

نوع مقاله: پژوهشی
صفحات ۲۶۲ - ۲۳۳

تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه دینی و هویت اخلاقی (مورد مطالعه: شهر اصفهان)

سارا مدنیان^۱
سیدعلی هاشمیان فر^۲
مقصود فراستخواه^۳

چکیده

یکی از دغدغه‌های مهم در جوامع انسانی، که همواره مورد توجه دانشمندان علوم انسانی و اجتماعی قرار داشته است، وجود جامعه‌ای با کنشگران اخلاقی است. بر اساس نظریه استتس هویت اخلاقی مقدمه کنش اخلاقی است و بنابراین شناخت عوامل مؤثر بر آن حائز اهمیت است. بر این اساس، هدف از نگارش این مقاله بررسی تأثیر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی است. برای بررسی این رابطه، داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه و با انتخاب نمونه ۵۴۶ نفری از شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر اصفهان به روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با حجم بر اساس متغیرهای گروه سنی، جنس و منطقه سکونت به دست آمد. یافته‌های پژوهش نشان داد نمره هویت اخلاقی و ابعاد آن و همچنین سرمایه دینی بالاتر از میانگین است. همچنین متغیر سرمایه دینی ۲۹ درصد از واریانس متغیر هویت اخلاقی را تبیین می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت متغیر سرمایه دینی در حد بالایی توان تبیین واریانس متغیر هویت اخلاقی را دارد.

واژگان کلیدی

هویت اخلاقی، سرمایه دینی، کنش اخلاقی، دینداری، نظریه هویت.

۱. دانشجوی دکتری گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.

Email: madanian.s@gmail.com

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان. (نویسنده مسئول).

Email: seyedalihashemianfar@yahoo.com

۳. دانشیار گروه برنامه‌ریزی آموزش عالی، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.

Email: m_farasatkah@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۰/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۸/۲۶

طرح مسأله

اخلاق و زیست اخلاقی به‌مثابه عناصر جدایی‌ناپذیر زندگی اجتماعی انسان از اهمیت بسیاری برخوردارند و از دیرباز مورد توجه اندیشمندان بوده‌اند. این موضوع، در دوران معاصر نیز به‌واسطهٔ روبه‌روشدن جوامع با سبک تازه‌ای از زندگی و نوع جدیدی از تعاملات اجتماعی، نه‌تنها اهمیت پیشین خود را از دست نداده که با توجه به درهم‌تنیدگی‌های بیشتر روابط اجتماعی، جایگاه مهم‌تری نیز یافته و محمل پژوهش‌های جدی‌تری در علوم مختلف و ازجمله جامعه‌شناسی قرار گرفته است. موضوع اخلاق امری مربوط به انسان و روابط اجتماعی است و از آنجایی که رابطهٔ اجتماعی رکن اصلی «ما» و اجتماع است (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۴۷)، پایبندی به اخلاق باعث قوام و ادامهٔ حیات اجتماعی انسان‌ها می‌گردد و نویدبخش تحقق زندگی خوب برای شهروندان است.

امروزه از جمله مسائل مطرح در جامعه، مصادیقی از بی‌اخلاقی‌هایی است که افراد در تعاملات روزمره خود با آن روبه‌رو می‌شوند. نتایج برخی پژوهش‌ها نیز حاکی از نگرانی‌هایی دربارهٔ وضعیت اخلاقی جامعه است. چنان‌که در موج دوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، دربارهٔ آینده وضعیت اخلاقی جامعه، در پاسخ به دو پرسش مطرح شده «فکر می‌کنید رواج صفات بد اخلاقی مثل دورویی، تظاهر، تقلب و کلاهبرداری بین مردم در پنج سال آینده بیشتر خواهد شد یا کمتر؟» و «فکر می‌کنید رواج صفات خوب اخلاقی مثل صداقت، راستگویی، گذشت و امانتداری بین مردم در پنج سال آینده بیشتر خواهد شد یا کمتر؟»، ۸۷/۴ درصد پاسخگویان بر این باور بودند که در پنج سال آینده رواج صفات منفی بیشتر خواهد شد و ۱۵/۷ درصد در پاسخ به سؤال دوم به رواج بیشتر صفات خوب اخلاقی در آینده باور داشتند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲: ۱۲۷)، همچنین در پیمایشی که فراسخوخواه (۱۳۹۴) در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور دربارهٔ وضعیت خلق و خوی ایرانیان انجام داده است، ۹۵/۷ درصد کم‌وبیش موافق بودند که خلیقات ایرانی ضعف‌هایی دارد و مواردی مانند ضعف فرهنگ کار جمعی، آزدگی از انتقاد، رودربایستی زیاد، پنهان‌کاری، خودمداری، رواج دروغ و ناتوانی در گفت‌وگو را از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های بحث‌انگیز خلیقات ایرانی معرفی نمودند. بنابراین از مجموع نگرانی‌های عمومی و تخصصی در این حوزه، لزوم پرداختن به موضوع اخلاق در ایران ضروری به نظر می‌رسد.

در حوزهٔ پژوهش‌های اخلاقی و شناسایی عوامل ارتقای اخلاقی جامعه، بحث‌های مختلفی مطرح است که از میان آنها، این مقاله بر مفهوم «هویت اخلاقی»^۱ متمرکز می‌شود. این مفهوم

طی چهار دهه اخیر در میان صاحب‌نظران روان‌شناسی اجتماعی مطرح شده است. ادعای این نظریه‌پردازان (بلاسی^۱، ۱۹۸۴؛ آکوئینو^۲ و رید^۳، ۲۰۰۲؛ استتس^۴، ۲۰۱۰؛ هاردی و کارلو^۵، ۲۰۰۵؛ لاپسلی و نارواز^۶، ۲۰۰۴)، که در پژوهش‌های تجربی نیز به اثبات رسیده است، این است که داشتن «هویت اخلاقی» به کنش اخلاقی^۷ منجر می‌شود. به عبارتی، وقتی اخلاق نقش محوری در تعریف فرد از هویتش داشته باشد، ارزش‌های اخلاقی به‌مثابه بخش جدایی‌ناپذیر کنش‌های اخلاقی فرد در نظر گرفته می‌شوند و می‌توان امیدوار بود که وی در موقعیت‌های مختلف کنش اخلاقی داشته باشد.

بنابراین، با توجه به اهمیت کنش‌های اخلاقی برای بقای روابط اجتماعی سالم در جامعه، و از آنجا که بر اساس نظریات جدید در حوزه روان‌شناسی اجتماعی وجود هویت اخلاقی در افراد می‌تواند مقدمه کنش اخلاقی و پرکننده شکاف میان نظر و عمل در حوزه اخلاق باشد، بررسی عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری هویت اخلاقی در افراد ضروری به نظر می‌رسد. با این حال چنان‌که شلنکر^۸، میلر^۹ و جانسون^{۱۰} (۲۰۰۹)، معتقدند با وجود اهمیتی که هویت اخلاقی در پژوهش‌های اخلاقی دارد، درباره عوامل شکل‌دهنده آن مطالعات اندکی انجام شده است (لاندبرگ، ۲۰۱۴: ۱۵).

در میان اجزای متعدد محیط اجتماعی، که در شکل‌دادن و تأثیر گذاشتن بر فرد و زندگی‌اش اهمیت دارند، دین یکی از مهمترین‌ها است؛ چراکه ارزش‌ها، هنجارها و، به‌طور خلاصه، فرهنگ دینی عمیقاً بر چگونگی فهم افراد از خودشان و دیگران تأثیر می‌گذارد (زاکرم، ۱۳۹۴: ۴۹). اگرچه درباره حضور دین در دنیای معاصر، جامعه‌شناسان دین نظریات متفاوتی با یکدیگر دارند و مثلاً برخی مانند بروس^{۱۱} معتقدند با پیشرفت و بسط فرهنگ و تمدن مدرن، دین به‌نحوی اجتناب‌ناپذیر هم در سطح کلان و هم در سطح خرد افول می‌کند، برخی دیگر مانند برگر^{۱۲}،

-
1. Blasi
 2. Aquino
 3. Reed
 4. Stets
 5. Hardy and Carlo
 6. Lapsley and Narvaez
 7. Moral Action
 8. Schlenker
 9. Miller
 10. Johnson
 11. Bruce
 12. Burger

دیوی^۱، کازانو^۲، گرچه تغییرات دین در جهان جدید را ناگزیر می‌دانند، به افول اجتناب‌ناپذیر آن باور ندارند (جلائی‌پور، ۱۳۹۲: ۱۱-۱۲). در ایران نیز دین همچنان یکی از نیروهای قدرتمند جامعه است و در عرصه‌های گوناگون خرد و کلان تأثیرگذار است. بحث‌های گوناگونی دربارهٔ انواع روابط میان دین و اخلاق در ابعاد نیاز این دو به یکدیگر، وسیله و هدف بودن یکی نسبت به دیگری، جدایی یا یکی بودن قلمروهای آنها توسط آنان مطرح شده است (ملکیان، ۱۳۸۷). زگزیسکی^۳ می‌نویسد که اخلاق دست‌کم از سه جنبهٔ فراهم‌آوردن هدف زندگی اخلاقی، فراهم‌آوردن انگیزه برای اخلاقی بودن و فراهم‌آوردن بنیان و توجیه برای اخلاق، ممکن است نیاز به دین داشته باشد (زگزیسکی، ۱۳۹۰). در ادبیات مربوط به حوزهٔ دین موضوعات گوناگونی چون دینداری، هویت دینی، جامعه‌پذیری دینی و سرمایهٔ دینی مطرح می‌شوند که از میان آنها در این پژوهش، سرمایهٔ دینی به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است.

