

## نسبت‌سنجی هویت جمعی ایرانیان و ارزش‌های اجتماعی؛ بررسی یک پیمایش<sup>۱</sup>

حمید هوشنگی\*

E-mail: h.houshang@isu.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۸/۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱/۲۶

### چکیده

عوامل مختلفی بر تقویت و تضعیف هویت جمعی به‌ویژه هویت ملی تأثیر می‌گذارند. شناخت این عوامل و سنجش وضعیت آن در سطح جامعه علاوه بر این که می‌تواند زمینه‌ساز پیش‌بینی وضعیت آینده ارزش‌ها و هویت ملی و جمعی شود، سیاست‌گذاری هویتی را در مسیر دقیق‌تر و صحیح‌تری قرار می‌دهد. یکی از این عوامل، ارزش‌های اجتماعی است. این پژوهش بر آن است که میزان اعتقاد جامعه را به رواج ارزش‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دهد؛ بنابراین از پیمایش به‌عنوان روش تحقیق و پرسشنامه محقق ساخته به‌عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شده است. در این راستا با انتخاب جامعه آماری از میان افراد ۱۸ تا ۶۵ سال ساکن در مراکز ۳۱ استان کشور در سال ۱۳۹۳ و براساس فرمول کوکران و نمونه‌گیری چندمرحله‌ای با توجه به جمعیت مرکز هر استان، در مجموع ۱۵۰۴۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. سنجش گویه‌ها نشان می‌دهد رواج ارزش‌های اجتماعی در جامعه تأثیر مثبت و مستقیمی بر گرایش به هویت ملی دارد و در مقابل تأثیر منفی و معکوسی بر گرایش افراد نسبت به هویت مدرن گذاشته است. بنابراین تقویت ارزش‌های اجتماعی منجر به تقویت هویت ملی می‌شود.

**کلید واژه‌ها:** هویت جمعی ایرانیان، هویت ملی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های اخلاقی.

۱. مقاله حاضر از داده‌های پژوهش «پیمایش هویت جمعی ایرانیان» که توسط مؤسسه مطالعات ملی در بهمن‌ماه ۱۳۹۳ اجرا شده، استفاده کرده است.

\* استادیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق(ع)، نویسنده‌ی مسؤول

## مقدمه و طرح مسأله

هویت یکی از پیچیده‌ترین مفاهیم حوزه علوم اجتماعی محسوب می‌شود. این پدیده‌ی پیچیده و چندوجهی که به تعبیر استوارت هال یک امر سیال و در حال شدن است (هال، ۱۹۹۱: ۳۶)، از خصوصی‌ترین حوزه فردی تا عمومی‌ترین حوزه‌های اجتماعی را فرا می‌گیرد. بنابراین تلاش برای رسیدن به هویت، فرآیندی دائمی است (احدی و محسنی، ۱۳۸۰: ۱۳۸). مطالعات هویت نیز در عصر کنونی به دلایل مختلفی از جمله روند جهانی‌سازی و تبعات هویتی و فرهنگی آن، رشد گفتمان‌های معارض با هویت‌های ملی، رشد مهاجرت، مباحث مربوط به گروه‌های قومی، دینی و اقلیتی در کشورهای مختلف (فتتون، ۲۰۱۱: ۱۲ به نقل از فاضلی، ۱۳۹۱: ۵۷) رشد قابل توجهی کرده و تلاش کشورها را برای ایجاد هویت‌های جمعی در پی داشته است. یکی از سطوح هویت جمعی و البته مهم‌ترین سطح آن، هویت ملی است. در واقع هویت ملی فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در همه‌ی نظام‌های اجتماعی به شمار می‌رود (صنیع‌اجلال، ۱۳۸۴: ۱۰۴). با توجه به این‌که شناخت دقیق از وضعیت هویت ملی و عوامل مؤثر بر تقویت و تضعیف آن، گام بسیار مهمی برای سیاست‌گذاری هویتی از سوی دولت‌ها محسوب می‌شود، باید در قالب یک طرح کلان ضمن شناسایی ابعاد هویت ملی و وضعیت این سطح از هویت در جامعه، عوامل مؤثر بر تقویت و تضعیف هویت ملی را نیز مورد بررسی و ارزیابی قرار داد. عوامل متعددی بر تقویت و تضعیف هویت ملی مؤثر هستند که یکی از این عوامل، ارزش‌های اجتماعی است.

ارزش‌های اجتماعی، واقعیت‌ها و امور و کمال مطلوب‌ها یا شیوه‌هایی از بودن و شدن هستند که مورد خواست و پذیرش اکثریت افراد جامعه بوده و افراد نسبت به آن متعهد هستند. ارزش‌های اجتماعی، منبعث از نظام‌های ارزشی یک جامعه است. نظام ارزشی، در برگیرنده‌ی سلسله مراتب یا اولویت‌های ایده‌آل‌هاست که به‌عنوان اساسی‌ترین لایه‌های هویت فردی و جمعی شکل دهنده‌ی پایه‌های نظام نگرشی و رفتاری و سبک زندگی است. بر این اساس ارزش‌های اجتماعی، انگیزه‌ی گرایش‌های اجتماعی هستند و گرایش‌های اجتماعی تمایلاتی کلی هستند که در فرد به وجود می‌آیند و ادراکات، عواطف و افعال او را در جهت‌های معینی به جریان می‌اندازند (ساعی و دیگران، ۱۳۹۲: ۹۸). از نظر آلپورت انسان تحت نفوذ نظام ارزشی رشد می‌کند و مطابق با چنین نظامی ادراکات خود را برمی‌گزیند، به وجدان خویش مراجعه و از بروز رفتار نامناسب جلوگیری می‌کند، رشته عادات ناسازگار را فرو می‌نشاند و عاداتی

هماهنگ با تعهد خود به وجود می‌آورد (آپورت، ۱۳۵۲: ۸۰ به نقل از عبایی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷). از سوی دیگر نظام ارزش‌های اجتماعی هر جامعه‌ای را می‌توان محصول فرآیندهای اجتماعی و تاریخی آن جامعه دانست. در واقع این ارزش‌ها متأثر از عوامل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظایر آن هستند که در هر دوره زمانی بر تولید، بازتولید، تثبیت، تقویت، تغییر و تحول نظام ارزشی نسل‌های یک جامعه اثر می‌گذارند (ساعی، ۱۳۹۲: ۹۹). بر همین مبنا، کوت و والاندِر نیز تأکید دارند که جوهره هر ملتی در ارزش و نظام ارزشی آن نهفته است. اشتراک در ارزش‌ها یکی از مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده‌ی هویت است (عبایی و دیگران، ۱۳۸۹: ۴). در مجموع وحدت در ارزش‌ها در بین یک ملت باعث ایجاد هویت ملی می‌شود و بر همین مبنا هویت ملی را یک حس مشترک فرهنگی تعریف کرده‌اند (کیلور و هولت، ۱۹۹۹: ۶۷). از سوی دیگر در صورت تضعیف ارزش‌ها در جامعه یا عدم وحدت نظر در ارزش‌های اجتماعی هویت ملی تضعیف خواهد شد. بنابراین رصد و بررسی وضعیت ارزش‌های اجتماعی برای شناخت درست از وضعیت هویت جمعی و در نتیجه پیش‌بینی وضعیت آینده ارزش‌ها و هویت ملی لازم است.

در این راستا مؤسسه مطالعات ملی اقدام به اجرای پژوهشی با عنوان سنجش هویت جمعی ایرانیان در دی و بهمن ۹۳ با حجم نمونه ۱۵۰۴۰ در سطح کشور و در ۳۱ استان از افراد ۱۸ تا ۶۵ سال کرده است. این پژوهش به حوزه‌های مختلف مرتبط با هویت جمعی از جمله مقوله ارزش‌های اجتماعی پرداخته است. بنابراین در این تحقیق تلاش شده است نسبت ارزش‌های اجتماعی به‌عنوان متغیر مستقل و هویت ملی به‌عنوان متغیر وابسته از طریق بررسی شاخص‌های طراحی شده، بررسی شود. در ضمن در این پیمایش برای مطالعه مفهوم ارزش‌های اجتماعی، به‌صورت ترکیبی از شاخص‌های مرتبط با نظریه‌های بومی و نظریه‌های متفکرین خارجی مانند آپورت، مکدوگال و لاسول، شوارتز و اینگلهارت استفاده و پس از ترکیب و تلفیق آنها، مقیاس ۶ گانه‌ای (از کاملاً تا اصلاً) در قالب دو دسته شامل ارزش‌های اخلاقی و مشکلات اجتماعی استخراج شده است، اما در این تحقیق فقط به بخش ارزش‌های اخلاقی پرداخته می‌شود.

مهم‌ترین سؤالات این تحقیق عبارتند از:

- ۱- میزان رواج ارزش‌های اجتماعی در جامعه از نظر پاسخگویان چقدر است؟
- ۲- نسبت و رابطه هویت جمعی ایرانیان و ارزش‌های اجتماعی چگونه است؟

### چارچوب نظری و مفهومی

از منظر محققان ارزش‌های اجتماعی انواع مختلف دارند که به لحاظ اهمیت و توجهی که اکثریت اعضاء جوامع مختلف به آنها دارند، در ماهیت و شکل ساخت اجتماعی جوامع تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارند. یکی از راه‌های شناخت دقیق ارزش‌ها و امکان مطالعه آنها، طبقه‌بندی ارزش‌هاست. طبقه‌بندی ارزش‌ها بر مبنای معیارهای مختلفی صورت می‌گیرد.

