۲۸/۴۵	۲۴	۴/۸۸	۴/۰۱	۰/۰۰۰	۲۰/۰۱	کمال‌گرایی	کمال‌گرایی اخلاقی
۱۹/۲۰	۲۱	-۱/۲۴	-۲/۳۳	۰/۰۰۰	-۶/۴۲	ارزش‌های اخلاقی	
۲۸/۵۱	۳۶	-۶/۷۰	-۸/۲۵	۰/۰۰۰	-۱۸/۹۹	فضائل اخلاقی	
۲۱/۷	۲۱	۱/۴۲	۰/۰۱	۰/۰۰۴	۲/۰۱	بخشش	
۱۷/۸	۲۱	-۲/۶۷	-۳/۷۱	۰/۰۰۰	-۱۲/۱۳	کنش سپاسگزاری	
۱۹/۹۰	۳۰	-۹/۶۸	-۱۰/۵۰	۰/۰۰۰	-۴۸/۶۵	ارزشیابی رفتار نادرست	
۱۹/۹۰	۲۷	-۶/۶۸	-۷/۵۰	۰/۰۰۰	-۳۴/۱۹	اشتباه اخلاقی	
۱۰/۲۱	۹	۱/۴۰	۱/۰۳	۰/۰۰۰	۱۳/۰۱	اصل صداقت	اخلاق تجارت
۹/۲۷	۹	۰/۵۱	۰/۰۳	۰/۰۲۲	۲/۲۹	شفافیت اطلاعات	
۱۲/۰۵	۹	۳/۲۶	۲/۸۴	۰/۰۰۰	۲۸/۴۳	اصل کرامت انسانی	
۱۰/۷۰	۹	۱/۹۵	۱/۴۶	۰/۰۰۰	۱۳/۷۵	توجه به سلامت	
۱۰/۹۵	۹	۲/۱۹	۱/۷۶	۰/۰۰۰	۱۷/۸۵	رقابت سالم اقتصادی	

جدول ۴ مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار برای متغیرهای اصلی را نشان می‌دهد. برای پاسخ به این سؤال از مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار به صورت میانگین تابع گویه استفاده شد و برای معناداری تفاوت احتمالی، آزمون تی تک‌نمونه‌ای به کار رفت. نتایج نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین میزان ارزش‌های اخلاقی در جامعه و میانگین مورد انتظار وجود دارد. نتایج آزمون تی نشان می‌دهد که میانگین ارزش‌های اخلاقی در جامعه مطالعه شده کمتر از میانگین مورد انتظار است؛ البته در برخی از ابعاد، این میانگین بیشتر است.

جدول ۴- مقایسه میانگین نظری و میانگین مورد انتظار متغیرهای اصلی

متغیر اصلی	آماره بررسی فرضیه		فاصله اطمینان ۰/۹۵ میانگین		میانگین تابع گویه	
	آماره t	Sig.	کران پایین	کران بالا	نظری	واقعی
مسئولیت اخلاقی	۲۴/۹۵	۰/۰۰۰	۱۴/۵۶	۱۷/۰۵	۸۴	۹۹/۸۱
هویت اخلاقی	۴۴/۶۲	۰/۰۰۰	۲۴/۹۵	۲۷/۲۵	۷۵	۱۰۱/۱۰۶
فقدان اخلاقیات	۳۰/۶۹	۰/۰۰۰	۱۰/۷۳	۱۲/۲۰	۴۸	۵۹/۴۶
بی تفاوتی اخلاقی	۴۱/۱۰	۰/۰۰۰	۳۴/۱۱	۳۷/۵۳	۹۶	۱۳۱/۸۲
صلاحیت اخلاقی	۳۰/۶۹	۰/۰۰۰	۱۲/۱۹	۱۳/۸۶	۴۵	۵۸/۰۳
کمال‌گرایی اخلاقی	-۱۶/۳۷	۰/۰۰۰	-۲۷/۴۳	-۲۱/۵۵	۱۸۰	۱۵۵/۵۰
اخلاق تجارت	۲۱/۷۳	۰/۰۰۰	۷/۴۸	۸/۹۷	۴۵	۵۳/۲۳
ارزش‌های اخلاقی	-۸۲/۷۱	۰/۰۰۰	۲۱۹/۱۰	-۲۰۸/۹۳	۸۷۳	۶۵۸/۹۷

۴.۲. سؤال ۲) آیا ابزار خودتشخیصی ارزش‌های اخلاقی پایایی مناسب دارد؟

در این پژوهش، برای تعیین پایایی سازه ارزش‌های اخلاقی از آلفای کرونباخ و پایایی از راه دونیمه کردن با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن-براون استفاده شد.

۴.۲.۱. اعتبار با روش آلفای کرونباخ

در این پژوهش همه سازه‌ها به‌عنوان سنجه‌های چندگویه‌ای آزموده شده‌اند. این سنجه‌ها از یک پرسشنامه خودگزارشی به دست آمدند. هر گویه روی طیفی ۵ درجه‌ای با دامنه‌ای از «کاملاً موافق» تا «کاملاً مخالف» تعریف شده‌اند. هنجاریابی پرسشنامه با استفاده از عمل پیش‌آزمون و همچنین براساس نظرات استادان دانشگاه در یک مطالعه مقدماتی انجام گرفت. شایان ذکر است افرادی که در مطالعه مقدماتی به کار گرفته شدند، در پرسشنامه نهایی وارد نشدند؛ بنابراین آلفای کرونباخ برای ابزار سنجش در مطالعه مقدماتی به دست آمد. ضریب همسانی درونی (آلفای کرونباخ) برای همه خرده‌مقیاس‌ها در حد قابل قبول به دست آمد. در مجموع، میزان آلفای کرونباخ برای ارزش‌های اخلاقی در این مطالعه ۰/۹۳۶ است که پایابودن ابزار پژوهش را تأیید می‌کند.