با توجه به نتایج برخی پژوهش‌ها در حوزهٔ اخلاق در اصفهان، برای مثال پژوهش ربانی و شهابی (۱۳۸۹) دربارهٔ ارزش‌های اخلاقی جوانان شهر اصفهان که حاکی از این است که ارزش‌هایی چون راستگویی، درستکاری، انصاف، گذشت، پایبندی به قول و قرار، کمک به دیگران و امانتداری، فارغ از خصوصیات زمینه‌ای، از اهمیت زیادی در میان جوانان اصفهانی برخوردار نیستند و همچنین جدیدترین گزارش تحلیل وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی کشور (فروردین ۱۳۹۸)، در شهر اصفهان که بیانگر این است که بیش از ۵۰ درصد مردم به کم‌رواج بودن صفاتی مانند گذشت، انصاف، اعتماد به یکدیگر، راستگویی، یکرنگی، درستکاری و دیگرخواهی و در مقابل شیوع ویژگی‌هایی چون دو رویی و بدبینی و تجمل‌گرایی و رباخواری در میان مردم اشاره کرده‌اند، این پژوهش برای واکاوی بیشتر موضوع، درصدد بررسی وضعیت هویت اخلاقی در میان شهروندان اصفهان و پاسخ به سؤالات زیر است:

- سطح هویت اخلاقی و ابعاد آن در میان شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر اصفهان چقدر است؟

- سطح سرمایهٔ دینی و ابعاد آن در میان شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر اصفهان چقدر است؟

- سرمایهٔ دینی تا چه حد توان تبیین هویت اخلاقی و ابعاد آن را دارد؟

مبانی نظری پژوهش

بحث دربارهٔ رشد اخلاقی ریشه در پژوهش‌های پیازه^۱ دربارهٔ «سنت مراحل اخلاقی»^۲ (۱۹۶۵) داشته و بعدها با مطالعات کولبرگ^۳ (۱۹۷۱) دربارهٔ داوری اخلاقی^۴ ادامه یافته است. مفهوم داوری اخلاقی، مبتنی بر این فرض بود که هرچه استدلال اخلاقی فرد دقیق‌تر باشد، بیشتر می‌توان از او انتظار رفتار اخلاقی داشت (بلاسی ۱۹۸۰ به نقل از استتس و کارتر^۵، ۲۰۰۶). پس از چندی، انتقاداتی به این نظریه وارد شد و از آن جمله اینکه تضمینی نیست که استدلال اخلاقی فرد لزوماً با سطح رفتار اخلاقی او، همخوانی داشته باشد. این قبیل انتقادات به طرح مفهوم هویت اخلاقی به‌منزلهٔ منبع رفتار اخلاقی (بلاسی، ۱۹۸۴؛ آکوئینو و رید، ۲۰۰۲؛ آکوئینو و همکاران، ۲۰۰۹؛ لاپسلی و ناروائز، ۲۰۰۴)، منجر گردید. بلاسی، حلقهٔ مفقود شکاف بین استدلال اخلاقی و کنش اخلاقی، را خود اخلاقی^۶ می‌داند. از نظر وی، آنچه که نیروی محرک برای اخلاقی رفتار کردن را فراهم می‌آورد وفاداری به خود اخلاقی است. بنابراین، وقتی خود فرد بر محور دغدغه‌های اخلاقی تعریف می‌شود، این میل به‌عنوان نیروی انگیزشی اصلی برای رفتار اخلاقی عمل می‌کند (ریمر، ۲۰۱۴). همچنین «مدل شناختی-اجتماعی»^۷ که عمدتاً توسط آکوئینو و رید (۲۰۰۲، ۲۰۰۹) و همچنین لاپسلی و ناروائز (۲۰۰۴؛ ۲۰۱۶) مورد بررسی قرار گرفته، بر اساس این فرض شکل گرفته است که انسان‌ها به‌واسطهٔ محدودیت‌های شناختی خود در پردازش اطلاعات، برای خود نظام‌های مقوله‌بندی از جمله طرحواره^۸ها را شکل می‌دهند. به این ترتیب، در این مدل عناصری از طرحواره‌هایی که رمزگذاری‌های خاصی از محیط اطراف فرد را (مانند رمزگذاری جهان با چارچوب اخلاقی) برای استفاده در موقعیت‌ها در حافظه در دسترس‌تر می‌سازند، گردآوری می‌شوند و به این طریق، هویت اخلاقی به نحو آماده‌تری برای به‌کارگیری در موقعیت‌ها در دسترس قرار می‌گیرد (آکوئینو و فریمن ۲۰۰۹، آکوئینو و همکاران ۲۰۰۹، لاپسلی و ناروائز ۲۰۰۴؛ استتس و کارتر، ۲۰۱۱).

در جامعه‌شناسی، استتس با رویکرد روان‌شناسی اجتماعی هویت اخلاقی را نوعی هویت شخصی معرفی می‌کند که تحت تأثیر موقعیت‌ها، بافتارها و ساختارهای اجتماعی است. وی ضمن مدنظر قراردادن «خود» به عنوان هستهٔ اصلی مفهوم هویت اخلاقی، با مرور دو چشم‌انداز

1. Piaget
2. Moral stage tradition
3. Kohlberg
4. Moral judgment
5. Carter
6. Moral self
7. Social-Cognitive Model
8. Schema

عقلانیت^۱ و شهودی^۲ در مطالعات اخلاقی، چارچوب توأمانی^۳ از این دو را فراهم می‌آورد؛ به این صورت که جنبه‌های مختلف «خود» را به ساختار نظری منسجمی پیوند می‌دهد و به این ترتیب با فراتر رفتن از داوری‌های اخلاقی عقلانی و شهودی، شکاف مهمی را در مطالعات اخلاقی پر می‌کند. استتس، بدین منظور، از نظریهٔ هویت استرایکر^۴ استفاده می‌کند (استتس، ۲۰۱۶). نظریهٔ هویت، که ذیل چارچوب کنش متقابل نمادین ساختاری (استرایکر ۱۹۸۰) قرار دارد، بر اهمیت خود تأملی به صورت اجتماعی تولیدشده تأکید می‌کند، و بدین ترتیب، روشی منطقی برای پیوند ابعاد متنوع خود اخلاقی، یعنی هویت اخلاقی، عواطف اخلاقی^۵ و رفتار اخلاقی پیشنهاد می‌دهد. فرض راهنما در اینجا این است که انسان‌ها به مثابه هستی‌های خودتنظیم^۶ فعالانه در کنش‌های معطوف به هدف که هدفشان تأیید هویت است درگیر می‌شوند. اگر افراد نتوانند ادراکاتشان را در سطح استاندارد هویت درونی‌شان کنترل کنند، عواطف منفی (شرم و گناه) را تجربه خواهند کرد. این عواطف منفی آنها را تحریک خواهد کرد که رفتارشان در محیط را به گونه‌ای تنظیم کنند که به هماهنگی بهتری با استانداردهای هویت درونی‌شان منجر شود (استتس، ۲۰۱۰: ۱۲۰).