#### ۱- مدل گوردن آلپورت

تمرکز مطالعاتی گوردن آلپورت به‌عنوان یک روانشناس، بر مقوله‌ی شخصیت قرار دارد. وی علاوه بر توصیف ویژگی‌های شخصیت بالغ، می‌کوشد مفهوم شخصیت را تبیین کند و در این مسیر از مفهوم نظام‌های ارزشی بهره می‌گیرد. طرح پژوهشی آلپورت برای تبیین مفهوم شخصیت از طریق نظام‌های ارزشی، اولین تحقیق در زمینه تعیین و طبقه‌بندی ارزش‌ها محسوب می‌شود. آلپورت ۶ نظام ارزش شناسایی و طبقه‌بندی کرده است که به عقیده وی تمام انسان‌ها از این ۶ نظام استفاده می‌کنند و هیچ انسانی از این شش نظام خارج نیست و درواقع این نظام‌ها شخصیت فرد را شکل می‌دهند: ارزش علمی (دانش)، ارزش سیاسی (قدرت)، ارزش زیباشناختی (هنر)، ارزش اقتصادی (ثروت)، ارزش اجتماعی (شهرت) و ارزش دینی (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۶۰). بر مبنای این نظام‌های ارزشی نیز، آلپورت ۶ تیپ شخصیتی را شناسایی و معرفی می‌کند.

#### ۲- مدل مگ‌دوگال و لاسول

مایوس مگ‌دوگال و هارولد لاسول بر مبنای تأثیرگذاری ارزش‌ها بر ماهیت و شکل ساخت اجتماعی جوامع، آنها را به هشت طبقه تقسیم کرده‌اند: قدرت، دانش، ثروت، احترام، سلامت، مهارت، محبت، تقوا (درستکاری). از منظر مگ‌دوگال و لاسول هر یک از ارزش‌ها ممکن است به‌صورت ارزش‌های غایی و ارزش‌های پایه‌ای مورد استفاده قرار گیرند. به‌عنوان مثال ثروت هم می‌تواند جنبه غایی داشته باشد و هم می‌تواند به‌عنوان وسیله و پایه‌ای برای تأمین سایر ارزش‌ها استفاده شود. به این معنی که اگر ثروت را به‌صورت سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری بیشتر به‌کار اندازیم، تا باعث ازدیاد بیشتر همین ارزش شود، در این صورت ثروت هم ارزش پایه‌ای و هم ارزش غایی دارد. در عین حال ثروت ممکن است وسیله‌ای برای سرمایه‌گذاری در سیاست شود و صاحب این ارزش را به قدرت برساند. شخصی که صاحب ثروت است

می‌تواند مهارت‌های گوناگون را فرا گیرد و با انجام امور عام‌المنفعه و حتی تبلیغات بر احترام خود بیفزاید. از پول خود می‌توان برای پذیرایی دوستان استفاده کرد و به این ترتیب ارزش محبت را افزایش داد. هم‌چنین شخص ثروتمند ممکن است در امور خیریه و فعالیت‌های مذهبی شرکت کند و بدین ترتیب فردی درستکار به شمار آید. بالأخره پول و ثروت می‌تواند وسیله و پایه‌ای برای کسب ارزش دانش گردد و باعث شود که فرد یا فرزندان او به مدارج بالاتر علمی دست یابند (قرایی‌مقدم، ۱۳۷۴: ۱۹۹). البته مگ‌دوگال و لاسول معتقدند که هرچند افراد برای رسیدن به هدف یعنی ارزش‌های اجتماعی از وسایل موجود بهره می‌گیرند، ولی شکل و زمان رضای خواست‌ها تنها در چهارچوب فرهنگ و سازمان اجتماعی و شرایط و محدودیت‌هایی که در جامعه وجود دارد صورت می‌گیرد؛ بنابراین نحوه بازتعریف و تحقق ارزش‌ها در جوامع گوناگون لزوماً یکسان نیست (خناری‌نژاد، ۱۳۸۳: ۶۲).

### ۳- مدل شوارتز

از منظر شوارتز، ارزش‌ها، اهداف فراموقعیتی هستند که در مقام اصول راهنما در زندگی شخص یا گروه اجتماعی خدمت می‌کنند (شوارتز، ۲۰۰۱ به نقل از آزادمرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۱۴) برای شناسایی ارزش‌ها، شوارتز دو محور دو قطبی را پیشنهاد می‌دهد: اول آمادگی برای تغییر در برابر محافظه‌کاری و دوم توجه به ماورای خود در برابر تقویت خود. از منظر شوارتز بعد آمادگی برای تغییر، ارزش‌های خوداتکایی، برانگیختگی و لذت‌طلبی را شامل می‌شود و ارزش‌های قدرت‌گرایی، موفقیت و لذت‌طلبی تبیین‌کننده‌ی بُعد تقویت خود است. از سوی دیگر ارزش‌های سنت‌گرایی، همنوایی و امنیت بیانگر بعد محافظه‌کاری و ارزش‌های عام‌گرایی (جهان‌گرایی) و خیرخواهی نشان‌دهنده‌ی توجه به ماورای خود هستند (شوارتز و ساگیو، ۱۹۹۵ به نقل از آزادمرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۱۶) هم‌چنین ارزش‌های ده‌گانه در مجموع به دو بعد ارزش‌های جمع‌گرایانه و ارزش‌های فردگرایانه تقسیم می‌شوند. ارزش‌های جمع‌گرایانه شامل خیرخواهی، جهان‌گرایی، سنت، امنیت و همنوایی و ارزش‌های فردگرایانه شامل قدرت، استقلال، زندگی هیجان‌انگیز و لذت‌گرایی می‌باشند (آزادمرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۱۷).

شوارتز برای ارزیابی ارزش‌های ۱۰ گانه فوق‌سؤالات و شاخص‌های زمینه‌یابی را مطرح کرده است (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱ (شوارتز و ساگیو، ۲۰۰۰: ۴۹۷-۴۶۵).

ارزش	سؤالات و شاخص‌های زمینه‌یاب
خیرخواهی	تلاش برای حفظ رفاه و آسایش دیگران مثل: یاریگر، مسؤول، جهانی در صلح، وفادار، دوستی حقیقی، بخشنده، عشق واقعی، بالنده، صادق و زندگی روحانی.
سنت	احترام، تعهد، پای‌بندی به آداب و رسوم و اندیشه‌هایی که از فرهنگ یا مذهب سنتی ناشی می‌شود مثل: احترام به سنت‌ها، پذیرش سهم خود در زندگی، معتدل و میانه‌رو، دینداری، فروتن و متواضع و احترام به والدین و بزرگترها.
همنوایی	خودداری از کنش‌ها و تمایلاتی که سبب ناراحتی و آسیب دیگران می‌شود و تعدی از هنجارها و انتظارات اجتماعی به‌شمار می‌رود مثل: فهم و دانش، انضباط شخصی، مؤدب و مطیع بودن.
امنیت	سلامت، هماهنگی و ثبات در جامعه و در روابط خود با دیگران مثل: امنیت ملی، امنیت خانوادگی، احساس تعلق، پشتیبانی متقابل، نظم اجتماعی، سلامت، پاکیزه و ثبات در خویشتن.
قدرت اجتماعی - فرهنگی	پایگاه اجتماعی و پرستیژ، کنترل و تسلط بر مردم و منابع مثل: قدرت اجتماعی، ثروت، اقتدار، حفظ وجهه خود و اعتبار اجتماعی.
پیشرفت	موفقیت فردی از طریق رقابت براساس معیارهای اجتماعی مثل: بانفوذ، توانا، موفق، باهوش، احترام به خود، بلندپرواز و جاه‌طلبی.
انگیزش	هیجان، نوآوری، مبارزه در زندگی و شهامت داشتن مثل: زندگی مهیج، زندگی متنوع و شجاعت.
لذت‌طلبی	احساس رضایت و کامروایی در زندگی مثل: زندگی لذت‌بخش (لذت از غذا، تفریح و...)، خوش‌گذراندن و لذایذ نفسانی.
استقلال	تفکر و انتخاب کنش مستقل مثل: آزادی، خلاقیت، مستقل، انتخاب اهداف خود، جست‌وجوگری و کنجکاوی، حق برخورداری از حریم خصوصی و هدف‌دار.
جهان‌گرایی	مدارا و حمایت از رفاه همه افراد و طبیعت وسعت نظر مثل: برابری، خرد، جهانی سرشار از زیبایی‌ها، عدالت اجتماعی، حفظ محیط زیست و یگانگی وحدت با طبیعت.

#### ۴- مدل رونالد اینگلهارت

اینگلهارت برای سنجش ارزش‌های شهروندان اروپایی، ارزش‌ها را به دو دسته مادی و فرامادی تقسیم کرد. ارزش‌های مادی که مبتنی بر نیازهای زیستی و امنیتی فرد هستند و مستقیماً با حیات طبیعی او ارتباط دارند و در مقابل ارزش‌های فرامادی با ارضای نیازهای فرازیستی انسان در ارتباط هستند. اینگلهارت مقیاسی حاوی ۱۲ ارزش (۶)

ارزش مادی و ۶ ارزش فرامادی) را در نظر گرفت. ۶ مؤلفه‌ای که ارزش‌های مادی را شامل می‌شود، عبارت است از حفظ نظم در کشور، مبارزه علیه افزایش قیمت‌ها، حفظ آهنگ سریع رشد اقتصادی، اطمینان از این‌که کشور نیروی دفاعی نیرومندی دارد، حفظ اقتصاد با ثبات و مبارزه با جرم و جنایت. اینگلهارت برای ارزش‌های فرامادی ۶ مؤلفه‌ی اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های دولت، دفاع از آزادی بیان، اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار و اجتماع‌شان، کوشش در جهت زیباتر سازی شهرها، حرکت به سوی جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر، حرکت به سوی جامعه‌ای که ارزش‌اندیشه‌ها در آن بیش از پول است، در نظر گرفته شده است (اینگلهارت، ۱۳۹۵ و اینگلهارت، ۱۹۸۷: ۱۳۱۳).