جدول ۵- ضریب پایایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	شاخص‌های آماری		آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	شاخص‌های آماری	
		مؤلفه	ابعاد			مؤلفه	ابعاد
۰/۸۲۷	۴	توجیه اخلاقی	بی‌تفاوتی اخلاقی	۰/۸۱۷	۱۰	عاملیت اخلاقی	مسئولیت اخلاقی
۰/۸۳۱	۴	حسن تعبیر		۰/۷۷۶	۱۰	پیامد اخلاقی	
۰/۸۲۹	۴	مقایسه سودمند		۰/۶۸۳	۸	شناخت اخلاقی	
۰/۸۳۵	۴	جابه‌جایی مسئولیت		۰/۸۲۸	۱۰	خود اخلاقی	هویت اخلاقی
۰/۷۶۰	۴	تقسیم مسئولیت		۰/۷۹۹	۱۵	تمامیت اخلاقی	
۰/۷۲۲	۴	تحریف پیامدها		۰/۶۹۰	۵	عمل غیر اخلاقی	فقدان اخلاقیات
۰/۷۲۸	۴	نسبت دادن سرزنش		۰/۴۴۱	۳	میل به کنترل	
۰/۶۲۷	۴	رفتارهای غیر انسانی		۰/۵۲۷	۳	کسب موقعیت	
۰/۷۷۲	۵	ارزش اعضای جامعه	شایستگی اخلاقی	۰/۶۹۴	۵	بی‌اعتمادی به دیگران	کمال‌گرایی اخلاقی
۰/۶۹۷	۵	اراده مواجهه با شرایط		۰/۶۹۱	۵	کمال‌گرایی	
۰/۶۹۱	۵	همکاری با افراد		۰/۸۱۴	۸	ارزش‌های	

آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	شاخص‌های آماری		آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	شاخص‌های آماری	
		مؤلفه	ابعاد			مؤلفه	ابعاد
						اخلاقی	
۰/۲۷۸	۳	اصل صداقت	اخلاق تجارت	۰/۶۵۵	۷	فضائل اخلاقی	
۰/۶۱۸	۳	شفافیت اطلاعات		۰/۸۴۳	۱۲	بخشش	
۰/۶۳۳	۳	اصل کرامت انسانی		۰/۶۴۴	۷	کنش سپاسگزاری	
۰/۷۷۵	۳	توجه به سلامت		۰/۸۰۷	۷	ارزشیابی رفتار نادرست	
۰/۶۸۴	۳	رقابت سالم اقتصادی		۰/۸۶۳	۱۰	اشتباه اخلاقی	
۰/۹۵	۳۲	بی تفاوتی اخلاقی		۰/۸۷۱	۲۸	مسئولیت اخلاقی	
۰/۸۶	۱۵	شایستگی اخلاقی		۰/۸۷۹	۲۵	هویت اخلاقی	
۰/۸۰	۱۵	اخلاق تجارت		۰/۷۸۷	۱۶	فقدان اخلاقیات	
۰/۹۳۶	۱۹۱	کل مفهوم ارزش‌های اخلاقی		۰/۹۴	۶۰	کمال‌گرایی اخلاقی	

۴.۲.۲. روش دونیمه‌کردن

برای انجام دادن دونیمه‌کردن، سؤالات فرد و سؤالات زوج به ترتیب از هم جدا شد و هر دسته از این سؤالات به مثابه یک آزمون در نظر گرفته شد. با استفاده از این روش ضریب همبستگی این دو آزمون به عنوان تکنیک آماری مناسب اجرا شد. نتایج حاصل برای تمام ابعاد ارزش‌های اخلاقی بیان شده است و برای مفهوم کلی پژوهش، ضریب همبستگی بین نیمه‌های آزمون برابر با ۰/۵۵۴، ضریب دونیمه‌کردن با تکنیک گاتمن برابر با ۰/۷۰۹ و ضریب اعتبار کل با استفاده از روش اسپیرمن-براون برابر با ۰/۷۰۳ است که بیشتر ضریب همبستگی بین دونیمه آزمون به دست می‌آید.

جدول ۶- مقادیر به دست آمده از روش دونیمه‌کردن برای اعتبار ابزار سنجش

نام مؤلفه	گروه‌ها	آلفای کرونباخ	میانگین گروه‌ها	انحراف معیار	همبستگی دونیمه با تکنیک		
					اسپیرمن-براون	درونی	گاتمن
مسئولیت اخلاقی	نیمه اول	۰/۶۷۱	۳/۷۵	۰/۳۷	۰/۷۴۳	۰/۵۹۱	۰/۷۴۳