بر این اساس مشخص است که آنچه برای کنش اخلاقی انگیزه ایجاد می‌کند وفاداری به هویت اخلاقی است، به این معنا که افراد اساساً خودشان را هستی‌هایی اخلاقی تصور کنند که در موقعیت‌های مختلف به واسطهٔ تعریفی که از کیستی خود دارند و آن را در ارتباط با اخلاقی بودن تعریف می‌کنند، اقدام به کنش اخلاقی می‌کنند. استتس هویت اخلاقی را شامل معانی‌ای می‌داند که با اخلاقی بودن در ارتباط است و مشخص می‌کنند که تصور هر شخص از پابندی‌های اخلاقی‌اش به چه صورت است (استتس، ۲۰۱۰: ۳۹۵) و این هویت اخلاقی در متن بافتار جامعه

1. Rationalist

ریشه‌های چشم‌انداز عقل‌باور در روان‌شناسی اخلاق به زمان فیلسوفان باستان، افلاطون و ارسطو برمی‌گردد. در فلسفهٔ اخلاق مدرن نیز، کانت (۱۷۸۵) در توسعهٔ جهت‌گیری عقلانی به اخلاق تأثیرگذار بود. کانت نیز بعداً، به این موضوع اشاره داشت که برای افراد مهم است که اصولی را برای چگونگی عمل در موقعیت‌ها کشف کنند که ذاتاً از طریق استدلال ظاهر می‌شوند (استتس، ۲۰۱۶).

2. Intuitionist Perspective

چشم‌انداز شهودباور که با آثار هیوم (۱۷۳۹) آغاز می‌شود، در واکنش به چشم‌انداز عقل‌باور توسعه یافت. فلسفهٔ اخلاق هیوم به جای مهارت‌های استدلالی روی احساسات^۲ افراد تأکید می‌کرد. به این صورت که مردم از کنش‌هایی که مورد تأییدشان بود، احساس لذت و از کنش‌هایی که عدم تأییدشان را به دنبال داشتند، احساس عدم لذت می‌کردند (استتس، ۲۰۱۶).

3. A dual Process Approach

4. Stryker

5. Moral Emotions

6. Self-regulating entities

شکل می‌گیرد و عمل می‌کند.

به اعتقاد هیتلین و ویزی، تمرکز روی ذهن اخلاقی فرد، مجزای از زمینه، شبکه‌ها، تاریخ، موقعیت اجتماعی به‌تنهایی کفایت نمی‌کند چراکه تعهدات و استانداردهای اخلاقی فقط شخصی نیستند بلکه در زمینه موقعیت‌ها، هویت‌ها و روابط جاری فرد، شکل می‌گیرند (هیتلین و ویزی، ۲۰۱۰: ۱۱). در همین راستا، استتس بر نقش دین و منابع دینی بر هویت اخلاقی افراد جامعه تأکید می‌کند. وی، با اتکا به نظریات کنش متقابل ساختاری و از جمله نظریه هویت استرایکر و برک^۱، بر این باور است که قوی‌ترین هویت اخلاقی برخی افراد و حساسیت آنها نسبت به معانی اخلاقی به‌طور مشخص تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی و برخی منابع و موقعیت‌ها قرار دارد. استتس از میان ساختارها و منابع اجتماعی، که در تکوین هویت اخلاقی انسان‌ها مؤثرند، به دین نیز اشاره می‌کند (استتس، ۲۰۱۰: ۴۰۴).

قابل توجه است که در جامعه‌شناسی رویکردهای نظری از یک‌سو و پژوهش‌های تجربی از سوی دیگر بر نقش و تأثیر دین در زمینه اخلاق و هویت اخلاقی جامعه صحنه گذاشته‌اند. به عنوان نمونه، دورکیم با نگاه کارکردی معتقد بود دین به‌طور مداوم جمع را می‌سازد و بازسازی می‌کند و این کار را با محکم‌کردن پیوندهایی که فرد را به جامعه متصل می‌کند انجام می‌دهد (جلالی مقدم، ۱۳۹۴: ۷۶). از نظر او دین در تکوین «وجدان جمعی» یا وجدان و آگاهی اخلاقی جامعه اهمیت فراوان دارد و برای کارکرد درست زندگی اخلاقی ما ضروری است (دیویس^۲ به نقل از جلالی مقدم، ۱۳۹۴: ۶۴). دورکیم دین را نیرویی می‌داند که در درون افراد احساس الزام اخلاقی را ایجاد می‌کند (کوزر^۳، ۱۳۸۳: ۱۹۷). در اندیشه وی آرمان اخلاقی امری پیوسته با دین است. او معتقد است در طی قرن‌ها، حیات اخلاقی و زندگی دینی پیوندهای ناگسستنی با یکدیگر داشته و حتی یکسره با هم درآمیخته‌اند (دورکیم، ۱۳۹۱: ۸۰). دورکیم در کتاب *صور بنیانی حیات دینی*، به نقش مناسک مذهبی در حفظ اخلاق اشاره می‌کند و اظهار می‌دارد که این قبیل مراسمات و وظیفه اجتماعی حفظ جماعت، تر و تازه نگهداشتن حس تعلق به گروه و مراقبت از اعتقاد و ایمان افراد را عهده‌دارند (آرون^۴، ۱۳۷۰: ۳۸۶). از نظر وی، از طریق مشارکت در مناسک و مراسم مذهبی است که قدرت اخلاقی جامعه احساس می‌شود و احساسات اخلاقی و اجتماعی از همین طریق تقویت و تجدید می‌شوند (همیلتون^۵، ۱۳۷۷: ۱۷۷).

و بر نیز ضمن تأکید بر عنصر معنا در اعمال و کنش‌های آدمی، تأکید می‌کند که دینداران

1. Burke
2. Davis
3. Coser
4. Aron
5. Hamilton

به واسطه ایمان و اعتقاد بهتر می‌توانند بر خواہش‌های نفسانی و غریزی خود غلبه کنند و احتمال کمتری دارد که به رفتارهای پرخطر روی آورند. از نظر او، دین عامل مهمی برای کنترل خواہش‌های غریزی است (ترنر^۱، ۱۹۹۶؛ به نقل از سراج‌زاده، ۱۹۹۸).

صاحب‌نظران دیگر این حوزه نیز به نوعی به اهمیت نقش دین در حفظ اخلاق می‌پردازند. برای مثال برگر به نقش دین در جلوگیری از بیگانگی فرد از نظام ارزش‌ها و هنجارهای جامعه (سراج‌زاده، ۱۳۹۱)، رابرتسون اسمیت^۲ به نقش تنظیم‌کنندگی دین در رفتار فرد برای خیر همگان (همیلتون، ۱۳۷۷: ۱۷۰)، توماس اُدی^۳ (سراج‌زاده، جواهری و ولایتی‌خواجه، ۱۳۹۲) و دیویس (سراج‌زاده، ۱۳۸۸) به نقش دین در تشویق افراد به مقدم دانستن اهداف گروهی بر اهداف فردی، یینگر^۴ به نقش دین در پایداری به ارزش‌های اخلاقی (سراج‌زاده، ۱۳۹۱) اشاره می‌کنند.

هارت و آتکینس^۵ ضمن ارائه مدلی از مجموعه عوامل مؤثر بر هویت اخلاقی، دین را زیرمجموعه عوامل فرهنگی در این حوزه قرار می‌دهند. آنها با اشاره به نقشی که جانسون^۶ (۱۹۹۷، ۱۹۹۸) برای فرهنگ در چهارچوب‌بندی زندگی اخلاقی مطرح می‌کند، توضیح می‌دهند که دین به منزله یکی از زمینه‌های فرهنگی، تأثیر بزرگی روی رشد هویت اخلاقی دارد. به باور آنان، دین می‌تواند پیوندهایی را بین اهداف اخلاقی و حس از خود ایجاد کند. زیرا هر دینی جهان‌بینی‌ای می‌سازد که پاسخ‌هایی را به سؤالات هستی‌شناختی از معنا و هدف زندگی ارائه می‌دهد. درعین حال، به اعتقاد آنان افراد با شرکت در آئین‌های مذهبی، به‌طور منظم در معرض توصیه‌های اخلاقی قرار می‌گیرند و به این ترتیب ایده‌ها و مباحث اخلاقی برای‌شان پررنگ‌تر شده، فرصت بیشتری برای تأملات متفکرانه درباره مباحث اخلاقی خواهند داشت. همه این مسائل به مرور سبب درونی شدن ارزش‌های اخلاقی در آنها می‌شود. همچنین شرکت در فعالیت‌های مذهبی باعث گسترش شبکه ارتباطات اجتماعی گشته، و بدین ترتیب برای افراد، فرصت تطبیق بهتر با ارزش‌های اخلاقی جامعه را فراهم می‌کند (هارت و آتکینس، ۲۰۰۴).