جدول شماره‌ی ۲ (برگرفته از اینگلهارت، ۱۳۹۵)

ارزش‌های اجتماعی	
ارزش‌های مادی	ارزش‌های فرامادی
حفظ نظم در کشور	اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های دولت
مبارزه علیه افزایش قیمت‌ها	دفاع از آزادی بیان
حفظ آهنگ سریع رشد اقتصادی	اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار و اجتماع‌شان
اطمینان از این‌که کشور نیروی دفاعی نیرومندی دارد	کوشش در جهت زیباتر سازی شهرها
حفظ اقتصاد با ثبات	حرکت به سوی جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر
مبارزه با تبه‌کاری	حرکت به سوی جامعه‌ای که ارزش‌اندیشه‌ها در آن بیشتر از پول است

#### ۵- مدل‌های بومی

فرامرز رفیع‌پور، جامعه‌شناس ایرانی، نیز برای سنجش تغییر ارزش‌های جامعه ایرانی طی سه دوره زمانی ۱۳۵۶، ۱۳۶۵ و ۱۳۷۱ ارزش‌ها را به دو دسته مادی و مذهبی تقسیم کرد و پس از تعیین ابعاد ارزش، برای سنجش تغییر ارزش‌های مذهبی از چهار مؤلفه‌ی اعتقاد به دین، علاقه به روحانیت، رعایت حجاب و احترام به زنان چادری استفاده کرده است. وی برای سنجش ارزش مادی‌گرایی، مؤلفه‌های گرایش به ثروت، سودجویی، و مصرف‌گرایی را مدنظر قرار داده است (رفیع‌پور، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

حسین لطف‌آبادی ضمن تأکید بر وجود تفاوت در ارزش‌های جوامع مختلف به دلیل تفاوت در ایدئولوژی‌ها، نظام ارزشی را یک مجموعه ۱۰ ارزشی شامل ارزش‌های

فردی، ارزش‌های خانوادگی، ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های سیاسی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های هنری، ارزش‌های علمی و نظری، ارزش‌های دینی، ارزش‌های ملی و ارزش‌های جهانی معرفی می‌کند. هر یک از این ارزش‌ها نیز مقیاس و مؤلفه‌های دارد که برای سنجش سطح ارزش در درون جامعه استفاده می‌شوند (لطف‌آبادی و نوروزی، ۱۳۸۳: ۴۲). این مقیاس‌ها در جدول شماره (۳) دیده می‌شوند:

جدول شماره ۳ (لطف‌آبادی و نوروزی، ۱۳۸۳: ۴۶-۴۲)

ردیف	ارزش‌ها	مقیاس‌ها
۱	فردی	فردیت‌گرایی، سودجویی شخصی، رفاه و آسایش شخصی، شادمانی، شوق زندگی، درستکاری، تعادل روانی
۲	خانوادگی	تعلق، وفاداری، مراقبت، امنیت خانواده
۳	اقتصادی	اهمیت ثروت، مالکیت، پیشرفت اقتصادی، سودمندی امور
۴	سیاسی	مسائل مربوط به قدرت و تسلط، آزادی، برابری، احزاب سیاسی، مسؤولیت شهروندی
۵	اجتماعی	صمیمیت در روابط انسانی، مشارکت، قانون‌مداری، نظم اجتماعی، مسؤولیت‌پذیری، نگرش‌های اجتماعی
۶	هنری	زیبایی‌دوستی، توجه به آثار هنری، آفرینش هنری، تحسین زیبایی‌های طبیعی، جاودانگی جمال
۷	علمی و نظری	حقیقت‌جویی، تجربه‌گرایی و استدلالی بودن، خردمندی، سازمان دادن به معرفت، انتقادی‌نگری
۸	دینی	باورهای قدسی، تجربه و عملکرد دینی، پرهیزگاری، وحدت‌جویی، گرایش عرفانی
۹	ملی	ایران‌دوستی، تعلق به فرهنگ ملی، امنیت ملی، دفاع از سرزمین
۱۰	جهانی	نگرش به غرب و غرب‌گرایی، نگرش به جهانی شدن، نگرش به مسأله فمینیسم

### روش تحقیق

روش این تحقیق پیمایش است. یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در روش پیمایش، پرسشنامه است. تحقیق حاضر با استفاده از این تکنیک انجام شده است. در این تحقیق برای ارزیابی اعتبار سنج‌ها از روش اعتبار سازه، استفاده شد. به این منظور از نظریات متخصصان و کارشناسان بین‌رشته‌ای در زمینه منطبق بودن محتوای سؤالات با ویژگی‌های موردنظر در دو جلسه استفاده به عمل آمد. در ادامه این روند از صاحب‌نظران درخواست شد دیدگاه و نظر اصلاحی و تکمیلی خود را در مورد گویه‌ها



به‌صورت مکتوب ارائه دهند. این کار انجام و پس از دریافت نظر متخصصان، نظر تکمیلی آنان در پرسش‌نامه اعمال شد. برای تعیین روایی این تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در این مرحله، سؤال‌ها و گویه‌ها در قالب پرسشنامه تنظیم شد. تعداد ۲۱۰ پرسشنامه در شهرهای تهران (۶۰ نفر)، اهواز (۳۰ نفر)، ارومیه (۳۰ نفر)، رشت (۳۰ نفر)، زاهدان (۳۰ نفر)، ایلام (۳۰ نفر) مورد آزمون قرار گرفت. پس از انجام پیش‌آزمون و ارزیابی اعتبار و روایی پرسشنامه مقدماتی، برخی اصلاحات اعمال و پرسشنامه نهایی تدوین و آماده شد.

### جامعه آماری، حجم نمونه و واحد تحلیل

۱- **جامعه آماری:** جامعه آماری خانوارهای ۳۱ استان کشور در زمان اجرای طرح است.  
 ۲- **واحد آماری:** واحد آماری این طرح را افراد ۱۸ تا ۶۵ سال ساکن در استان‌های کشور تشکیل می‌دهند.

۳- **روش نمونه‌گیری:** در این تحقیق برای تعیین نمونه‌ها از روش چند مرحله‌ای خوشه‌ای و روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک استفاده شده است.

۴- **حجم نمونه**  
 حجم نمونه براساس فرمول کوکران تعیین شده است، اما با توجه به ناهمگونی جامعه آماری و بالا بودن واریانس درونی جامعه، براساس ضریب اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه در کل کشور ۱۵۰۴۰ نفر به شرح جدول ذیل تعیین شده است:

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی نمونه‌ها براساس جمعیت ساکن شهرها

تعداد نمونه	نام شهر	جامعه آماری
۴۰۰	یاسوج، ایلام، بوشهر، سمنان، بیرجند، بجنورد، شهرکرد، ساری، گرگان، خرم‌آباد، زنجان	تا ۳۰۰ هزار نفر
۴۵۰	بندرعباس، قزوین، اردبیل، یزد، اراک، همدان، کرمان، سنندج	بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار نفر
۵۰۰	رشت، کرمانشاه، قم، زاهدان، ارومیه	از ۵۰۰ هزار تا یک میلیون نفر
۵۵۰	تبریز، شیراز، اصفهان، مشهد، اهواز	از یک میلیون تا دو میلیون نفر
۶۰۰	کرج	از یک میلیون تا دو میلیون نفر
۱۲۰۰	تهران	بالاتر از دو میلیون

### روش تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌آوری اطلاعات و تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها پردازش شد و با استفاده از آمار توصیفی برای توصیف هر یک از مؤلفه‌ها مورد استفاده قرار گرفت. در بخش توصیف داده‌ها از جدول‌های یک بعدی و شاخص مرکزی میانگین و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار استفاده شد. در بخش تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS/Pe و آمار استنباطی و روش‌های گوناگون تحلیل از جمله ضریب همبستگی متناسب با نوع مقیاس‌ها برای تحلیل داده‌ها و تبیین روابط بین متغیرها استفاده شد.

### چگونگی سنجش نسبت ارزش‌های اجتماعی و هویت ملی

برای سنجش ارزش‌های اجتماعی با بهره‌گیری از گویه‌های پیشنهادی در مدل‌های نظری گفته شده، مؤلفه‌ی ارزش‌های اخلاقی با ۱۰ گویه تنظیم و از پاسخگویان پرسش انجام شده است.

جدول شماره ۵: گویه‌های ارزش‌های اخلاقی

ردیف	ارزش‌های اجتماعی	گویه‌ها
۱	ارزش‌های اخلاقی	صداقت و راستگویی
۲		گذشت
۳		امانتداری
۴		انصاف
۵		خیرخواهی
۶		وفای به عهد
۷		نوع‌دوستی
۸		وظیفه‌شناسی
۹		قناعت
۱۰		نجابت و شرافت

در مجموع ۱۰ گویه برای بررسی این مؤلفه پیش‌بینی شده است. گویه‌ها در طیف شش‌گانه‌ای از کاملاً تا اصلاً مورد سنجش قرار گرفته‌اند. در تحلیل نهایی و بررسی نسبت متغیرها با پاسخ‌های ارائه شده، برای منسجم کردن داده‌ها مقادیر اصلاً، خیلی کم و کم در قالب کم و مقادیر زیاد، خیلی زیاد و کاملاً در قالب زیاد تجمیع شده‌اند.

**یافته‌های تحقیق**
**بخش اول: سیمای کلی پاسخگویان**

۱- **حجم نمونه:** یافته‌های «پیمایش ملی هویت جمعی در ایران» با استفاده از تکنیک پرس‌وجو و مصاحبه‌ی حضوری با ۱۵۰۳۴ نفر از افراد ۱۸ الی ۶۵ ساله ساکن شهرهای ۳۱ مرکز استان کشور که به روشی کاملاً احتمالی برگزیده شده‌اند؛ تولید شده است.

۲- **جنسیت پاسخگویان:** براساس یافته‌ها، ۵۰/۱ درصد از پاسخگویان زن و ۴۹/۹ درصد مرد هستند.

۳- **وضعیت تأهل:** به لحاظ وضع تأهل، ۲۷/۲ درصد از پاسخگویان مجرد و ۷۱/۲ درصد متأهل هستند. و بقیه در دیگر وضعیت‌های تأهل قرار دارند.

۴- **میزان تحصیلات:** میزان تحصیلات ۴/۷ درصد از افراد جامعه نمونه بیسواد، ۲۶ درصد سیکل و ابتدایی، ۳۵/۳ درصد دیپلم و متوسطه، ۲۹/۶ فوق‌دیپلم و لیسانس، ۴/۲ درصد بالاتر از لیسانس هستند. میانگین سطح تحصیلات جامعه نمونه ۱۱ سال تحصیل است.

۵- **دین و مذهب:** به لحاظ دین و مذهب، ۹۳ درصد پاسخگویان شیعه، ۵/۹ درصد اهل سنت و ۰/۱ درصد از سایر ادیان و مذاهب هستند.