نام مؤلفه	گروه‌ها	آلفای کرونباخ	میانگین گروه‌ها	انحراف معیار	همبستگی دونیمه با تکنیک		
					درونی	اسپیرمن-براون	گاتمن
هویت اخلاقی	نیمه اول	۰/۸۱۱	۳/۹۹	۰/۱۰۳	۰/۷۷۲	۰/۷۷۲	۰/۷۷۲
	نیمه دوم	۰/۸۱۰	۴/۱۰۱	۰/۲۵۰			
فقدان اخلاقیات	نیمه اول	۰/۷۹۰	۳/۴۶	۰/۱۱	۰/۷۸۷	۰/۷۸۷	۰/۷۸۶
	نیمه دوم	۰/۷۹۷	۳/۶۶	۰/۰۳			
کمال‌گرایی اخلاقی	نیمه اول	۰/۸۴۸	۲/۸۰۷	۰/۲۵۳	۰/۸۶۷	۰/۸۶۷	۰/۸۴۶
	نیمه دوم	۰/۹۲۷	۲/۳۷۵	۰/۲۲			
بی‌تفاوتی اخلاقی	نیمه اول	۰/۹۲۸	۴/۲۰۹	۰/۰۲۴	۰/۹۱۵	۰/۹۱۵	۰/۹۱۱
	نیمه دوم	۰/۸۸۸	۴/۰۳۱	۰/۰۴۲			
شایستگی اخلاقی	نیمه اول	۰/۸۲۶	۳/۸۲	۰/۲۲	۰/۷۷۵	۰/۷۷۵	۰/۷۴۲
	نیمه دوم	۰/۷۱۵	۳/۹۱	۰/۱۸			
اخلاق تجارت	نیمه اول	۰/۶۱۸	۳/۴۲	۰/۲۴۰	۰/۷۳۲	۰/۷۳۲	۰/۷۳۱
	نیمه دوم	۰/۷۶۴	۳/۷۰	۰/۱۰۳			
ارزش‌های اخلاقی	نیمه اول	۰/۹۰۱	۳/۰۷	۰/۶۴	۰/۷۰۳	۰/۷۰۳	۰/۷۰۹
	نیمه دوم	۰/۹۵۸	۳/۸۳	۰/۱۳			

۴. ۳. سؤال ۳) آیا ابزار خودتشخیصی ارزش‌های اخلاقی روایی مناسب دارد؟

برای برآورد روایی ابزار ارزش‌های اخلاقی از دو روش روایی صوری و روایی سازه‌ای استفاده شد. برای تعیین روایی صوری، ضمن استناد به مبانی نظری پژوهش، پس از طراحی گویه‌ها و هنجاریابی آن‌ها، ابزار مذکور در اختیار چند نفر از متخصصان قرار گرفت. اظهارنظر و بررسی این افراد منجر به حذف و اصلاح برخی گویه‌ها شد و در نهایت براساس اجماع نظر و توافق نسبی داوران، روایی صوری آن پذیرفته شد. برای تعیین روایی سازه از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد. نتایج آزمون کفایت نمونه‌برداری (KMO) با مقدار زیاد ۰/۷۵ برای همه ابعاد متغیر ارزش‌های اخلاقی، نیازی به حذف هیچ گویه‌ای از این مجموعه

نمی‌داند. از روش‌های آماری نسبتاً متداول که برای بررسی و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عامل به کار می‌رود، آزمون کرویت بارتلت است که روی داده‌های نمونه حاضر نیز انجام گرفت. آزمون کرویت بارتلت در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان معناداری را نشان می‌دهد؛ بنابراین نتایج حاکی از این جدول به محقق اطمینان می‌دهد که می‌توان تحلیل عامل را ادامه داد. با توجه به اینکه برای انجام یک تحلیل عامل خوب در آزمون کفایت نمونه‌برداری، ارزش‌های $0/70$ و بیشتر از آن مدنظر است، در صورتی می‌توان گفت داده‌ها برای تحلیل عامل مناسب هستند که مقدار بارتلت در سطح معناداری قابل قبول باشد؛ به عبارت دیگر تحلیل عامل را به شرطی می‌توان انجام داد که شاخص آزمون کفایت نمونه‌برداری برابر یا بیشتر از $0/70$ باشد و حداقل شاخص کیزر-میر-اولکین برای انجام تحلیل عامل $0/60$ باشد. در جدول ۷ مشاهده می‌شود که ضریب به‌دست‌آمده در آزمون کفایت نمونه‌برداری، مناسب بودن داده‌ها را برای انجام تحلیل عامل تأیید می‌کند؛ به عبارت دیگر مقدار این ضریب برای انجام تحلیل عاملی داده‌ها در سطح رضایت‌بخشی قابل قبول است. همچنین آزمون کفایت کرویت بارتلت در سطح کمتر از $0/0001$ معنادار است که نشان می‌دهد ماتریس همبستگی داده‌ها در جامعه صفر نیست.

جدول ۷- ضریب پایایی ابعاد متغیر ارزش‌های اخلاقی با استفاده از تحلیل عاملی

مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی	KMO	Bartlet	D.F	Sig.	تعداد عامل	واریانس تبیین شده
مسئولیت اخلاقی	۰/۸۵۶	۱۴۱۳۸/۹۳	۱۷۷۰	۰/۰۰۰	۷	۴۸/۰۴
هویت اخلاقی	۰/۸۴۸	۳۸۲۹/۴۱	۳۰۰	۰/۰۰۰	۲	۳۵/۹۴
فقدان اخلاقیات	۰/۹۱۲	۸۸۶۲/۰۶	۴۹۶	۰/۰۰۰	۸	۶۸/۶۷
کمال‌گرایی اخلاقی	۰/۸۴۵	۳۷۲۱/۶۰	۳۷۸	۰/۰۰۰	۳	۳۷/۵۴
بی‌تفاوتی اخلاقی (بی‌اشتیافی اخلاقی)	۰/۸۰۴	۱۴۹۵/۱۹	۱۲۰	۰/۰۰۰	۴	۵۱/۲۹
شایستگی اخلاقی	۰/۸۶۵	۲۰۱۹/۷۶	۱۰۵	۰/۰۰۰	۴	۵۲/۱۶
اخلاق تجارت	۰/۷۸۹	۱۹۱۴/۱۷	۱۰۵	۰/۰۰۰	۵	۶۴/۰۸
کل مفهوم ارزش‌های اخلاقی	۰/۸۹۴	۱۰۳۷۱۱/۰۶	۱۸۱۴۵	۰/۰۰۰	۷	۸۷/۷۲