1. Turner

2. Robertson Smith

3. Thomas O'dea

4. Yiger

5. Hart and Atkins

۶. جانسون با طرح چهار سؤال «ما کیستیم؟»، «کجاییم؟»، «چرا رنج می‌بریم؟»، «چگونه بهبود می‌یابیم؟»، توضیح می‌دهد که براساس مطالعاتش، پاسخ‌های فرهنگی به این چهار سؤال دآوری اخلاقی افراد را در مجموعه متنوعی از ایده‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ویتل^۱ و همکاران (۲۰۰۹) بر اساس نظریه اخلاقی هانت-ویتل^۲ (۱۹۸۶، ۱۹۹۳)، معتقدند دینداری بر تصمیم‌گیری‌های اخلاقی^۳ و همچنین هویت اخلاقی مقدم است. واکر و پیتس^۴ (۱۹۹۸) نیز معتقدند دینداری و اخلاق با یکدیگر پیوند دارند و بنابراین منطقی به نظر می‌رسد که دینداری پیش‌بین هویت اخلاقی در نظر گرفته شود. همچنین گیر و بامیستر^۵ (۲۰۰۵: ۴۲۱) اشاره کرده‌اند که دین نظم از دلایل متقاعدکننده را برای سلوک اخلاقی فراهم می‌کند. جورجی و مارش^۶ نیز نشان داده‌اند که دین و سطح اشتیاق دینی فرد تأثیر مثبتی بر اخلاقیات او دارد (ویتل و همکاران، ۲۰۰۹). و در نهایت اینکه نگاهی به متون دینی و آموزه‌های شخصیت‌های مذهبی نشان از آن دارد که همه ادیان بر اهمیت ارزش‌های اخلاقی تأکید دارند (وارد و کینگ^۷، ۲۰۱۸؛ مک‌کی و وایت‌هاوس^۸، ۲۰۱۵؛ ویتل و همکاران، ۲۰۰۹).

مرور پیشینه‌ها نشانگر آن است که در میان پژوهش‌های داخلی، عظیم‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، محمدی مصیری و همکاران (۱۳۹۲)، و توکلی و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی رابطه میان دینداری و هویت اخلاقی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش‌ها حاکی از رابطه مثبت و معنادار میان دینداری و هویت اخلاقی است. بر اساس جمع‌بندی این پژوهش‌ها بسیاری از روابط انسانی که از اصول اخلاقی تبعیت می‌کنند، نیاز به مهار درونی دارند که دین عهده‌دار آنهاست. در پژوهش‌های خارجی نیز، وارد و کینگ (۲۰۱۸)، ویتل و همکاران (۲۰۰۹)، هارت و آتکینس (۲۰۰۴)، فارو و همکاران (۲۰۰۴)، فارو و واگنر (۲۰۰۰)، کولبای و دیمون^۹ (۱۹۹۵)، ووثنو (۱۹۹۴) به بررسی این رابطه پرداخته‌اند. وارد و کینگ (۲۰۱۸) اظهار می‌دارند که ایمان مذهبی می‌تواند محیط مناسبی را برای تحقق هدف اخلاقی بودن برای شخص فراهم کند. کولبای و دیمون (۱۹۹۵) نیز توضیح می‌دهند که بیشتر نمونه‌های اخلاقی مطالعه‌شان، ادعا کرده‌اند که تعهدات ایمانی نقش مهمی را به‌عنوان مبنای کنش اخلاقی‌شان ایفا می‌کنند. یافته‌های آنها نشان داده است که دین به‌مثابه سازه وحدت‌بخشی در زندگی کسانی که هویت اخلاقی برجسته دارند عمل می‌کند و یکپارچگی اهداف شخصی و ملاحظات اخلاقی را ارتقا می‌دهد. ووثنو (۱۹۹۴)^۱ نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسید که کسانی که تجارب دینی عمیقی را درباره

1. Vitell
2. Hunt-Vitell Theory of Ethics
3. Moral decision-making
4. Walker & Pitts
5. Geyer & Baumeister
6. Giorgi & Marsh
7. King
8. McKay and Whitehouse
9. Colby and Damon
10. Wuthnow

خودشان گزارش کرده‌اند، بیشتر متمایل به مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه، که نمودی از هویت اخلاقی است، بوده‌اند (پارک و اسمیت، ۲۰۰۲: ۲۷۴).

همچنین بر اساس یافته‌های وارد و کینگ (۲۰۱۸)، بسیاری از افراد مذهبی باوری را دربارهٔ خدایی ماوراطبیعی و قدرتمند در خود درونی می‌کنند که رفتارهای انسان را رصد کرده، و آنهایی را که از قوانین اخلاقی سرپیچی می‌کنند، مجازات می‌کند. آنها طی پنج مطالعه به این نتیجه رسیدند که افرادی که وفاداری عمیقی نسبت به باورهای دینی‌شان دارند، هنگامی که تصویر خود اخلاقی‌شان مورد تهدید قرار می‌گیرد، عواطف اخلاقی بالاتری از خود نشان می‌دهند و تلاش می‌کنند رفتارهای مطلوب جامعه را انجام دهند.

پژوهش‌های ویتل و همکاران (۲۰۰۹)، حاکی از آن بوده‌اند که اهتمام مذهبی^۱ و همچنین تعلق مذهبی، به‌واسطهٔ توانایی درونی‌سازی ویژگی‌های اخلاقی و افزایش خودکنترلی، از جمله زمینه‌هایی‌اند که می‌توانند باعث فعالسازی ذهنی هویت اخلاقی و تکوین هویت اخلاقی در افراد بشوند. به عبارت دیگر، چارچوب‌های ایدئولوژیک از طریق ایجاد حس تعهد و تعلق به دیگران و جامعه، باورها، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌هایی را در افراد درونی می‌کنند که به هویت‌یابی اخلاقی آنها کمک می‌کنند. به عبارتی از نظر آنها دین به‌واسطهٔ توانایی در فراهم کردن تصویری از شکوفایی انسان و پذیرش و دنبال کردن استانداردهای اخلاقی در افراد، می‌تواند پیش‌بین هویت اخلاقی باشد.

طبق نتایج تحقیقات فارو و واگنر (۲۰۰۰)^۲ مشخص شده است که رفتارهای مسئله‌دار در جوانان مذهبی نسبت به جوانان غیرمذهبی کمتر است. از نظر آنها این موضوع به دلیل پشتیبانی بیشتری است که این جوانان از طریق روابط اجتماعی دریافت می‌کنند. مشارکت در امور مذهبی، فرصت‌های در دسترس جوانان برای روابط اجتماعی را افزایش می‌دهد. جوانان مذهبی به‌طور منظم در نشست‌هایی با همسالان و بزرگسالانی که باورهای مشترکی با آنها دارند حاضر می‌شوند. این تعامل پیوسته با یک شبکهٔ اجتماعی همساز و موافق پایه‌های شکل‌گیری روابط معنادار را فراهم می‌کند. مهم‌تر اینکه روابطی که به‌عنوان پیامد مشارکت مذهبی شکل می‌گیرند، زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که در آن افراد می‌توانند کنش‌های جامعه‌پسند^۳ را دنبال کنند (هارت و آتکینس، ۲۰۰۴).

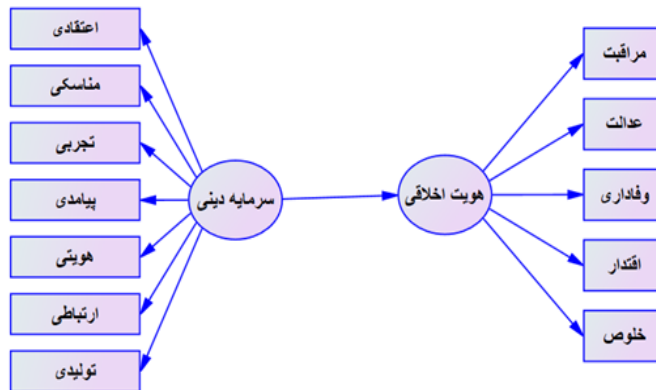
سرمایهٔ دینی از دههٔ ۱۹۹۰ و به‌ویژه دهه ۲۰۰۰ توسط پژوهشگران مطرح شده است

1. Religious Involvement
2. Furrow and Wagener
3. Prosocial

(حبیب‌پور کتابی و بابایی همتی، ۱۳۹۳). استارک و فینک^۱ (۲۰۰۳)، بارکر^۲ (۲۰۰۸)، یاناکون^۳ (۲۰۰۸)، آلبا^۴ (۲۰۱۰)، ماسلکو^۵ (۲۰۱۱)، پالمر و ونگ^۶ (۲۰۱۳) معروف‌ترین افرادی‌اند که در این حوزه کار کرده و به ابزارسازی برای سرمایه‌دینی دست پرداخته‌اند (حبیب‌پور کتابی و بابایی همتی، ۱۳۹۳). سپیدنامه، فراستخواه و رحمانی (۱۳۹۷) با مرور تعاریف این صاحب‌نظران، سرمایه‌دینی را احساس تعلق و تعهد نسبت به فرهنگ مذهبی خاص که ریشه در اعتقاد، معرفت و تجارب مذهبی فرد داشته و به مشارکت وی در فعالیت‌های مذهبی، عضویت در اجتماعات مذهبی، رعایت هنجارهای مذهبی، انجام اعمال خداپسندانه، تولید و مصرف کالاهای مذهبی منجر می‌شود، تعریف می‌کنند و معتقدند مهمترین کارکرد سرمایه‌دینی افزایش بهسازی، سلامت و پیشرفت جوامع بشری است (سپیدنامه، فراستخواه و رحمانی، ۱۳۹۷).