۶- **توزیع سنی:** از نظر توزیع سنی ۱۴/۸ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۶۵-۵۱ ساله، ۲۱ درصد در گروه سنی ۵۰-۴۰ ساله، ۲۸/۷ در گروه سنی ۳۹-۲۹ ساله و ۳۵/۳ در گروه سنی ۲۸-۱۸ ساله قرار دارند.

**بخش دوم: توصیف یافته‌ها**

در این بخش نظرات پاسخگویان به هر یک از مؤلفه‌های ده‌گانه گفته شده، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. برای هر یک از مؤلفه‌ها دو جدول ارائه شده است. در جدول اول درصد فراوانی پاسخ‌های پاسخگویان به میزان رواج هر مؤلفه در جامعه ذکر شده و در جدول دوم پاسخ‌ها به تفکیک متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل ارائه شده است.

**۱- سنجش میزان رواج صداقت و راستگویی**

جدول شماره ۶: درصد فراوانی سنجش میزان رواج صداقت و راستگویی در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۱۳۳۰	۸/۹
خیلی کم	۲۳۴۰	۱۵/۶



۲۵/۴	۳۸۱۷	کم
۳۱/۸	۴۷۷۰	متوسط
۱۱/۷	۱۷۵۹	زیاد
۳/۴	۶۴۰	خیلی زیاد
۲/۴	۳۶۵	کاملاً
۱۰۰/۰	۱۵۰۲۱	کل

جدول شماره ۶ نشان می‌دهد ۸/۹ درصد پاسخگویان در اعلام نظر خود درباره سطح میزان رواج صداقت و راستگویی در جامعه گزینه «اصلاً»، ۲/۴ درصد «کاملاً»، ۴۱ درصد «خیلی کم» و «کم»، ۳۱/۸ «متوسط» و ۱۵/۱ درصد «زیاد» و «خیلی زیاد» را انتخاب کرده‌اند.

جدول شماره‌ی ۷: درصد فراوانی سنجش میزان رواج صداقت و راستگویی به تفکیک متغیرها<sup>۱</sup>

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۰۳۷	۷۵۰۴	۱۷/۰	۳۲/۲	۵۰/۸	مرد	
		۷۵۱۶	۱۹/۸	۳۱/۳	۴۸/۹	زن	
۰/۰۰۰	۰/۱۱۴	۵۳۰۴	۱۶/۱	۳۰/۵	۵۳/۵	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۱۴	۱۶/۳	۳۲/۰	۵۱/۷	۲۹-۳۹	
		۳۱۵۶	۱۹/۹	۳۳/۴	۴۶/۷	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۷	۲۶/۰	۳۲/۰	۴۲/۱	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۶۳	۷۰۸	۳۷/۱	۲۶/۴	۳۶/۴	بی سواد	تحصیلات
		۳۹۱۰	۲۳/۸	۳۱/۶	۴۴/۶	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۹۳	۱۷/۰	۳۲/۲	۵۰/۸	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۵	۱۳/۳	۳۲/۱	۵۴/۶	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۱	۱۰/۸	۳۳/۰	۵۶/۳	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۷۷	۵۵۲۸	۱۵/۶	۳۲/۱	۵۲/۳	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۸	۲۳/۰	۳۶/۸	۴۰/۲	بیکار	
		۲۰۵۱	۱۴/۵	۳۲/۵	۵۳/۰	در حال تحصیل	
		۵۳۳۲	۲۲/۲	۳۱/۵	۴۶/۳	خانه‌دار	

۱. برای ساده‌سازی جدول، گزینه‌های اصلاً، کم و خیلی کم با عنوان کم و کاملاً، زیاد و خیلی زیاد با عنوان زیاد آمده‌اند.

		۹۶۹	۱۶/۱	۲۶/۰	۵۷/۹	بازنشسته	
		۸۸	۲۶/۱	۲۰/۵	۵۳/۴	سایر	
۰/۰۰۰	۰/۰۵۴	۴۰۸۴	۱۵/۱	۲۹/۴	۵۵/۶	مجرد	تأهل و وضعیت
		۱۰۶۹۰	۱۹/۶	۳۲/۷	۴۷/۷	متأهل	
		۱۶۶	۲۵/۹	۲۷/۷	۴۶/۴	سایر	

براساس جدول شماره ۷، هر چقدر سطح سواد افزایش می‌یابد همزمان نوع نگاه پاسخگویان به رواج صداقت و راستگویی در جامعه به صورت پلکانی نیز کاهش می‌یابد به تعبیر دیگر پاسخگویان با سطح تحصیلات بالاتر معتقدند صداقت و راستگویی کمتری در جامعه رواج دارد. هم‌چنین بالا رفتن سن پاسخگویان نسبت مستقیمی با اعتقاد آنان به رواج صداقت و راستگویی در جامعه دارد به نحوی که افراد با سن بالاتر در مقایسه با رده سنی پایین‌تر معتقدند صداقت و راستگویی بیشتر در جامعه رواج دارد. در مجموع از نظر سطح معناداری همه‌ی متغیرها با نوع پاسخگویی درباره میزان رواج صداقت و راستگویی، معناداری کاملی دارد.

## ۲- سنجش میزان رواج گذشت

جدول شماره ۱: درصد فراوانی سنجش میزان رواج گذشت در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۱۱۳۸	۷/۶
خیلی کم	۲۱۰۵	۱۴/۰
کم	۴۳۴۴	۲۸/۹
متوسط	۴۵۵۵	۳۰/۳
زیاد	۱۹۷۲	۱۳/۱
خیلی زیاد	۶۳۱	۴/۲
کاملاً	۲۷۰	۱/۸
کل	۱۵۰۱۵	۱۰۰/۰

براساس جدول شماره ۸، ۷/۶ درصد پاسخگویان سطح میزان گذشت در جامعه را در حد گزینه «اصلاً»، ۱/۸ درصد «کاملاً»، ۴۲/۹ درصد «خیلی کم» و «کم»، ۳۰/۳

«متوسط» و ۶ درصد «زیاد» و «خیلی زیاد» می‌دانند. در مجموع از نظر غالب پاسخگویان وضعیت رواج گذشت در جامعه مطلوب نیست.

جدول شماره‌ی ۹: درصد فراوانی سنجش میزان رواج گذشت به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۰۴۲	۷۵۰۱	۱۷/۶	۳۰/۴	۵۲/۱	مرد	
		۷۵۱۳	۲۰/۷	۳۰/۳	۴۹/۰	زن	
۰/۰۰۰	۰/۱۰۷	۵۳۰۲	۱۶/۹	۲۹/۳	۵۳/۷	۱۸-۲۸	
		۴۳۱۳	۱۷/۰	۳۰/۲	۵۲/۸	۲۹-۳۹	
		۳۱۵۳	۲۰/۶	۳۱/۹	۴۷/۵	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۷	۲۶/۵	۳۰/۵	۴۳/۰	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۴۹	۷۰۷	۳۴/۷	۲۷/۹	۳۷/۵	بی سواد	تحصیلات
		۳۹۰۷	۲۴/۰	۳۰/۸	۴۵/۲	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۹۲	۱۷/۹	۳۰/۲	۵۱/۹	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۳	۱۴/۷	۳۰/۵	۵۴/۸	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۲	۱۲/۵	۳۰/۹	۵۶/۶	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۴۷	۵۵۲۴	۱۵/۸	۳۰/۸	۵۳/۵	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۹	۲۴/۴	۳۳/۲	۴۲/۳	بیکار	
		۲۰۵۰	۱۶/۵	۳۰/۰	۵۳/۵	در حال تحصیل	
		۵۳۳۱	۲۳/۱	۳۰/۳	۴۶/۶	خانه‌دار	
		۹۶۸	۱۶/۱	۲۶/۷	۵۷/۲	بازنشسته	
		۸۸	۲۳/۹	۲۷/۳	۴۸/۹	سایر	
۰/۰۰۰	۰/۰۴۸	۴۰۸۱	۱۵/۹	۲۸/۵	۵۵/۶	مجرد	تأهل وضعیت
		۱۰۶۸۷	۲۰/۳	۳۱/۱	۴۸/۶	متأهل	
		۱۶۶	۲۴/۱	۲۷/۱	۴۸/۸	سایر	

با توجه به جدول شماره ۹ از نظر سطح معناداری همه‌ی متغیرها با پاسخ‌ها درباره میزان رواج گذشت، از رابطه معناداری، رابطه کاملی دارد. از منظر متغیرهای جدول فوق رابطه سن و اعتقاد به رواج گذشت در جامعه رابطه مستقیمی دارد. به عبارت دیگر با افزایش سن پاسخگویان، اعتقاد آنان به رواج گذشت در جامعه نیز افزایش

می‌یابد به نحوی که رده سنی ۱۸ تا ۲۸ سال، ۱۶.۹ درصد و رده سنی ۵۱ تا ۶۵ سال، ۲۶.۵ گزینه زیاد را انتخاب کرده‌اند و گزینه کم نیز رابطه معکوسی با افزایش سن دارد. در مقابل رابطه سطح تحصیلات و اعتقاد به میزان رواج گذشت در جامعه معکوس است. در این متغیر، با افزایش میزان تحصیلات میزان اعتقاد به رواج این مؤلفه در جامعه نیز افزایش می‌یابد. در این جا، فاصله بین ۲۷.۵ درصد و ۵۶.۶ گزینه کم در متغیر تحصیلات برای پایین‌ترین و بالاترین سطح تحصیلات قابل توجه است.

### ۳- سنجش میزان رواج امانت‌داری

جدول شماره ۱۰: درصد فراوانی سنجش میزان رواج امانت‌داری در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۱۰۸۴	۷/۲
خیلی کم	۱۸۱۸	۱۲/۱
کم	۳۸۸۶	۲۵/۹
متوسط	۵۱۱۲	۳۴/۱
زیاد	۲۲۰۳	۱۴/۷
خیلی زیاد	۶۰۴	۴/۰
کاملاً	۲۹۴	۲/۰
کل	۱۵۰۰۱	۱۰۰/۰

جدول شماره ۱۰ از ۷.۲ درصد پاسخگویی به گزینه «اصلاً»، ۲ درصد «کاملاً»، ۴۴ درصد «خیلی کم» و «کم»، ۳۴.۱ «متوسط» و ۱۸.۷ درصد «زیاد» و «خیلی زیاد» به سؤال میزان امانت‌داری در جامعه حکایت دارد. در این مؤلفه نیز بیشترین سهم گزینه، برای گزینه‌های کم و متوسط است، اما در مقایسه با دو مؤلفه‌ی قبلی، سهم زیاد و خیلی زیاد بالاتر است.