۴.۴. مدل اندازه‌گیری معادلات ساختاری

یکی از تکنیک‌های مهم در مدل‌های اندازه‌گیری، تحلیل عاملی است. تحلیل عاملی به پژوهشگر کمک می‌کند که تعدادی از معرف‌ها را به تعداد کمی از عامل‌ها تقلیل دهد؛ به نحوی که آن عامل‌ها کلی‌تر، گسترده‌تر و انتزاعی‌ترند. مدل عاملی تأییدی نظریه‌محور است؛ یعنی از قبل مشخص می‌کند که چند عامل داریم و اسم هر کدام از عامل‌ها چیست؟ ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان یک سازه از هفت مؤلفه تشکیل شده است. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که می‌توان ارزش‌های اخلاقی را با استفاده از یک مدل عاملی مرتبه دوم سنجید؛ بر این اساس، هریک از ابعاد هفت‌گانه آن به‌عنوان یک سازه یا متغیر پنهان تعریف شدند و این هفت متغیر به نوبه خود در نقش معرف‌های ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان سازه پنهان و وابسته در مدل ساختاری قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد که علاوه بر هماهنگی درونی آیتم‌های تعریف شده برای هریک از مقیاس‌های فرعی، روایی و اگرچه نیز برقرار است. معیارهای برازش مدل عاملی ارزش‌های اخلاقی نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری از برازش نسبتاً مناسبی برخوردار است. شاخص‌های اصلی این مدل، نتایج زیر را نشان می‌دهند:

شاخص کای اسکوتر به‌عنوان شاخص بدی برازش مدل با مقدار زیاد $1798/78$ وضعیت نامطلوب مدل را رقم می‌زند. از آنجاکه در مطالعات با حجم نمونه زیاد، مقدار کای اسکوتر غیرمعنادار تحت تأثیر حجم نمونه قرار می‌گیرد و قابل اطمینان نیست، از شاخص ریشه میانگین مجذور باقیمانده‌ها استفاده شده است که مقدار آن برابر با $2/78$ است و نسبتاً برازندگی مدل را تأیید می‌کند. برای هماهنگی بهتر داده‌های تجربی با مدل نظری پژوهش از شاخص نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی استفاده می‌شود. نسبت کای اسکوتر به درجه آزادی $CMIN/DF$ در مدل برابر با $4/58$ است که در مجموع وضعیت بهبودی نسبی را برای مدل نشان می‌دهد. شاخص برازش تطبیقی (CFI) برابر با $0/85$ است که نتایج نسبتاً مطلوبی را نشان می‌دهد. شاخص توکر لوئیس (شاخص برازش هنجارنشده یا TLI) با مقدار $0/80$ منعکس‌کننده یک مدل خوب است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده یا

RMSEA برابر با ۰/۰۸ است که نزدیک به صفر بوده و برازندگی مدل را تأیید می‌کند. شاخص هلتر (Hoelter) در سطح معناداری ۰/۰۵ حجم نمونه را برابر با ۱۰۱ و در سطح معناداری ۰/۰۱ حجم نمونه را برابر با ۱۱۳ تأیید می‌کند. با توجه به اینکه حجم نمونه مطالعه شده (۴۴۰) بیشتر از مقدار گزارش شده توسط هلتر است، مدل تدوین شده را تأیید می‌کند.