در پژوهش حاضر به منظور بررسی دقیق‌تر و همه‌جانبه‌تر نقش و تأثیر نهاد دین در شکل‌گیری و تقویت هویت اخلاقی افراد جامعه، سرمایه‌دینی متغیر مستقل و هویت اخلاقی متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. در اینجا فرض اصلی آن است که دین به‌مثابه نهادی اجتماعی، موجب شکل‌گیری گونه‌ای از باورها، رفتارها و فعالیت‌ها، به‌منزله نوعی سرمایه، در افراد می‌شود و افراد با داشتن این سرمایه‌دینی، در وضعیت خاصی قرار می‌گیرند که به تقویت هویت اخلاقی آنها منجر می‌گردد.

مدل نظری پژوهش

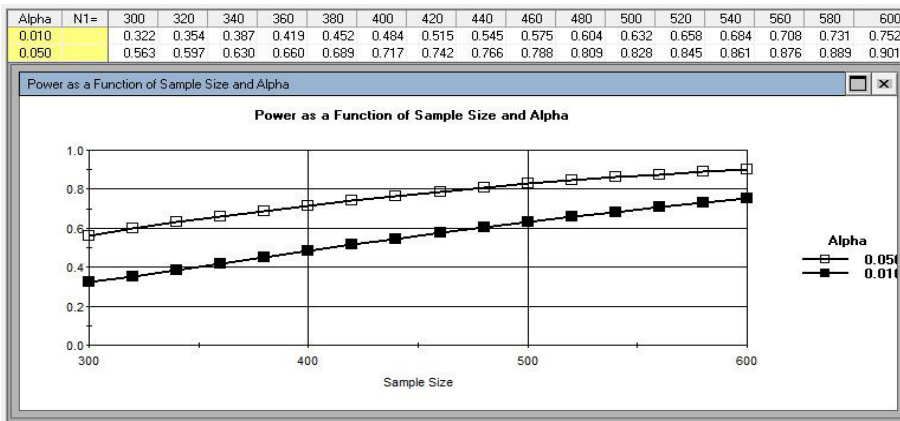


شکل ۱. مدل نظری پژوهش

1. Stark & Fink
2. Barker
3. Iannaccone
4. Albaugh
5. Maselko
6. Palmer and Wong

روش پژوهش

این پژوهش به روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام گرفته است. واحد تحلیل در آن فرد و سطح تحلیل خرد است. جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان ۱۵ سال به بالای (۱۵۶۴۵۱۶) ساکن در مناطق پانزده گانه شهر اصفهان بودند. لازم به ذکر است که اصل محرمانه بودن اطلاعات با عدم الزام پاسخگویان به ثبت مشخصات فردی رعایت شد. حجم نمونه با استفاده از نرم افزار SPSS Sample Power^۲ برآورد گردید. با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش و همچنین پیش فرض‌های مربوط به نمونه‌گیری احتمالی (سطح اطمینان، توان آزمون، حجم اثر و تعداد متغیرهای درگیر در تحلیل) حجم نمونه آماری پژوهش ۵۴۶ نفر برآورد گردید.



شکل ۲. برآورد حجم نمونه پژوهش

شایان ذکر است با مدنظر قراردادن روش اصلی آزمون فرضیه‌های پژوهش و برازش مدل نظری (رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری^۳) حجم بهینه نمونه مربوط به این رویکرد نیز مورد توجه قرار گرفت.

شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با حجم بر اساس متغیرهای جنس، گروه سنی و منطقه محل سکونت بوده است. به این صورت که نسبت هر کدام به کل جمعیت محاسبه شده و همان نسبت نیز در نمونه در نظر گرفته شد و بر همین اساس پرسشنامه‌ها میان پاسخگویان توزیع شد.

۱. شهرداری اصفهان

۲- نرم افزار Sample Power با در نظر گرفتن عوامل تاثیرگذار بر حجم نمونه در موقعیت‌های مختلف و متناسب با روش‌های آماری تحلیل داده حجم بهینه نمونه را برآورد می‌کند.

3- Structural Equation Modeling

شاخص‌سازی متغیرها

هویت اخلاقی

بر اساس تعریف استتس هویت اخلاقی شامل معانی‌ای است که با اخلاقی بودن در ارتباط‌اند و مشخص می‌کنند که تصور هر شخص از پایبندی‌های اخلاقی‌اش به چه صورت است (استتس، ۲۰۱۰: ۳۹۵). هویت اخلاقی تاکنون در اکثر پژوهش‌های داخلی و خارجی، بر اساس دو بعد عدالت^۱ و مراقبت^۲ سنجیده شده است (استتس و کارتر، ۲۰۱۱، ۲۰۱۲؛ آکوئینو و رید، ۲۰۰۲؛ ۲۰۰۹). اما در این پژوهش براساس مدل پیشنهادی میلز و اوپنیکس^۳ (۲۰۱۸) که بر اساس نظریهٔ بنیادهای اخلاقی^۴ تدوین و اعتبارسنجی شده است، علاوه بر این دو بعد، ابعاد وفاداری به گروه‌ها^۵، احترام به مراجع اقتدار^۶ و خلوص و حس قداست شخصی^۷ نیز در نظر گرفته شده‌اند. به اعتقاد میلز و اوپنیکس تمرکز صرف روی دو بعد عدالت و مراقبت، تنها بخشی از چشم‌انداز اخلاق را به ما نشان می‌دهد و ما را محدود می‌کند. این سه بعد اضافی از هویت اخلاقی پیش‌بین گسترهٔ وسیعی از رفتارهایی‌اند که در هویت اخلاقی متمرکز بر عدالت و مراقبت در نظر گرفته نمی‌شوند. این موضوع مورد تصدیق پژوهشگران هویت اخلاقی نیز قرار گرفته (آکوئینو و رید، ۲۰۰۲؛ استتس و کارتر، ۲۰۱۰، ۲۰۱۱، ۲۰۱۲) ولی مورد آزمون قرار نگرفته است (میلز و اوپنیکس، ۲۰۱۸).

همچنین در مقایسه با مدل مشهور آکوئینو و رید (۲۰۰۲) که هویت اخلاقی را در دو بعد درونی‌سازی و نمادی‌سازی مورد توجه قرار می‌دهند و مجموعه‌ای از معانی اخلاقی در قلمرو مراقبت و عدالت را ذیل این دو بعد مورد سنجش قرار می‌دهند، مدل این پژوهش هرکدام از این قلمروهای اخلاقی را به‌طور جداگانه سنجیده است. میلز در مقایسهٔ مقیاس خود با مقیاس آکوئینو و رید، توضیح می‌دهد که در این مقیاس به جای اینکه از پاسخگویان بخواهیم به خودشان با توجه به مجموعه‌ای از صفات به‌عنوان یک کل نمره بدهند، تنوعات اخلاقی آنها به رسمیت شناخته شده است (میلز و اوپنیکس، ۲۰۱۸).

بنابراین در این پژوهش، در بعد مراقبت، معانی اخلاقی‌ای چون مهربانی، غمخواری، کمک‌کاری، دیگرخواهی، از خودگذشتگی؛ در بعد عدالت، معانی اخلاقی‌ای مانند درستکاری،

1. Justice
2. Caring
3. Miles & Upenieks
4. Moral Foundations Theory
5. Loyalty
6. Authority
7. Purity

راستگویی، انصاف، سخت‌کوشی، پایبندی به اصول؛ در بعد وفاداری به گروه‌ها، معانی اخلاقی‌ای چون وفاداری، فداکاری، قابل‌اتکا بودن، قابل‌اطمینان بودن، اهل همکاری بودن؛ در بعد احترام به مراجع اقتدار، معنای اخلاقی‌ای چون وظیفه‌شناسی، فرمانبرداری، سازگاری، احترام به عرف و قوانین و در بعد خلوص، معانی اخلاقی‌ای مانند نجابت، معصومیت، متانت، حجب و حیا به‌وسیله ۲۳ گویه در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفتند.