جدول شماره ۱۱: درصد فراوانی سنجش میزان رواج امانت‌داری به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۰۵۰	۷۴۹۶	۱۹/۲	۳۳/۲	۴۷/۶	مرد	
		۷۵۰۴	۲۲/۱	۳۵/۰	۴۲/۹	زن	

سن	تخصصیات	وضعیت فعالیت	وضعیت تأهل	کل مراکز استان‌ها			
				مقادیر	تعداد	درصد	مقادیر
۱۸-۲۸	بی سواد	شاغل	متاهل	۴۸/۳	۳۳/۴	۱۸/۳	۵۲۹۹
				۴۵/۸	۳۵/۲	۱۸/۹	۴۳۱۰
				۴۳/۵	۳۳/۳	۲۳/۲	۳۱۴۹
				۳۹/۴	۳۴/۵	۲۶/۱	۲۲۲۳
ابتدایی و راهنمایی	متوسطه و دیپلم	فوق دیپلم و لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	۳۲/۸	۳۱/۴	۳۵/۸	۷۰۷
				۴۲/۱	۳۲/۴	۲۵/۴	۴۸۹۹
				۴۵/۹	۳۴/۵	۱۹/۷	۵۲۷۸
				۴۸/۴	۳۵/۴	۱۶/۲	۴۴۴۲
۵۱-۶۵	بی سواد	شاغل	متاهل	۴۸/۴	۳۳/۶	۱۸/۰	۵۵۲۲
				۳۹/۱	۳۵/۹	۲۵/۰	۹۹۵
				۴۷/۸	۳۴/۴	۱۷/۸	۲۰۴۹
				۴۰/۸	۳۴/۹	۲۴/۳	۵۳۲۳
				۵۱/۱	۳۱/۶	۱۷/۳	۹۶۹
				۴۸/۹	۲۲/۷	۲۸/۴	۸۸
۲۹-۳۹	بی سواد	شاغل	متاهل	۴۹/۷	۳۳/۵	۱۶/۸	۴۰۸۱
				۴۳/۶	۳۴/۴	۲۲/۰	۱۰۶۷۳
				۶۴/۴	۲۴/۷	۲۸/۹	۱۶۶
۴۰-۵۰	بی سواد	شاغل	متاهل	۴۹/۷	۳۳/۵	۱۶/۸	۴۰۸۱
				۴۳/۶	۳۴/۴	۲۲/۰	۱۰۶۷۳
				۶۴/۴	۲۴/۷	۲۸/۹	۱۶۶

بررسی جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد همانند جدول شماره ۹، افزایش تحصیلات، اعتقاد به رواج امانتداری در جامعه کاهش می‌یابد و با افزایش سن پاسخگویان، اعتقاد به رواج امانتداری، افزایش می‌یابد. مجردها و مردها در مقایسه با متأهلها و زنها میزان رواج امانتداری در جامعه را کم می‌دانند. در ضمن سطح معناداری همه متغیرها با پاسخها درباره میزان رواج گذشت، رابطه معناداری کاملی است.

#### ۴- سنجش میزان رواج انصاف

جدول شماره‌ی ۱۲: درصد فراوانی سنجش میزان رواج انصاف در جامعه

کل مراکز استان‌ها			
مقادیر	تعداد	درصد	مقادیر
اصلاً	۱۵۶۵	۱۰/۴	
خیلی کم	۲۲۵۶	۱۵/۰	



۲۷/۸	۴۱۷۴	کم
۳۰/۹	۴۶۳۵	متوسط
۱۰/۹	۱۶۳۴	زیاد
۳/۳	۴۹۸	خیلی زیاد
۱/۷	۲۵۳	کاملاً
۱۰۰/۰	۱۵۰۱۵	کل

در جدول شماره ۱۲، پاسخ به میزان رواج انصاف در جامعه، سهم گزینه «اصلاً» ۱۰.۴ درصد، «کاملاً» ۱.۷ درصد، «خیلی کم» و «کم» ۴۲.۸ درصد، «متوسط» ۳۰.۹ درصد و «زیاد» و «خیلی زیاد» ۵ درصد است. بررسی جدول‌های ۱۲ و ۸ نشان می‌دهد نتایج حاصل از پرسش درباره میزان رواج انصاف در جامعه (جدول شماره ۱۲) تا حدود زیادی مشابه نتایج سؤال از مؤلفه رواج گذشت در جامعه (جدول شماره ۸) است. شاید بتوان گفت دلیل این تشابه، قرابت مؤلفه گذشت و انصاف با یکدیگر است.

جدول شماره ۱۳: درصد فراوانی سنجش میزان رواج انصاف به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۲	۰/۰۲۹	۷۵۰۳	۱۵/۰	۳۰/۶	۵۴/۴	مرد	
		۷۵۱۱	۱۶/۸	۳۱/۱	۵۲/۱	زن	
۰/۰۰۰	۰/۱۲۸	۵۳۰۴	۱۳/۸	۲۹/۸	۵۶/۴	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۱۰	۱۴/۴	۳۰/۱	۵۵/۵	۲۹-۳۹	
		۳۱۵۴	۱۶/۹	۳۲/۰	۵۱/۰	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۷	۲۲/۲	۳۳/۳	۴۴/۵	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۴۷	۷۰۸	۳۰/۵	۳۳/۸	۳۵/۷	بی‌سواد	تحصیلات
		۳۹۰۵	۱۹/۸	۳۰/۹	۴۹/۳	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۹۲	۱۵/۱	۳۰/۷	۵۴/۱	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۴	۱۱/۹	۳۰/۵	۵۷/۶	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۲	۹/۸	۳۱/۰	۵۹/۲	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۶۴	۵۵۲۶	۱۳/۵	۳۰/۷	۵۵/۹	شاغل	فعالیت وضعیت
		۹۹۹	۲۰/۹	۳۴/۸	۴۴/۲	بیکار	
		۲۰۵۱	۱۳/۹	۲۹/۸	۵۶/۳	در حال تحصیل	

		۵۳۲۷	۱۸/۳	۳۱/۸	۴۹/۹	خانه‌دار	
		۹۶۹	۱۴/۶	۲۶/۶	۵۸/۸	بازنشسته	
		۸۸	۲۲/۷	۲۳/۹	۵۳/۴	سایر	
۰/۰۰۰	۰/۰۴۵	۴۰۸۴	۱۳/۴	۲۸/۶	۵۸/۰	مجرد	تاهل و متاهل
		۱۰۶۸۴	۱۶/۷	۳۱/۸	۵۱/۵	متاهل	
		۱۶۶	۲۲/۹	۲۹/۵	۴۷/۶	سایر	

نکته قابل توجه در این جدول، تأثیر تفاوت در مؤلفه سن و تحصیلات بر نحوه پاسخگویی به سؤال درباره‌ی میزان رواج انصاف در جامعه است. با افزایش سن اعتقاد به رواج انصاف نیز افزایش می‌یابد. بدین شکل که ۱۳/۸ درصد پاسخگویان در رده سنی ۱۸-۲۸ و ۲۲/۲ درصد پاسخگویان در رده سنی ۶۵-۵۱ در قبال سؤال رواج انصاف، گزینه زیاد را انتخاب کرده‌اند. از سوی دیگر با افزایش سطح تحصیلات این روند معکوس می‌شود، بدین معنا که با افزایش سطح تحصیلات اعتقاد به رواج انصاف به صورت پلکانی روند کاهشی دارد به نحوی که ۳۰/۵ درصد پاسخگویان بی‌سواد معتقدند میزان رواج انصاف زیاد است اما پاسخگویان با تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر، ۹/۸ درصد گزینه زیاد را انتخاب کرده‌اند.

در ضمن سطح معناداری متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل با پاسخ‌ها درباره میزان رواج انصاف، رابطه معناداری کاملی است. متغیر جنسیت هم با سطح معناداری ۰/۰۰۲ به دلیل اینکه از ۰/۰۵ پایین‌تر است، همانند سایر متغیرها، سطح معناداری کاملی است.

#### ۵- سنجش میزان رواج خیرخواهی

جدول شماره‌ی ۱۴: درصد فراوانی سنجش میزان رواج خیرخواهی در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
درصد	تعداد	مقادیر
۶/۶	۹۹۳	اصلاً
۱۱/۲	۱۶۷۸	خیلی کم
۲۳/۹	۳۵۹۰	کم
۳۴/۹	۵۲۴۳	متوسط
۱۶/۵	۲۴۸۳	زیاد

خیلی زیاد	۷۲۸	۴/۸
کاملاً	۲۹۹	۲/۰
کل	۱۵۰۱۴	۱۰۰/۰

توزیع پاسخگویان در جدول شماره ۱۴، بدین شکل است که در پاسخ به سؤال میزان رواج خیرخواهی در جامعه گزینه «اصلاً» ۶/۶ درصد، گزینه‌های «خیلی کم» و «کم» ۴۰/۱ درصد، گزینه «متوسط» ۳۴/۹ درصد، گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» ۲۱/۳ درصد و گزینه «کاملاً» ۲ درصد را به خود اختصاص داده است. در این مؤلفه نیز گزینه متوسط سهم بالایی از پاسخ‌ها را دارد.