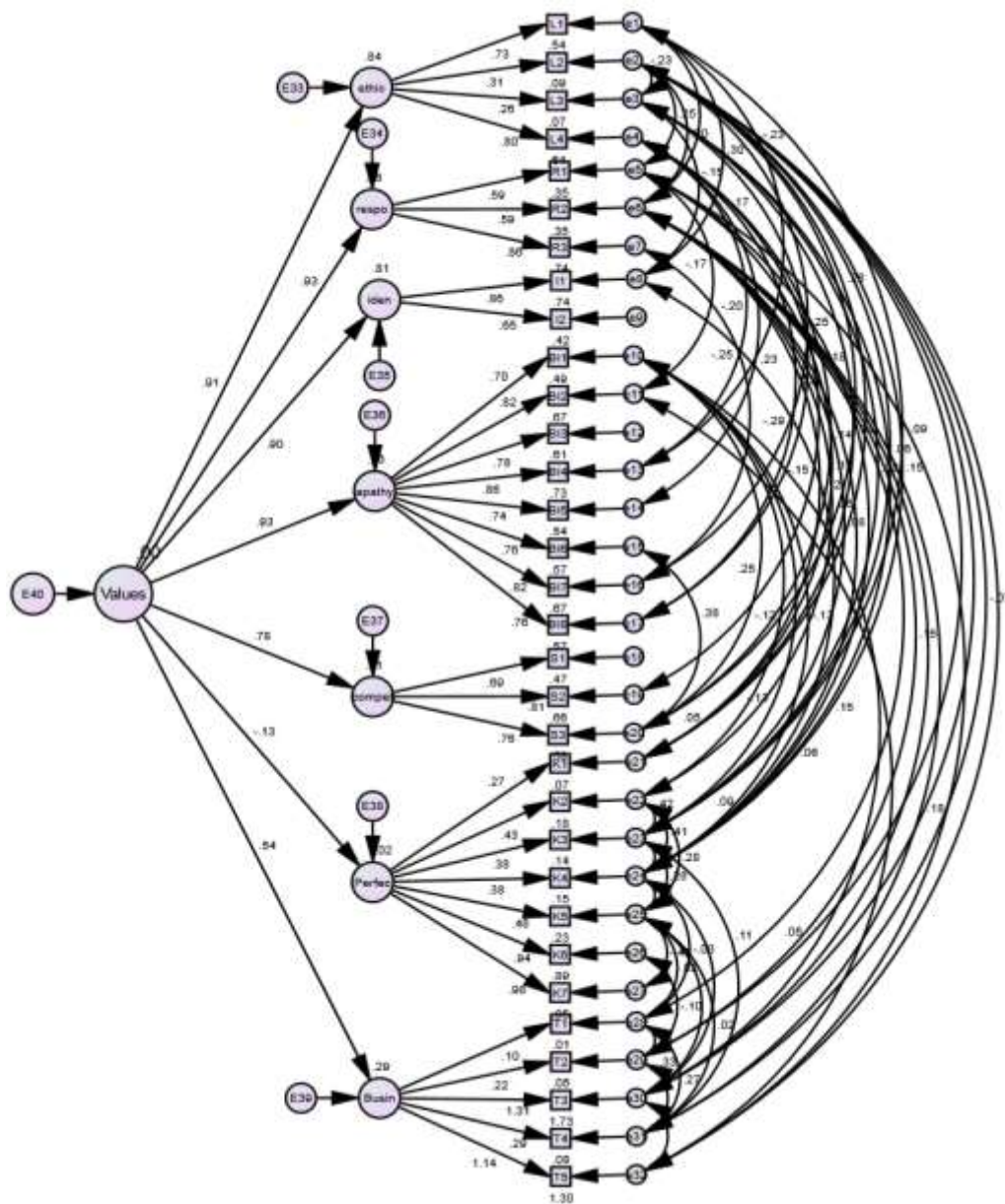
جدول ۸- مقادیر برازش مدل اندازه‌گیری بر اساس شاخص‌های مختلف معادلات ساختاری

نوع شاخص	نام کامل شاخص	علائم اختصار	نقطه برش شاخص‌ها	مقادیر به دست آمده		
				اصلاح اصلی	اصلاح	اصلاح
شاخص مطلق	کای اسکوئر	X^2	کوچک تا مرز غیرمعناداری	۲۵۸۶/۲۳	۲۰۸۸/۲۳	۱۷۹۷/۷۸
	ریشه میانگین مربعات باقیمانده	RMR	هر چه کوچک‌تر، بهتر	۳/۰۰۰	۲/۹۰	۲/۷۸
	نیکویی برازش	GFI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۷۲	۰/۷۷	۰/۸۱
	نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۷۴
شاخص تطبیقی	تاکر-لونس	TLI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۷۴	۰/۷۷	۰/۸۰
	برازش بنتلر بونت	NFI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۷۳	۰/۷۷	۰/۸۱
	برازش تطبیقی	CFI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۷۶	۰/۸۱	۰/۸۵
	برازش افزایشی	IFI	بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول	۰/۷۶	۰/۸۱	۰/۸۵
شاخص مقتصد	نسبت صرفه‌جویی	PRATIO	بیشتر از ۰/۵۰ قابل قبول	۰/۹۰	۰/۸۲	۰/۷۹
	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	بیشتر از ۰/۵۰	۰/۶۶	۰/۶۴	۰/۶۳

نوع شاخص	نام کامل شاخص	علامت اختصار	نقطه برش شاخص ها	مقادیر به دست آمده			
				اصلاح	اصلاح	اصلی	
			قابل قبول				
	نیکویی برازش مقتصد	PGFI	بیشتر از ۰/۵۰ قابل قبول	۰/۶۷	۰/۵۹	۰/۴۹	
	ریشه میانگین مربعات خطا	RMSEA	کوچکتر از ۰/۰۵ تا ۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۰۹	۰/۱۰۴	
	کای اسکوئر بهنجار(نسبی)	CMIN/DF	بین ۲ تا ۳ قابل قبول	۴/۵۸	۵/۱۱	۵/۷۷	
سایر شاخص	معیار اطلاعات آکائیک	AIC	نزدیک به صفر	۲۰۶۹/۷۵	۲۲۲۸/۲۳	۲۷۴۶/۲۳	
	معیار اطلاعات بیز	BIC	نزدیک به صفر	۲۶۲۵/۵۸	۲۸۱۸/۶۴	۳۰۷۳/۱۷	
	معیار اطلاعات آکائیک	CAIC	نزدیک به صفر	۲۷۶۱/۵۸	۲۹۳۸/۶۴	۳۱۵۳/۱۷	
	شاخص هلتر		HOLTER	در نقطه برش ۰/۰۵	۱۰۸	۹۶	۸۵
				در نقطه برش ۰/۰۱	۱۱۳	۱۰۱	۸۹

نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم تأییدی برای متغیرهای مستقل در شکل ۲ ارائه شده است.

نتایج به صورت استاندارد شده (واریانس) گزارش شده است.