سرمایه دینی

در این پژوهش با استفاده از مدل بومی سپیدنامه، فراستخواه و رحمانی (۱۳۹۷) سرمایه دینی مجموعاً دارای هفت بعد در نظر گرفته شد. بدین ترتیب که سازه سرمایه دینی با ابعاد اعتقادی (شامل اعتقاد به خدا، قرآن، نبوت، معاد)، مناسکی یا عبادات (شامل انجام عبادات واجب و مستحب)، عاطفی یا تجربی (شامل احساس آرامش به هنگام نیایش، احساس مثبت به خدا و اولیای الهی، احساس نزدیکی به خداوند، درخواست یاری و کمک از خداوند)، پیامدی یا پایبندی به شریعات (مانند پرهیز از تقلب، خودداری از خوردن مشروبات الکلی، اهمیت کسب روزی حلال و رعایت حریم در ارتباط با جنس مخالف)، هویتی یا میزان دلبستگی‌ها و وابستگی‌های دینی (شامل اولویت ارتباط با افراد مذهبی، اهمیت معیار دینی در انتخاب همسر، مطالعه کتب و نشریات مذهبی، افتخار به مسلمانی)، ارتباطی (شامل مشارکت در فعالیت‌های دینی و عضویت در آنها و مصاحبت و مجالست با هم‌کیشان) و تولیدی (شامل تولید و مصرف و عرضه کالای مذهبی و سرمایه‌گذاری‌های بی‌چشم‌داشت مذهبی) با ۲۷ گویه و در قالب طیف لیکرت سنجیده شد. لازم به ذکر است که برای ساخت سازه سرمایه دینی، با مراجعه به پژوهش‌های پیشین درباره دینداری (برای مثال شجاعی زند، ۱۳۸۵، ۱۳۹۳؛ سراج‌زاده ۸۶، ۸۸ الف، ۸۸ ب، ۹۱)، ملاحظات مفهومی این حوزه مورد توجه قرار گرفت و تلاش شد از اختلاط مفهومی ابعاد مختلف حوزه دین (شجاعی زند، ۱۳۹۵)، پرهیز شود.

اعتبار و پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه

اعتبار پرسشنامه مربوط به سنجش متغیرهای پژوهش از طریق شیوه اعتبار محتوا^۱ (صوری) (پرسشنامه در اختیار صاحب‌نظران و محققان مختلف قرار گرفت و با اعمال نظرات آنها و تغییر و اصلاح برخی گویه‌ها از اعتبار صوری پرسشنامه اطمینان حاصل شد) و اعتبار سازه^۲ (رویکرد تحلیل عاملی^۳ و تکنیک‌های اعتبار همگرا^۱ (شاخص AVE)^۲ و اعتبار ممیز^۱ (معیار فورنل

1. Content validity
2. Construct validity
3. Factor Analysis
4. Convergent Validity
5. Average Variance Extracted

و لارکر^۲، بارهای عاملی متقاطع^۳ و شاخص^۴ HTMT) و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ^۵ و پایایی ترکیبی بررسی شد. در جدول زیر مقادیر مربوط به شاخص AVE، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی گزارش می‌شود:

برحسب مقادیر جدول بالا، مقدار شاخص AVE دلالت بر اعتبار ابزار سنجش متغیرهای پژوهش و ضریب آلفای کرونباخ و همچنین قابلیت اعتماد ترکیبی نشان‌دهنده این است که همبستگی درونی گویه‌های مربوط به متغیرها و ابعاد آنها در وضعیت مطلوبی قرار دارد و به عبارت دیگر، ابزار سنجش متغیرهای پژوهش از دقت اندازه‌گیری - قابلیت اعتماد لازم برخوردار است.

جدول ۱. برآورد مقادیر شاخص AVE، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

مفهوم	بعد	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
سرمایه دینی	اعتقادی	۰/۸۳	۰/۹۳	۰/۹۵
	مناسکی	۰/۶۷	۰/۸۳	۰/۸۹
	تجربی	۰/۵۹	۰/۷۴	۰/۸۴
	پیامدی	۰/۵۸	۰/۷۶	۰/۸۵
	هویتی	۰/۷۰	۰/۸۶	۰/۹۰
	ارتباطی	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۹۳
	تولیدی	۰/۷۱	۰/۸۷	۰/۹۱
هویت اخلاقی	مراقبت	۰/۵۴	۰/۷۶	۰/۸۴
	عدالت	۰/۵۱	۰/۷۱	۰/۸۱
	وفاداری	۰/۵۳	۰/۷۶	۰/۸۴
	اطاعت از اقتدار	۰/۵۰	۰/۷۰	۰/۷۵
	خلوص	۰/۷۰	۰/۸۶	۰/۹۰

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی به‌انجام رسید، در بخش توصیفی ابتدا بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی توصیفی از نمونه آماری پژوهش ارائه و در ادامه با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش (سرمایه دینی و هویت اخلاقی) توصیف

1. Discriminant Validity
2. Fornell and Larcker
3. Cross Loading
4. Hetero .Trait Mono .Trait Ratio
5. Cronbach
6. Composite Reliability

گردیدند. در بخش استنباطی نیز با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش از آزمون تی تک‌نمونه‌ای^۱ و رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور استفاده شد. به منظور انجام محاسبات آماری از نسخه ۲۳ نرم‌افزارهای SPSS و Amos Graphic استفاده گردید.

یافته‌های توصیفی

در این پژوهش از نمونه مورد مطالعه، ۵۲ درصد از پاسخگویان را زنان و ۴۸ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. همچنین از تعداد کل نمونه آماری، ۵۳ درصد متأهل، ۳۹ درصد مجرد و ۸ درصد بی‌همسر (فوت کرده یا جدا شده) هستند. از نظر سنی حداقل سن نمونه آماری ۱۵ سال، حداکثر سن ۸۷ سال و میانگین ۳۸ سال است.

از حیث تحصیلات، ۲/۸ درصد از پاسخگویان بیسواد، ۲۱/۲ درصد زیردیپلم، ۲۸/۹ درصد دیپلم، ۱۴/۶ فوق دیپلم، ۲۳/۶ لیسانس، ۶/۸ درصد فوق لیسانس و ۲/۱ درصد دکترا هستند. برحسب مقادیر جدول بالا میانگین متغیر سرمایه دینی و هویت اخلاقی در نمونه آماری پژوهش بالاتر از حد متوسط (۳) برآورد شده است. بر این اساس می‌توان گفت سرمایه دینی و هویت اخلاقی در بین نمونه مورد مطالعه در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دارند.

جدول ۲. توصیف متغیرهای سرمایه دینی و هویت اخلاقی با استفاده از شاخص‌های توصیفی

شاخص				متغیر
کشیدگی	چولگی	واریانس	میانگین	
-۰/۶۶	-۰/۰۵	۰/۶۳	۳/۱۹	سرمایه دینی
-۰/۳۳	-۰/۲۱	۰/۳۹	۳/۶۷	هویت اخلاقی

یافته‌های استنباطی

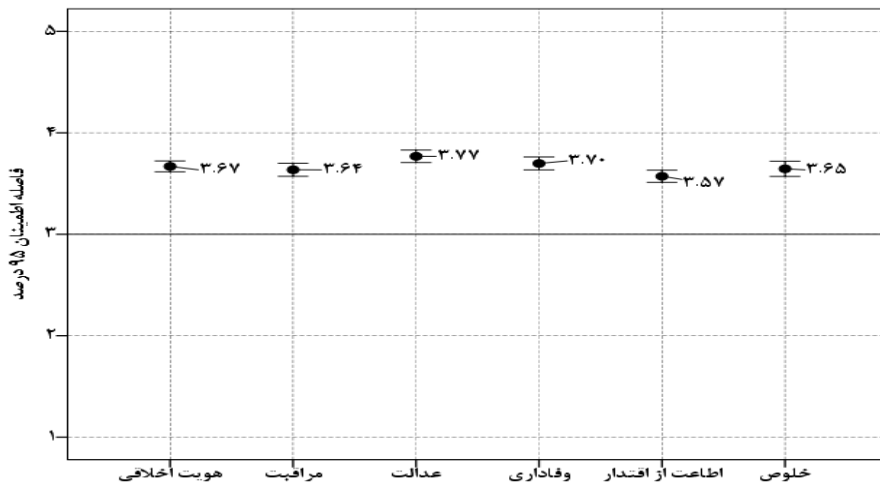
با توجه به اهداف پژوهش در این قسمت ابتدا با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای برآوردی از وضعیت هویت اخلاقی و ابعاد آن ارائه و در ادامه از طریق رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور^۲ فرضیه‌های پژوهش آزمون و مدل مفهومی پژوهش برآزش می‌شود. سؤال ۱. هویت اخلاقی و ابعاد آن (مراقبت، عدالت، وفاداری به گروه‌ها، احترام به مراجع اقتدار و خلوص) در بین جامعه آماری پژوهش دارای چه وضعیتی است؟