جدول شماره ۱۵: درصد فراوانی سنجش میزان رواج خیرخواهی به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۰۳۳	۷۵۰۱	۲۲/۶	۳۴/۱	۴۳/۳	مرد	
		۷۵۱۲	۲۴/۲	۳۵/۷	۴۰/۱	زن	
۰/۰۰۰	۰/۰۷۷	۵۳۰۱	۲۱/۶	۳۴/۷	۴۳/۷	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۱۳	۲۱/۱	۳۵/۵	۴۳/۴	۲۹-۳۹	
		۳۱۵۳	۲۴/۸	۳۵/۳	۳۹/۹	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۷	۳۰/۱	۳۳/۵	۳۶/۴	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۰۹۲	۷۰۸	۳۵/۹	۳۳/۶	۳۰/۵	بی سواد	تحصیلات
		۳۹۰۶	۲۶/۷	۳۳/۲	۴۰/۱	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۹۲	۲۲/۸	۳۴/۷	۴۲/۵	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۲	۲۰/۰	۳۶/۹	۴۳/۱	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۲	۱۶/۹	۳۴/۸	۴۸/۳	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۵۹	۵۵۲۵	۲۰/۷	۳۵/۴	۴۳/۹	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۸	۲۹/۸	۳۴/۵	۳۵/۸	بیکار	
		۲۰۵۱	۲۱/۴	۳۵/۷	۴۲/۹	در حال تحصیل	
		۵۳۳۰	۲۶/۰	۳۵/۱	۳۸/۹	خانه‌دار	
		۹۶۷	۲۰/۳	۳۲/۴	۴۷/۴	بازنشسته	
		۸۸	۳۵/۲	۱۹/۳	۴۵/۵	سایر	



۰/۰۰۰	۰/۰۴۱	۴۰/۱	۲۰/۳	۳۴/۲	۴۵/۴	مجرد	تعداد
		۱۰۶۸۶	۲۴/۳	۳۵/۳	۴۰/۳	متأهل	
		۱۶۶	۲۳/۷	۲۷/۱	۳۹/۲	سایر	

بررسی جدول شماره ۱۵ نشان می‌دهد همانند جدول‌های قبلی، دو متغیر سن و تحصیلات در نحوه‌ی پاسخگویی به میزان رواج خیرخواهی نیز مؤثر هستند. به عبارت دیگر سن و اعتقاد به میزان رواج خیرخواهی رابطه‌ی مستقیم دارند و تحصیلات و اعتقاد به رواج خیرخواهی رابطه معکوس دارند. هم‌چنین سطح معناداری همه‌ی متغیرها با پاسخ‌ها درباره میزان رواج خیرخواهی، رابطه معناداری کاملی است.

#### ۶- سنجش میزان رواج وفای به عهد

جدول شماره ۱۶: درصد فراوانی سنجش میزان رواج وفای به عهد در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
درصد	تعداد	مقادیر
۸/۱	۱۲۱۲	اصلاً
۱۲/۳	۱۸۵۲	خیلی کم
۲۵/۷	۳۸۶۰	کم
۳۴/۴	۵۱۵۶	متوسط
۱۳/۲	۱۹۸۱	زیاد
۴/۱	۶۲۲	خیلی زیاد
۲/۲	۳۲۵	کاملاً
۱۰۰/۰	۱۵۰۰۸	کل

جدول شماره ۱۶ با نشان دادن درصد فراوانی سنجش میزان رواج وفای به عهد در جامعه بر این نکته اشاره دارد که پاسخگویان همانند جدول‌های قبلی بیشتر گزینه متوسط را برگزیده‌اند. در این قسمت، پاسخگویان گزینه «اصلاً» ۸/۱ درصد، گزینه‌های «خیلی کم» و «کم» ۳۸ درصد، گزینه «متوسط» ۳۴/۴ درصد، گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» ۱۷/۳ درصد و گزینه «کاملاً» ۲/۲ درصد را برای سنجش میزان رواج وفای به عهد در جامعه برگزیده‌اند.

جدول شماره ۱۷: درصد فراوانی سنجش میزان رواج وفای به عهد به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۰۳۸	۷۴۹۷	۱۸/۳	۳۳/۸	۴۷/۸	مرد	جنسیت
		۷۵۱۰	۲۰/۷	۳۴/۹	۴۴/۴	زن	
۰/۰۰۰	۰/۰۹۴	۵۳۰۳	۱۷/۶	۳۳/۵	۴۸/۹	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۱۰	۱۷/۶	۳۴/۲	۴۸/۲	۲۹-۳۹	
		۳۱۵۰	۲۰/۹	۳۵/۸	۴۳/۳	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۵	۲۵/۸	۳۴/۵	۳۹/۷	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۳۶	۷۰۸	۳۳/۲	۳۲/۵	۳۴/۳	بی سواد	تحصیلات
		۳۹۰۳	۲۴/۵	۳۲/۹	۴۲/۶	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۸۸	۱۸/۶	۳۵/۱	۴۶/۴	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۳	۱۵/۱	۳۵/۰	۵۰/۰	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۲	۱۲/۵	۳۴/۸	۵۲/۷	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۷۲	۵۵۲۲	۱۶/۴	۳۴/۹	۴۸/۶	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۸	۲۴/۲	۳۵/۴	۴۰/۴	بیکار	
		۲۰۵۱	۱۶/۸	۳۳/۸	۴۹/۴	در حال تحصیل	
		۵۳۲۷	۲۳/۰	۳۵/۱	۴۱/۹	خانه‌دار	
		۹۶۸	۱۷/۶	۲۹/۰	۵۳/۴	بازنشسته	
		۸۷	۲۸/۷	۱۹/۵	۵۱/۷	سایر	
۰/۰۰۰	۰/۰۵۰	۴۰۸۲	۱۶/۰	۳۲/۸	۵۱/۲	مجرد	تاهل وضعیت
		۱۰۶۷۹	۲۰/۷	۳۵/۱	۴۴/۲	متاهل	
		۱۶۶	۲۵/۹	۲۸/۹	۴۵/۲	سایر	

سنجش میزان رواج وفای به عهد در جامعه (جدول شماره ۱۷) نتایج مشابهی با جدول‌های قبلی از حیث تأثیرگذاری رده سنی و سطح تحصیلات در نحوه‌ی پاسخگویی دارد. نکته قابل توجه در این جدول، بالاتر بودن اعتقاد پاسخگویان بیکار و خانه‌دار به رواج وفای به عهد در جامعه در مقایسه با سایر پاسخگویان با وضعیت فعالیت شاغل، در حال تحصیل و بازنشسته است. در این جدول نیز سطح معناداری همه‌ی متغیرها با پاسخ‌ها درباره میزان رواج وفای به عهد، رابطه معناداری کاملی است.

## ۷- سنجش میزان رواج نوع دوستی

جدول شماره ۱۸: درصد فراوانی سنجش میزان رواج نوع دوستی در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۳۵۸	۲/۴
خیلی کم	۷۲۹	۴/۹
کم	۲۶۸۵	۱۷/۹
متوسط	۵۱۵۱	۳۴/۴
زیاد	۳۹۵۴	۲۶/۴
خیلی زیاد	۱۵۵۹	۱۰/۴
کاملاً	۵۳۷	۳/۶
کل	۱۴۹۷۳	۱۰۰/۰

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول شماره ۱۸، پاسخگویان در پاسخ به سؤال میزان رواج نوع دوستی در جامعه، ۲/۴ درصد گزینه «اصلاً»، ۳/۶ درصد گزینه «کاملاً»، ۲۲/۸۳ درصد گزینه‌های «خیلی کم» و «کم»، ۳۴/۴ درصد گزینه «متوسط»، ۳۶/۸ درصد گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» را انتخاب کرده‌اند. گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» در این جدول در مقایسه با جدول‌های دیگر بیشتر است که در کنار گزینه کاملاً (جمعاً ۴۰/۴ درصد) نشان می‌دهد از نظر پاسخگویان میزان رواج نوع دوستی در جامعه در مقایسه با سایر خصوصیات بالاترین سطح را دارد. این مسأله نشان می‌دهد جامعه ایرانی از نقطه قوت، نوع دوستی برخوردار است که امکان تأثیرگذاری بر سایر مؤلفه‌ها و رفع نقاط ضعف در سایر خصوصیات را دارد.

جدول شماره ۱۹: درصد فراوانی سنجش میزان رواج نوع دوستی به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۹۲۵	۰/۰۰۳	۷۴۸۳	۴۰/۵	۳۴/۳	۲۵/۲	مرد	جنسیت
		۷۴۸۹	۴۰/۳	۳۴/۶	۲۵/۱	زن	
۰/۳۴۳	۰/۰۱۰	۵۲۸۵	۴۰/۸	۳۳/۹	۲۵/۳	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۰۲	۳۹/۴	۳۴/۱	۲۶/۵	۲۹-۳۹	

		۳۱۴۲	۴۰/۲	۳۴/۹	۲۴/۹	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۴	۴۱/۶	۳۵/۴	۲۳/۰	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۰۴۳	۷۰۷	۴۶/۴	۳۴/۱	۱۹/۵	بی سواد	تحصیلات
		۳۸۹۵	۴۱/۱	۳۴/۸	۲۴/۲	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۷۸	۴۰/۹	۳۳/۲	۲۶/۰	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۲۹	۳۹/۱	۳۵/۳	۲۵/۶	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۱	۳۴/۷	۳۶/۵	۲۸/۸	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۲۷۴	۰/۰۲۰	۵۵۱۵	۴۰/۴	۳۴/۰	۲۵/۶	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۷	۴۰/۵	۳۵/۷	۲۳/۸	بیکار	
		۲۰۴۳	۴۰/۷	۳۵/۴	۲۳/۹	در حال تحصیل	
		۵۳۱۲	۴۱/۱	۳۴/۲	۲۴/۷	خانه‌دار	
		۹۶۴	۳۷/۴	۳۴/۱	۲۸/۴	بازنشسته	
		۸۸	۳۸/۶	۳۱/۸	۲۹/۵	سایر	
۰/۰۳۵	۰/۰۱۹	۴۰۷۲	۳۹/۳	۳۳/۹	۲۶/۷	مجرد	وضعیت تأهل
		۱۰۶۵۵	۴۰/۹	۳۴/۶	۲۴/۶	متأهل	
		۱۶۵	۳۴/۵	۳۵/۸	۲۹/۷	سایر	

دو نکته درباره جدول شماره ۱۹ قابل بررسی است. اول این که همانند جدول‌های قبلی، نسبت تحصیلات و اعتقاد به میزان رواج خصوصیت مورد بررسی رابطه معکوسی دارد. در این جدول نیز با افزایش سطح تحصیلات پاسخگویان، میزان اعتقاد به رواج نوع دوستی روند کاهشی به صورت پلکانی دارد. دوم این که سطح معناداری متغیرهای تحصیلات و وضعیت تأهل (کمتر از ۰/۰۵) با پاسخ‌ها درباره میزان رواج نوع دوستی، رابطه معناداری کاملی است اما متغیرهای جنسیت با سطح معناداری ۰/۹۲۵، سن با ۰/۳۴۳ و وضعیت فعالیت با ۰/۲۷۴ به دلیل این که از ۰/۰۵ بالاتر هستند، معناداری ندارند.