شکل ۲- مدل استاندارد اندازه گیری عاملی ارزش های اخلاقی

۵. نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، ساخت و طراحی ابزار سنجش ارزش‌های اخلاقی و برآورد پایایی و روایی آن بود. برای سنجش ارزش‌های اخلاقی باید از یک پرسشنامه قابل اعتماد استفاده کرد که منعکس‌کننده دقیق و قابل استناد میزان آگاهی از ارزش‌های اخلاقی باشد. با توجه به نتایج این مطالعه، پرسشنامه حاصل شده، ابزار مناسبی برای سنجش ارزش‌های اخلاقی با هفت زیرمقیاس (مسئولیت اخلاقی، هویت اخلاقی، فقدان اخلاقیات، کمال‌گرایی اخلاقی، بی‌تفاوتی اخلاقی، صلاحیت (شایستگی) اخلاقی و اخلاق تجارت) است.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد میانگین‌های به‌دست‌آمده برای همه ابعاد ارزش‌های اخلاقی با میانگین مورد انتظار تفاوت معناداری دارند و این تفاوت برای برخی ابعاد و خرده‌ابعاد مانند مسئولیت اخلاقی، تمامیت اخلاقی و عمل غیراخلاقی کمتر از میانگین مورد انتظار است، اما برای بیشتر ابعاد بالاتر از میانگین مورد انتظار است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین ابعاد و مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی هماهنگی و همبستگی درونی زیاد و معناداری وجود دارد و می‌توان گفت مؤلفه‌ها و خرده‌مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی با هم می‌توانند در راستای هماهنگی ابزار طراحی شده عمل کنند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که سازه ارزش‌های اخلاقی و مؤلفه‌های آن همگی پایایی و روایی قابل قبولی دارند. این یافته‌ها با ادبیات نظری پژوهش نیز همخوان است؛ به‌گونه‌ای که مقیاس‌های بررسی شده در پژوهش حاضر برای سنجش ارزش‌های اخلاقی را تأیید می‌کند (شوارتز، ۱۹۶۸؛ بلک، ۲۰۱۲؛ آکینو و رید، ۲۰۰۲؛ بلک و رینولدز، ۲۰۱۶؛ شلنجر، ۲۰۰۸؛ باندورا و همکاران، ۱۹۹۶؛ دالینگ و همکاران، ۲۰۰۹؛ آساهارا و همکاران، ۲۰۱۵؛ یانگ و همکاران، ۲۰۱۵ و خدادادیان، ۱۳۹۳).

براساس یافته‌های مطالعات بلک (۲۰۱۲) و شوارتز (۱۹۶۸)، مسئولیت اخلاقی دارای سه زیرمقیاس عاملیت اخلاقی (۱۴ گویه)، پیامدهای اخلاقی (۱۱ گویه) و شناخت اخلاقی (۸ گویه) است که آلفای آن‌ها به ترتیب ۰/۷۷، ۰/۸۷ و ۰/۷۳ است. در پژوهش حاضر نیز پس از هنجاریابی گویه‌های مدنظر بلک و شوارتز، مسئولیت اخلاقی در سه زیرمقیاس عاملیت

اخلاقی (۱۰ گویه)، پیامدهای اخلاقی (۱۰ گویه) و شناخت اخلاقی (۸ گویه) سنجش شد که به ترتیب برای آن‌ها آلفای ۰/۸۲، ۰/۸۳ و ۰/۸۲ به دست آمد. دومین مؤلفه ارزش‌های اخلاقی براساس پژوهش‌های بلک (۲۰۱۲) و بلک و رینولدز (۲۰۱۶)، هویت اخلاقی بود که دارای دو زیرمقیاس خود اخلاقی (۱۰ گویه با آلفای ۰/۸۳) و تمامیت اخلاقی (۱۵ گویه با آلفای ۰/۸۷) است. مقیاس تمامیت اخلاقی در پژوهش شلنجر (۲۰۰۸) نیز با ۲۲ گویه سنجش شد که آلفای آن نیز برابر با ۰/۸۵ بود. در پژوهش آکینو و رید (۲۰۰۲) هویت اخلاقی با دو مؤلفه نمادسازی و درونی‌سازی هرکدام با ۵ گویه و در مجموع با ۱۰ گویه سنجش شد. در پژوهش حاضر، هویت اخلاقی براساس پژوهش‌های بلک (۲۰۱۲)، بلک و رینولدز (۲۰۱۶)، آکینو و رید (۲۰۰۲) و شلنجر (۲۰۰۸) پس از هنجاریابی گویه‌ها با دو زیرمقیاس خود اخلاقی با ۱۰ گویه و تمامیت اخلاقی با ۱۵ گویه سنجش شد که به ترتیب برای آن‌ها آلفای ۰/۸۲ و ۰/۷۹ به دست آمد. سومین مؤلفه ارزش‌های اخلاقی براساس پژوهش دالینگ و همکاران (۲۰۰۹)، فقدان اخلاقیات (شخصیت ماکیاولیستی) با چهار زیرمقیاس عمل غیراخلاقی (۵ گویه با آلفای ۰/۸۵)، میل به کنترل (۳ گویه با آلفای ۰/۷۰)، کسب موقعیت (۳ گویه با آلفای ۰/۷۲) و بی‌اعتمادی به دیگران (۵ گویه با آلفای ۰/۷۵) سنجش شد. در پژوهش حاضر نیز براساس پژوهش دالینگ و همکاران، فقدان اخلاقیات پس از هنجاریابی گویه‌های مدنظر آن‌ها در چهار مؤلفه عمل غیراخلاقی (۵ گویه)، میل به کنترل (۳ گویه)، کسب موقعیت (۳ گویه) و بی‌اعتمادی به دیگران (۵ گویه) سنجش شد که به ترتیب برای آن‌ها آلفای ۰/۶۹، ۰/۴۴، ۰/۵۲ و ۰/۶۹ به دست آمد؛ البته میزان آلفای دو مؤلفه میل به کنترل و کسب موقعیت پایایی قابل قبول نداشت.