1. One Sample T- test
2. CB- SEM

جدول ۳. برآورد مقادیر آزمون تی تک‌نمونه جهت تعیین وضعیت میانگین متغیر هویت اخلاقی و ابعاد آن

آمار استنباطی		آمار توصیفی			متغیر
Test Value: 3		آماره t	انحراف معیار	میانگین	
Sig	Df				
۰/۰۰۱	۵۲۷	۲۴/۶۰	۰/۶۲	۳/۶۷	هویت اخلاقی
۰/۰۰۱		۱۹/۳۹	۰/۷۵	۳/۶۴	مراقبت
۰/۰۰۱		۲۴/۶۳	۰/۷۲	۳/۷۷	عدالت
۰/۰۰۱		۲۱/۴۷	۰/۷۵	۳/۶۰	وفاداری
۰/۰۰۱		۱۸/۵۴	۰/۷۱	۳/۵۷	اطاعت از اقتدار
۰/۰۰۱		۱۶/۸۳	۰/۸۸	۳/۶۴	خلوص

بر حسب مقادیر برآوردشده در جدول بالا، میانگین متغیر هویت اخلاقی و ابعاد آن به طور معناداری بالاتر از حد متوسط برآورد شده است، به عبارت دیگر در پاسخ به این سوال که هویت اخلاقی و ابعاد آن (مراقبت، عدالت، وفاداری به گروه‌ها، احترام به مراجع اقتدار و خلوص) در بین جامعه آماری پژوهش دارای چه وضعیتی است، می‌توان گفت میانگین این متغیر و ابعاد آن نشان‌دهنده وضعیت مطلوب این متغیر در جامعه آماری مورد مطالعه است.



نمودار ۱. برآورد میانگین متغیر هویت اخلاقی و ابعاد آن

جدول ۴. برآورد مقادیر آزمون تی تک‌نمونه جهت تعیین وضعیت میانگین متغیر سرمایه دینی و ابعاد آن

آمار استنباطی			آمار توصیفی		متغیر
Test Value: 3			انحراف معیار	میانگین	
Sig	Df	آماره t			
۰/۰۰۱	۵۲۷	۹۲/۵۰	۰/۷۹	۳/۱۹	سرمایه دینی
۰/۰۰۱		۱۰۶/۶۰	۰/۹۱	۴/۲۲	اعتقادات
۰/۰۰۱		۵۶/۹۶	۱/۱۶	۲/۸۸	مناسک
۰/۰۰۱		۱۰۴/۲۳	۰/۸۵	۳/۸۸	عواطف
۰/۰۰۱		۷۶/۴۶	۱/۰۴	۳/۴۹	پیامدها
۰/۰۰۱		۶۸/۳۱	۱/۰۶	۳/۱۵	هویت
۰/۰۰۱		۴۵	۱/۱۵	۲/۲۵	ارتباطات
۰/۰۰۱		۵۰	۱/۰۳	۲/۲۴	تولید

بر حسب مقادیر برآوردشده در جدول بالا، میانگین متغیر سرمایه دینی و ابعاد اعتقادی، عاطفی، پیامدی و هویتی آن به طور معناداری بالاتر از حد متوسط برآورد شده است و به عبارتی می‌توان گفت میانگین این متغیر و چهار بعد آن نشان‌دهنده وضعیت مطلوب این متغیر در جامعه آماری مورد مطالعه است. همچنین میانگین در ابعاد مناسکی، ارتباطی و تولیدی زیر مقدار متوسط برآورد شده است.

جدول ۵. برآورد ضریب همبستگی جهت بررسی رابطه بین متغیر سرمایه دینی و ابعاد آن با هویت اخلاقی

متغیر	هویت اخلاقی	
	سطح معناداری	ضریب پیرسون
سرمایه دینی	۰/۰۰۱	۰/۴۷
اعتقادی	۰/۰۰۱	۰/۴۵
مناسکی	۰/۰۰۱	۰/۳۴
تجربی	۰/۰۰۱	۰/۴۶
پیامدی	۰/۰۰۱	۰/۵۵
هویت	۰/۰۰۱	۰/۳۴
ارتباطی	۰/۰۰۱	۰/۲۳
تولیدی	۰/۰۰۱	۰/۱۸

* اختلاف نمونه آماری با حجم نمونه پژوهش ناشی از حذف موارد پرت است.

برآورد مقادیر ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا نشان‌دهنده این است که بین متغیر سرمایه دینی و ابعاد آن با متغیر هویت اخلاقی رابطه معناداری وجود دارد ($\text{Sig} \leq ۰/۰۵$). به عبارت دیگر، با توجه به مقادیر ضریب پیرسون رابطه بین متغیر سرمایه دینی و ابعاد آن

(مناسکی، پیامدی، اعتقادی، تجربی و هویتی) با متغیر هویت اخلاقی مستقیم و در حد متوسط به بالا و رابطه بین ابعاد (ارتباطی و تولیدی) با متغیر هویت اخلاقی مستقیم و در حد ضعیف برآورد می‌شود.

جدول ۶. برآورد ضریب همبستگی جهت بررسی رابطه بین متغیر سرمایه دینی با ابعاد هویت اخلاقی

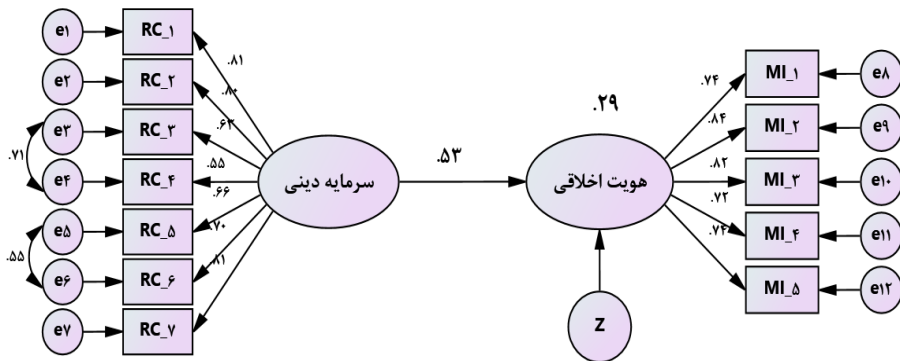
سرمایه دینی			متغیر
حجم نمونه	سطح معناداری	ضریب پیرسون	
۵۲۸*	۰/۰۰۱	۰/۳۵	مراقبت
	۰/۰۰۱	۰/۳۸	عدالت
	۰/۰۰۱	۰/۳۰	وفاداری
	۰/۰۰۱	۰/۴۱	اطاعت از اقتدار
	۰/۰۰۱	۰/۵۱	خلوص

* اختلاف نمونه آماری با حجم نمونه پژوهش ناشی از حذف موارد پرت است.

برآورد مقادیر ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا نشان‌دهنده این است که بین متغیر سرمایه دینی و ابعاد متغیر هویت اخلاقی رابطه معناداری وجود دارد ($Sig \leq 0/05$). به عبارت دیگر، با توجه به مقادیر ضریب پیرسون رابطه بین متغیر سرمایه‌دینی با ابعاد متغیر هویت اخلاقی مستقیم و در حد متوسط به بالا برآورد می‌شود.

فرضیه، متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی تأثیر دارد.

به منظور آزمون فرضیه بالا از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور استفاده گردید. برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و همچنین پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی) در شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل ۳. مدل معادله ساختاری اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی

جدول ۷. برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

هتلتر	برازش مقتصد			برازش تطبیقی			برازش مطلق		شاخص
	RMSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	GFI	CMIN	

مقدار	۲۴۴/۸	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۷۱	۵۱	۴/۸۰	۰/۰۸	۱۰۳
-------	-------	------	------	------	------	----	------	------	-----

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۸. برآورد مقادیر اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۰۱	۱۰/۴۳	۰/۵۳	۰/۳۲	۰/۲۹	هویت اخلاقی	<---	سرمایه دینی

مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: ۱. متغیر سرمایه دینی ۲۹ درصد از واریانس متغیر هویت اخلاقی را تبیین می‌کند، با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ برآورد می‌شود، به عبارت دیگر، متغیر سرمایه دینی در حد بالایی توان تبیین واریانس متغیر هویت اخلاقی را در جامعه آماری پژوهش دارد. ۲. اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی به لحاظ آماری معنادار است ($p \leq 0/05$). بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه سرمایه دینی بر هویت اخلاقی تأثیر دارد تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، با توجه به مقدار ضریب تأثیر می‌توان گفت اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی مستقیم و در حد بالا برآورد می‌شود.