## ۸- سنجش میزان رواج وظیفه‌شناسی

جدول شماره ۲۰: درصد فراوانی سنجش میزان رواج وظیفه‌شناسی در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۵۶۵	۳/۸
خیلی کم	۱۱۹۴	۸/۰
کم	۳۵۰۶	۲۳/۴
متوسط	۵۳۱۷	۳۵/۵
زیاد	۲۹۴۲	۱۹/۶
خیلی زیاد	۱۰۷۳	۷/۲
کاملاً	۳۸۸	۲/۶
کل	۱۴۹۸۵	۱۰۰/۰

در بخش سنجش رواج خصوصیت وظیفه‌شناسی، بیشترین سهم به ترتیب برای گزینه «متوسط» با ۳۵/۵ درصد، درصد گزینه‌های «خیلی کم» و «کم» با ۳۱/۴ درصد، گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» با ۲۶/۸ درصد، درصد گزینه «اصلاً» با ۳/۸ درصد است و گزینه «کاملاً» با ۲/۶ درصد در رتبه آخر قرار دارد.

جدول شماره ۲۱: درصد فراوانی سنجش میزان رواج وظیفه‌شناسی به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۱	۰/۰۳۰	۷۴۹۲	۲۸/۹	۳۴/۵	۳۶/۵	مرد	
		۷۴۹۲	۲۹/۸	۳۶/۴	۳۳/۷	زن	
۰/۰۰۰	۰/۰۷۱	۵۲۹۵	۲۷/۵	۳۵/۴	۳۷/۱	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۰۶	۲۸/۲	۳۵/۱	۳۶/۸	۲۹-۳۹	
		۳۱۴۳	۳۰/۸	۳۵/۶	۳۳/۶	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۱	۳۴/۴	۳۵/۰	۲۹/۶	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۳۸	۷۰۶	۳۹/۲	۳۷/۵	۲۳/۲	بی سواد	تحصیلات
		۴۸۹۸	۳۴/۰	۳۵/۱	۳۰/۹	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۸۱	۲۹/۵	۳۵/۴	۳۵/۱	متوسطه و دیپلم	



		۴۴۳۵	۲۵/۰	۳۵/۵	۳۹/۵	فوق دیپلم و لیسانس
		۶۳۱	۲۰/۰	۳۵/۲	۴۴/۸	فوق لیسانس و بالاتر
۰/۰۰۰	۰/۰۵۲	۵۵۱۷	۲۷/۶	۳۴/۶	۲۹/۰	شاغل
		۹۹۶	۳۳/۶	۳۷/۳	۳۷/۳	بیکار
		۲۰۴۹	۲۶/۸	۳۵/۹	۳۲/۰	در حال تحصیل
		۵۳۱۵	۳۱/۹	۳۶/۲	۳۹/۲	خانه‌دار
		۹۶۵	۲۶/۶	۳۴/۲	۳۱/۸	بازنشسته
		۸۸	۳۵/۲	۳۳/۰	۳۹/۳	سایر
۰/۰۰۰	۰/۰۳۹	۴۰۷۶	۲۶/۵	۳۴/۲	۳۹/۳	مجرد
		۱۰۶۶۲	۳۰/۵	۳۵/۹	۳۳/۶	متاهل
		۱۶۶	۲۷/۷	۳۸/۶	۳۳/۷	سایر

سطح معناداری متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل در جدول شماره ۲۱ و با پاسخ‌ها درباره میزان رواج وظیفه‌شناسی، رابطه معناداری کاملی است. متغیر جنسیت نیز با سطح معناداری ۰/۰۰۱ به دلیل این‌که از ۰/۰۵ پائین‌تر است، همانند سایر متغیرها، سطح معناداری کاملی است.

در جدول سنجش میزان رواج وظیفه‌شناسی، متغیر سن و تحصیلات همانند جدول‌های قبلی با نحوه پاسخگویی نسبت خاص (متغیر سن رابطه مستقیم و متغیر تحصیلات معکوس) دارند.

#### ۹- سنجش میزان رواج قناعت

جدول شماره ۲۲: درصد فراوانی سنجش میزان رواج قناعت در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
درصد	تعداد	مقادیر
۳/۷	۵۵۲	اصلاً
۷/۹	۱۱۸۹	خیلی کم
۲۲/۵	۳۳۷۰	کم
۳۱/۴	۴۷۱۳	متوسط
۲۱/۲	۳۱۸۶	زیاد



۹/۸	۱۴۶۳	خیلی زیاد
۳/۵	۵۲۵	کاملاً
۱۰۰/۰	۱۴۹۹۸	کل

پاسخگویان در پاسخ به سؤال درباره اعتقاد به رواج خصوصیت قناعت در جامعه، کمترین درصد پاسخ‌ها را به گزینه «کاملاً» با ۳/۵ درصد داده‌اند. گزینه «اصلاً» با ۳/۷ درصد، گزینه‌های «خیلی کم» و «کم» با ۳۰/۴ درصد، گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» با ۳۱ درصد، گزینه «متوسط» با ۳۱/۴ درصد در رتبه بعدی قرار دارند.

جدول شماره‌ی ۲۳: درصد فراوانی سنجش میزان رواج قناعت به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۰۶	۰/۰۲۶	۷۴۹۹	۳۴/۰	۳۰/۷	۳۵/۳	مرد	
		۷۴۹۸	۳۵/۰	۳۲/۲	۳۲/۹	زن	
۰/۰۰۰	۰/۰۸۵	۵۲۹۸	۳۱/۳	۳۲/۲	۳۶/۵	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۱۱	۳۳/۵	۳۱/۵	۳۵/۰	۲۹-۳۹	
		۳۱۴۶	۳۷/۱	۳۰/۲	۳۲/۷	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۴	۴۰/۳	۳۱/۱	۲۸/۶	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۳۹	۷۰۷	۴۵/۷	۳۱/۴	۲۲/۹	بی‌سواد	تحصیلات
		۳۹۰۴	۴۰/۱	۲۹/۶	۳۰/۳	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۸۴	۳۴/۱	۳۲/۰	۳۳/۹	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۳۸	۲۹/۵	۳۲/۳	۲۸/۲	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۱	۲۴/۷	۳۲/۰	۴۳/۳	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۵۴	۵۵۲۴	۳۲/۵	۳۰/۶	۳۶/۸	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۹	۳۸/۹	۳۱/۰	۳۰/۰	بیکار	
		۲۰۴۷	۲۹/۵	۳۳/۵	۳۷/۰	در حال تحصیل	
		۵۳۱۹	۳۷/۶	۳۱/۵	۳۰/۹	خانه‌دار	
		۹۶۷	۳۳/۷	۳۱/۶	۳۴/۶	بازنشسته	
		۸۸	۴۲/۰	۲۷/۳	۳۰/۷	سایر	

وضعیت شرف	مجموع	۳۷/۵	۳۲/۰	۳۰/۴	۴۰۷۵	
		متاهل	۳۲/۹	۳۱/۱	۳۶/۰	۱۰۶۷۶
		سایر	۳۲/۵	۳۳/۱	۴۳/۳	۱۶۶

در جدول شماره ۲۱ نکته قابل توجهی به غیر از نسبت متغیرهای سن و تحصیلات با نحوه‌ی پاسخگویی به رواج خصوصیت مورد بررسی وجود ندارد. در ضمن سطح معناداری متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل با پاسخ‌ها درباره میزان رواج قناعت، رابطه معناداری کاملی است. متغیر جنسیت نیز با سطح معناداری ۰/۰۰۶ به دلیل این که از ۰/۰۵ پائین تر است، همانند سایر متغیرها، سطح معناداری کاملی است.

#### ۱۰- سنجش میزان رواج نجابت و شرافت

جدول شماره‌ی ۲۴ درصد فراوانی سنجش میزان رواج نجابت و شرافت در جامعه

کل مراکز استان‌ها		
مقادیر	تعداد	درصد
اصلاً	۳۷۱	۲/۵
خیلی کم	۸۴۵	۵/۶
کم	۲۴۳۷	۱۶/۲
متوسط	۵۳۴۳	۳۵/۶
زیاد	۳۶۹۴	۲۴/۶
خیلی زیاد	۱۷۱۰	۱۱/۴
کاملاً	۵۹۸	۴/۰
کل	۱۴۹۹۸	۱۰۰/۰

نکته بسیار مهم در جدول شماره ۲۴ وضعیت مناسب اعتقاد پاسخگویان به رواج نجابت و شرافت در جامعه است. با وجود این که پاسخگویان سطح بالاتری برای رواج خصوصیت نوع دوستی (جدول شماره ۱۸) در نظر گرفته‌اند (جمع گزینه‌های کاملاً، زیاد و خیلی زیاد) اما در پاسخ‌های منفی (گزینه‌های اصلاً، خیلی کم و کم)، مؤلفه‌ی نجابت و شرافت کمترین سهم را در مقایسه با خصوصیات دیگر دارد (۲۴/۳ درصد).