چهارمین مؤلفه ارزش‌های اخلاقی براساس پژوهش یانگ و همکاران (۲۰۱۵)، کمال‌گرایی اخلاقی می‌باشد که دارای زیرمؤلفه‌های کمال‌گرایی (۱۲ گویه با آلفای ۰/۸۵)، ارزش‌های اخلاقی (۱۵ گویه با آلفای ۰/۹۴)، فضائل اخلاقی (۹ گویه با آلفای ۰/۹۵)، بخشش (۵ گویه با آلفای ۰/۸۵)، سپاسگزاری (۵ گویه با آلفای ۰/۸۱) و ارزشیابی رفتار

نادرست (۱۸ گویه با آلفای ۰/۶۹) می‌باشد. در پژوهش حاضر بر اساس پژوهش یانگ و همکاران و بر اساس آیات و روایات برگرفته از دین اسلام که مهم‌ترین مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی را در رفتار و کردار پیامبر اکرم (ص) می‌توان مشاهده کرد گویه‌های کمال‌گرایی اخلاقی استخراج شدند و با زیرمؤلفه‌های کمال‌گرایی (۵ گویه با آلفای ۰/۶۹)، ارزش‌های اخلاقی (۸ گویه با آلفای ۰/۸۱)، فضائل اخلاقی (۷ گویه با آلفای ۰/۶۵)، بخشش (۱۲ گویه با آلفای ۰/۸۴)، سپاسگزاری (۷ گویه با آلفای ۰/۶۴)، ارزشیابی رفتار نادرست (۷ گویه با آلفای ۰/۸۰) و اشتباه اخلاقی (۱۰ گویه با آلفای ۰/۸۶) بدست آمد.

پنجمین مؤلفه یا زیرمقیاس ارزش‌های اخلاقی براساس پژوهش باندورا و همکاران (۱۹۹۶)، بی‌تفاوتی اخلاقی (بی‌اشتیاقی اخلاقی) با مؤلفه‌هایی همچون توجیه اخلاقی، حسن تعبیر، مقایسه سودمند، جابجایی مسئولیت، تقسیم مسئولیت، تحریف، پیامدها، نسبت‌دادن سرزنش و رفتارهای غیرانسانی است که هرکدام با ۴ گویه سنجش شده‌اند و به‌طورکلی آلفای ۰/۹۲ داشتند. در پژوهش حاضر نیز همین مؤلفه‌ها پس از هنجاریابی گویه‌های مدنظر باندورا و همکاران سنجش شدند و آلفای به‌دست‌آمده برای آن‌ها برابر با ۰/۹۵ بود. ششمین مؤلفه ارزش‌های اخلاقی براساس پژوهش آساهارا و همکاران (۲۰۱۵)، صلاحیت اخلاقی با سه زیرمقیاس قضاوت براساس ارزش‌های اعضای جامعه (۵ گویه با آلفای ۰/۸۹)، اراده قوی برای مواجهه‌شدن با شرایط دشوار (۵ گویه با آلفای ۰/۹۱) و همکاری با افراد/سازمان‌های ذی‌ربط (۵ گویه با آلفای ۰/۸۵) بود. در پژوهش حاضر پس از هنجاریابی گویه‌های مدنظر آساهارا و همکاران، صلاحیت اخلاقی با زیرمقیاس ارزش‌های اعضای جامعه، اراده قوی برای مواجهه‌شدن با شرایط دشوار و همکاری با افراد هرکدام با ۵ گویه سنجش شدند و به‌ترتیب آلفای به‌دست‌آمده برای آن‌ها برابر با ۰/۷۷، ۰/۶۹ و ۰/۶۹ بود. آخرین مؤلفه ارزش‌های اخلاقی بر اساس پژوهش خدادادیان (۱۳۹۲)، اخلاق تجارت است که پس از تغییراتی در آن براساس موضوع پژوهش حاضر در پنج مؤلفه اصل صداقت، شفافیت اطلاعات، اصل کرامت انسانی، توجه به سلامت و رقابت سالم اقتصادی با ۱۵ گویه

سنجش شد که میزان آلفای آن‌ها در پژوهش خدادادیان برابر با ۰/۸۳ و در پژوهش حاضر برابر با ۰/۸۰ به دست آمد.

به‌طور کلی می‌توان گفت که پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی با هفت زیرمقیاس ذکر شده می‌تواند ابزار نسبتاً جامعی برای ادارات و سازمان‌های دولتی و غیردولتی، مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و پژوهشگرانی باشد که تمایل دارند در زمینه ارزش‌های اخلاقی کار پژوهشی انجام دهند. پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی که در پژوهش حاضر طراحی شده است، حاصل مطالعات بسیاری است که تاکنون در ایران و خارج از ایران در زمینه ارزش‌های اخلاقی انجام شده است و نگارندگان با مطالعه این آثار و هنجاریابی پرسشنامه استفاده‌شده آن‌ها تلاش کرده‌اند تا ابزاری نسبتاً جامع‌تر در این زمینه ارائه دهند.

کتاب‌نامه

۱. احمدی، ش.، یاقوتی، ح.، و فلاحی، و. (۱۳۹۶)، نقش بی‌اشتیاقی اخلاقی و هوش اجتماعی در پیش‌بینی ولع مصرف‌کننده مواد. *اعتیاد پژوهی*، (۴۴)، ۱۶۸-۱۵۵.
۲. تحف العقول. (۱۳۸۵). *سخنان چهارده معصوم* (ص. حسن زاده، مترجم). قم: نشر آل علی.
۳. سیدی، ا.، و خدادادیان، ز. (۱۳۹۳)، رابطه تبلیغات اخلاقی با رفتار مصرف‌کنندگان. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، (۴)، ۱۰-۱.
۴. عصاره، ع.، مهدیزاده تهرانی، آ.، امینی زرین، ع.، و عظیمی، ش. (۱۳۹۷). *نقدی بر نظریه رشد قضاوت اخلاقی لارنس کلبرگ: پژوهشی در بررسی چندجانبه نظریه کلبرگ و ارائه رهنمودی درباره مراحل رشدی او. فصلنامه تعلیم و تربیت*، (۲)، ۹۳-۱۱۲.
۵. غررالحمک، (۱۳۸۴). *سخنان قصار امام علی (ع)* (س. ه. رسولی محلاتی). تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۶. نجاری، س. (۱۳۹۲)، *بررسی رابطه بین ارزش‌های اخلاقی و کارایی کارکنان شرکت ارتباطات زیرساخت (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)*. مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

۷. نراقی، م. (۱۳۸۶)، *معراج السعاده*. قم: دفتر انتشارات زینی.
۸. نصیری، م. (۱۳۸۶)، مؤلفه‌هایی از اخلاق اجتماعی پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله). فصلنامه *اخلاق*، (۸)، ۵۴-۹۵.
۹. نهضتی، ب.، پژیوان، ج.، محمدی، ت.، و شاکری، ع. (۱۳۹۱)، تحلیل رفتار خیرخواهانه در ایران. *دوفصلنامه مطالعات و سیاست‌های اقتصادی*، (۲۶)، ۲۵-۴۶.
10. Aprilyandi, B., & Ismiyati, Y. (2020) An analysis of moral values from the characters in the novel 'Frankenstein' by Mary Shalley. *JELT: Journal of English Language Teaching*, 3(2), 95-104.
11. Aquino, K., & Reed, I. I. (2002) the self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 4-23.
12. Asahara, K., Kobayashi, M., & Ono, W. (2015) Moral competence questionnaire for public health nurses in J apan: S cale development and psychometric validation. *Japan Journal of Nursing Science*, 12(1), 18-26.
13. Bandura, A., Barbaranelli, C., & Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364-374.
14. Bentham, J. (1996). *An introduction to the principles of morals and legislation: The collected works of Jeremy Bentham*. London: Clarendon Press.
15. Bergstra, T. J., Gremmen, B., & Stassen, E. N. (2015) Moral values and attitudes toward Dutch sow husbandry. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 28(2), 375-401.
16. Black, J. (2012) *Initial development and psychometric characteristics of the moral cognition inventory* (Doctoral dissertation). Humboldt State University.
17. Black, J. E., & Reynolds, W. M. (2016) Development, reliability and validity of the Moral Identity Questionnaire. *Personality and Individual Differences*, 97, 120-129.
18. Churchland, P. S. (2015). The neurobiological platform for moral values. *Royal Institute of Philosophy Supplements*, 76, 97-110.
19. Cohen, N. E. (2010) *considering animals: Moral convictions about animals and judgment on the culling of healthy animals in animal disease epidemics* (Vol. Dissertation). Wageningen: Wageningen University.
20. Dahling, J. J., Whitaker, B. G., & Levy, P. E. (2009) The development and validation of a new Machiavellianism scale. *Journal of Management*, 35(2), 219-257.
21. Fraser, D. (1999). Animal ethics and animal welfare science: bridging the two cultures. *Applied Animal Behaviour Science*, 65(3), 171-189.

22. Haidt, J., & Graham, J. (2007). When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize. *Social Justice Research*, 20(1), 98-116.
23. Hazlitt, H. (2003). *Dasar-dasar moralitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
24. Kohlberg, L. (1981). *Essays on moral development: The philosophy of moral development: Moral Stages and the idea of justice*. San Francisco: Harper & Row.
25. Krebs, D. L., & Denton, K. (2005) toward a more pragmatic approach to morality: a critical evaluation of Kohlberg's model. *Psychological Review*, 112(3), 629-649.
26. Parsons, T., & Shils, E. A. (1951). *Toward a general theory of action*. New York: Harper & Row.
27. Pittel, S. M., & Mendelsohn, G. A. (1966). Measurement of moral values: A review and critique. *Psychological Bulletin*, 66(1), 22-35.
28. Schlenker, B. R. (2008) Integrity and character: Implications of principled and expedient ethical ideologies. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27(10), 1078-1125.
29. Schwartz, S. H. (1968) Words, deeds and the perception of consequences and responsibility in action situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10(3), 232-242.
30. Taebi, B., & Kadak, A. C. (2010) Intergenerational considerations affecting the future of nuclear power: Equity as a framework for assessing fuel cycles. *Risk Analysis: An International Journal*, 30(9), 1341-1362.
31. Tahrir, N., Damayanti, F.S., & Royani, I (2020). The role of critical thinking as a mediator variable in the effect of internal locus of control on moral disengagement. *International Journal of Instruction*, 13(1), 17-34.
32. Yang, H., Stoeber, J., & Wang, Y. (2015) Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: A preliminary investigation. *Personality and Individual Differences*, 75, 229-233.