جدول شماره ۲۵: درصد فراوانی سنجش میزان رواج نجابت و شرافت به تفکیک متغیرها

سطح معنادار	آماره	پاسخ معتبر	زیاد	متوسط	کم	متغیر	
						پاسخ	جنسیت
۰/۰۴۳	۰/۰۲۰	۷۴۹۴	۴۰/۸	۳۵/۷	۲۳/۵	مرد	جنسیت
		۷۵۰۳	۳۹/۳	۳۵/۵	۲۵/۲	زن	
۰/۰۰۰	۰/۰۷۹	۵۲۹۸	۳۸/۰	۳۵/۶	۲۶/۴	۱۸-۲۸	سن
		۴۳۰۷	۳۸/۶	۳۵/۱	۲۶/۴	۲۹-۳۹	
		۳۱۴۷	۴۱/۱	۳۶/۴	۲۲/۵	۴۰-۵۰	
		۲۲۲۶	۴۶/۳	۳۵/۴	۱۸/۴	۵۱-۶۵	
۰/۰۰۰	-۰/۱۰۰	۷۰۵	۴۸/۹	۳۵/۵	۱۵/۶	بی سواد	تحصیلات
		۳۹۰۷	۴۴/۸	۳۲/۷	۲۲/۵	ابتدایی و راهنمایی	
		۵۲۷۸	۳۹/۲	۳۵/۶	۲۵/۲	متوسطه و دیپلم	
		۴۴۴۳	۳۶/۶	۳۷/۶	۲۵/۹	فوق دیپلم و لیسانس	
		۶۳۲	۳۱/۲	۴۰/۵	۲۸/۳	فوق لیسانس و بالاتر	
۰/۰۰۰	۰/۰۳۹	۵۵۲۰	۳۹/۱	۳۵/۸	۲۵/۱	شاغل	وضعیت فعالیت
		۹۹۸	۴۵/۳	۳۶/۹	۱۷/۸	بیکار	
		۲۰۴۹	۳۶/۹	۳۷/۴	۲۵/۷	در حال تحصیل	
		۵۳۲۲	۴۰/۹	۳۵/۱	۲۴/۰	خانه‌دار	
		۹۶۶	۴۰/۷	۳۳/۲	۲۶/۱	بازنشسته	
		۸۸	۵۱/۱	۲۸/۴	۲۰/۵	سایر	
۰/۰۰۰	۰/۰۳۵	۴۰۷۶	۳۶/۹	۳۵/۶	۲۷/۴	مجرد	تأهل وضعیت
		۱۰۶۷۵	۴۱/۲	۳۵/۶	۲۳/۲	متأهل	
		۱۶۶	۳۸/۰	۳۹/۲	۲۲/۹	سایر	

نکته مشابه در جدول‌های قبلی در خصوص سن و تحصیلات در جدول شماره ۲۵ حاکم است. در ضمن سطح معناداری متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل با پاسخ‌ها درباره میزان رواج قناعت، رابطه معناداری کاملی است. متغیر جنسیت نیز با سطح معناداری ۰/۰۴۳ به دلیل اینکه از ۰/۰۵ پایین‌تر است، همانند متغیرهای دیگر، سطح معناداری کاملی است.

### نتیجه‌گیری

۱- براساس حاصل جمع درصد فراوانی گزینه‌های «کاملاً»، «خیلی زیاد» و «زیاد»، بالاترین رتبه شاخص‌های ده‌گانه به ترتیب، نوع دوستی (۴۰/۴ درصد)، نجابت و

شرافت (۴۰ درصد)، قناعت (۳۴/۵ درصد)، وظیفه‌شناسی (۲۹/۴ درصد)، خیرخواهی (۲۳/۳ درصد)، امانتداری (۲۰/۷ درصد)، وفای به عهد (۱۹/۵ درصد)، گذشت (۱۹/۱ درصد)، صداقت و راستگویی (۱۷/۵ درصد) و رعایت انصاف با (۱۵/۹ درصد) است. سطح پایین اعتقاد به رواج صداقت و راستگویی و انصاف در جامعه، نیازمند توجه ویژه به عوامل بروز این مسأله و حل و فصل آن است.

۲- براساس جمع‌بندی سنجش مؤلفه‌های ده‌گانه، به لحاظ میزان اعتقاد به وجود ارزش‌های اجتماعی، از جمع ۱۴۸۴۹ نفری که نظر خود را در مورد این ارزش‌ها ابراز کرده‌اند؛ نزدیک به نیمی از آنها (۴۸/۹ درصد) تا حدودی (متوسط) به وجود ارزش‌های اجتماعی در جامعه معتقد هستند. هم‌چنین ۱۴/۶ درصد به میزان «زیاد و یا خیلی زیاد» و ۳۶/۶ درصد نیز به میزان «کم و یا خیلی کم» به وجود ارزش‌های اجتماعی در جامعه معتقد هستند. هم‌چنین از حیث فراوانی پاسخ‌ها، در کلیه سنجش شاخص‌ها، گزینه متوسط بیشترین فراوانی را دارد. در مجموع نیز با توجه به داده‌های جداول، یک سوم از پاسخگویان معتقدند ارزش‌های اخلاقی مدنظر در حد متوسط در جامعه رعایت می‌شود.

۳- نتایج نشان داد که رواج ارزش‌های اجتماعی در جامعه تأثیر مثبت و مستقیمی بر گرایش به هویت ملی دارد و در مقابل تأثیر منفی و معکوسی بر گرایش افراد نسبت به هویت مدرن گذاشته است. بنابراین رواج ارزش‌های اجتماعی در جامعه و یا به عبارتی احیای آنها می‌تواند گرایش پاسخگویان را نسبت به هویت ملی افزایش دهد و در مقابل باعث کاهش گرایش به هویت مدرن شود. بنابراین با درصدی از احتمال می‌توان گفت، گرایش به هویت مدرن، می‌تواند به دلایل مختلف از جمله فضای مجازی، نارضایتی‌ها موجود در جامعه باشد.

۶- نگاهی به اطلاعات ارائه شده در بخش آماره‌های جدول مؤید آن است که اولاً در ستون میانگین، بالاترین میانگین‌ها مربوط به گویه «نوع‌دوستی» با (۴/۳ درصد) و نجابت و شرافت (۴/۲ درصد) است. این امر مبین آن است که نوع‌دوستی و نجابت و شرافت نقش برجسته‌تری در تولید و ارتقای سطح نگرش پاسخگویان به ارزش‌های اخلاقی دارند. ثانیاً کمترین انحراف معیار مربوط به گویه رعایت نجابت و شرافت است و به این معنا که اتفاق نظر بیشتری در مورد این ارزش وجود دارد.

۷- نکته قابل تأمل رابطه معکوس میزان تحصیلات پاسخگویان با اعتقاد آنان به میزان رواج ارزش‌های اخلاقی است. چرایی بروز این پدیده که افراد با سطح تحصیلات بالاتر در این حوزه، نظرات مثبت کمتری به رواج ارزش‌های اخلاقی در جامعه دارند، می‌تواند نتایج جالبی را در پی داشته باشد.

## منابع

- آزادارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)؛ *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آزادمرزآبادی، اسفندیار (۱۳۸۷)؛ «بررسی ارتباط بین نظام ارزش نوجوانان و هویت ملی آنان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۹، ش ۳۴، صص ۱۳۲-۱۱۳.
- آلپورت، گوردون (۱۳۵۲)؛ *رشد شخصیت*، ترجمه‌ی فاطمه بختیاری، تهران: امیرکبیر.
- احدی، حسن؛ محسنی، نیک‌چهر (۱۳۸۲)؛ *روانشناسی رشد*، تهران: نشر بنیاد.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۹۵)؛ *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*، ترجمه‌ی مریم وتر، ج ۳، تهران: کویر.
- خناری‌نژاد، حبیب (۱۳۸۳)؛ «ارزش‌ها در مدیریت»، *ماهنامه مدیریت*، ش ۳۵، ص ۶۲.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶)؛ *توسعه و تضاد*، تهران: سهامی انتشار.
- ساعی، منصور؛ حیدری، حسین؛ ساعی، احمد (۱۳۹۲)؛ «بررسی اثر مصرف فرهنگی فراغتی جوانان بر سبک زندگی و ارزش‌های اجتماعی آنان»، *کنگره ملی اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان*، صص ۱۲۰-۹۷.
- صنیع‌اجلال، مریم (۱۳۸۴)؛ *درآمدی بر فرهنگ و هویت ملی*، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- عبایی کوپایی، محمود؛ احقر، قدسی؛ رمضان‌پور، فریبا (۱۳۸۹)؛ «رابطه نظام ارزش‌ها با هویت ملی دانش‌آموزان؛ مطالعه موردی دانش‌آموزان پسر و دختر مقطع متوسطه شهر تهران ۱۳۸۹-۱۳۸۸»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۱، ش ۴۴، صص ۲۵-۳.
- فاضلی، حبیب‌الله (۱۳۹۱)، «گفتمان امام خمینی (ره) و مسأله هویت: عرفان فقیهانه، اصالت امت و اعتبار ملت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۳، ش ۵۱، صص ۸۰-۵۵.
- قرایی‌مقدم، امان‌الله (۱۳۷۴)؛ *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران: ابجد.
- لطف‌آبادی، حسین؛ نوروزی، فریده (۱۳۸۳)؛ «نظریه‌پردازی و مقیاس‌سازی برای سنجش نظام ارزشی به منظور بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر نظام ارزشی دانش‌آموزان نوجوان ایران»، *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، س ۳، ش ۷، صص ۵۸-۳۳.
- مؤسسه مطالعات ملی (۱۳۹۳)؛ *پیمایش سنجش هویت جمعی ایرانیان*، تهران: تمدن ایرانی.
- Fenton, Steve (2011); "The sociology of ethnicity and national identity", *Ethnicities*, Vol. 11, No. 1, PP 12-17.
- Hall, S. (1991); "Old and New Identities", *Old and New Ethnicities*, in Culture, Globalization and the World-System, A. D. King (ed.), Basingstoke: Macmillan.
- Inglehart, R. (1987); "Value Change in Industrial Societies", *American Political Science Review*, 81, Issue 4, PP 1289-1319.
- Keillor, Bruce D and G. Thomas M. Hult (1999); "A five-country study on national identity: Implications for international marketing research and practice, *International Marketing Review*", Vol. 16, No 1, PP 35-82.
- Schwartz, S. H, Sagiv.L. (1995); "Identifying Culture-specifics in the Content and Structure of Values", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Issue 26, PP 92-116.
- Schwartz, S.Bardi, A. (2001); "Value Hierarchies Across Cultures, Taking a Similarities Perspective", *Journal of Cross Cultural Psychology*, Issue 31, PP 268-290.
- Schwartz, S.H, Sagiv.L. (2000); "Value Consensus and Importance: A Cross-national Study-", *Journal of Cross-Cultural Psychology*; Issue 31, PP 465-497.