در ادامه تأثیر متغیر سرمایه دینی بر ابعاد هویت اخلاقی با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری بررسی و گزارش می‌شود:

جدول ۹. برآورد مقادیر ضریب تأثیر متغیر سرمایه دینی بر ابعاد متغیر هویت اخلاقی

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۰۱	۷/۲۱	۰/۳۷	۰/۳۱	۰/۱۳	مراقبت	<---	سرمایه دینی
۰/۰۰۱	۸/۴۲	۰/۳۷	۰/۴۷	۰/۲۲	عدالت		
۰/۰۰۱	۶/۷۷	۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۱۳	وفاداری		
۰/۰۰۱	۷/۳۵	۰/۵۸	۰/۲۸	۰/۳۴	اقتدار		
۰/۰۰۱	۱۱/۰۶	۰/۵۹	۰/۴۳	۰/۳۵	خلوص		

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است: ۱. اثر متغیر سرمایه دینی بر ابعاد متغیر هویت اخلاقی به لحاظ آماری معنادار است ($p \leq 0/05$). با توجه به مقادیر ضریب تأثیر متغیر سرمایه دینی بر ابعاد متغیر هویت اخلاقی تأثیر این متغیر مستقیم و در حد متوسط و متوسط به بالا برآورد می‌شود. ۲. با توجه به مقادیر مربوط به شاخص ضریب تعیین می‌توان گفت متغیر

سرمایه دینی در حد متوسط توان تبیین ابعاد مراقبت، عدالت و وفاداری و در حد بالایی توان تبیین ابعاد اقتدار و خلوص را دارد.

نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه دینی و هویت اخلاقی بود. اهمیت مطالعه هویت اخلاقی و شناخت عوامل مؤثر بر آن از آنجا ناشی می‌شود که بر اساس نظریات جدید روان‌شناسی اجتماعی، داشتن نگاه هویتی به اخلاق در افراد و به عبارتی تعریف و تلقی آنها از کیستی خودشان مبتنی بر پابندی به ارزش‌های اخلاقی باعث می‌شود که در موقعیت‌های مختلف به ارزش‌های اخلاقی وفادارتر باشند و بیشتر احتمال داشته باشد که کنش اخلاقی از آنها سر بزند. از آنجا که یکی از دغدغه‌های اندیشمندان علوم انسانی و از جمله جامعه‌شناسان، داشتن جامعه‌ای با روابط اجتماعی مبتنی بر اصول اخلاقی است، شناسایی عوامل مؤثر بر هویت اخلاقی به عنوان مقدمه کنش اخلاقی لازم به نظر می‌رسد. از میان عوامل و منابع تأثیرگذار بر هویت اخلاقی، در این پژوهش تأثیر سرمایه دینی، به عنوان یکی از منابع در اختیار کنشگران، بر تقویت هویت اخلاقی بررسی شد.

لازم به ذکر است که هویت اخلاقی در اکثر پژوهش‌های پیشین بر اساس دو بعد عدالت و مراقبت سنجیده شده بود، اما با توجه به محدودبودن آن به بخشی از قلمرو اخلاق، در این مطالعه مناسب‌تر تشخیص داده شد که از مقیاس هویت اخلاقی میلز و اوپنیکس که به نوعی گسترش یافته مقیاس استتس و کارتر است و حوزه وسیع‌تری از قلمرو اخلاق را دربرمی‌گیرد، استفاده گردد. بدین ترتیب، در پژوهش حاضر، مقیاس هویت اخلاقی در پنج بعد شامل عدالت؛ مراقبت؛ وفاداری به گروه‌ها؛ احترام به مراجع اقتدار و خلوص در نظر گرفته شد و سپس با استفاده از نرم‌افزار ایموس اعتبارسنجی گردید. همچنین در حوزه دین، مفهوم سرمایه دینی که به نوعی به یکی از منابع مهم در اختیار افراد اشاره می‌کند و از جدیدترین سازه‌ها در حوزه دین است، در هفت بعد اعتقادی؛ مناسکی؛ تجربی؛ پیامدی؛ هویتی؛ ارتباطی و تولیدی در نظر گرفته شد. این سازه نیز از اعتبار و پایایی قابل قبول برخوردار بود. درنهایت، مدل علی پژوهش به کمک نرم‌افزار ایموس سنجیده شد و تأثیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی افراد بررسی شد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میانگین متغیر هویت اخلاقی و ابعاد آن در جامعه آماری به‌طور معناداری بالاتر از حد متوسط است. در میان ابعاد متغیر هویت اخلاقی نیز، بالاترین میانگین مربوط به بعد عدالت، مراقبت و خلوص بوده است. که به عبارتی می‌توان گفت میانگین این متغیر و ابعاد آن نشان دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب این متغیر در جامعه آماری مورد مطالعه است. این نتیجه همسو با نتایج پژوهش‌های پیشین درباره هویت اخلاقی است که در آنها میانگین این متغیر بالاتر از حد متوسط گزارش شده است (برای مثال استتس و کارتر، ۲۰۱۱؛ استتس و کارتر، ۲۰۱۲؛ توکلی و همکاران، ۱۳۸۸؛ محمدی مصیری و همکاران، ۱۳۹۲؛ عظیم‌پور و همکاران، ۱۳۹۳). در توضیح تفاوت میان وضعیت هویت اخلاقی یعنی آن تلقی‌ای که مردم از

کیستی خودشان با توجه به معانی اخلاقی دارند، با رفتارهای اخلاقی که بر اساس نتایج برخی پژوهش‌ها و مطالعات (برای مثال ربانی و شهابی، ۱۳۸۹؛ تحلیل وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی کشور، ۱۳۹۸) پایین‌تر از حد متوسط است، باید گفت اولاً با اینکه بر اساس نتایج پژوهش‌های پیشین، داشتن هویت اخلاقی باعث رفتار اخلاقی می‌شود، اما استتس به لحاظ جامعه‌شناختی توضیح می‌دهد که اگرچه انتظار این است که این اتفاق همیشه صادق باشد، اما از آنجا که هویت در خلاء تبدیل به رفتار نمی‌شود و همه چیز در بافتار اجتماعی اتفاق می‌افتد، نقش عوامل ساختاری محدودکننده را نیز باید در این میان در نظر گرفت که خود پژوهش جداگانه‌ای را می‌طلبد.

علاوه بر این، درباره‌ی این گزارش‌ها، ذکر این نکته لازم است که در آنها از پاسخگویان خواسته شده است درباره‌ی میزان رواج ویژگی‌های اخلاقی در جامعه پاسخ دهند و نه درباره‌ی میزان پایبندی‌های اخلاقی خودشان. چنانچه در پژوهش ربانی و شهابی (۱۳۸۹) نیز که از پاسخگویان خواسته شده وضعیت اخلاقی را هم درباره‌ی دیگران گزارش کنند و هم درباره‌ی خودشان، یافته‌ها حاکی از تفاوت نسبتاً زیاد میان این دو نتیجه است. یا برای مثال در پیمایش موج سوم ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۴)، در حالی که حدود ۶۱ درصد مردم با این موضوع که «بیشتر مردم اگر موقعیتی گیرشان بیاید سر همدیگر کلاه می‌گذارند»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، حدود ۷۵٪ از آنها با گزاره «در اوضاع فعلی آدم باید فقط به فکر خودش باشد» و حدود ۹۲٪ با گزاره «مهم پول درآوردن است اینکه از چه راهی به‌دست بیاید مهم نیست»، مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند. در این ارتباط به نظر می‌رسد لازم است برای بررسی این تفاوت داوری، که مردم در عین حال که نسبت به خودشان تصور نسبتاً مثبتی دارند وضعیت هم‌شهریان خود را به‌لحاظ اخلاقی منفی می‌بینند و در قضاوت‌های خود کمتر سوبه‌های مثبت اخلاقی را روایت می‌کنند، به غیر از برخی ویژگی‌های روان‌شناختی افراد، تأثیر عواملی چون برخی نارضایتی‌ها و بی‌اعتمادی‌ها نیز بررسی شوند.

همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میانگین متغیر سرمایه‌دینی و ابعاد اعتقادی، عاطفی، پیامدی و هویتی آن در جامعه آماری به‌طور معناداری بالاتر از حد متوسط است که نشان دهنده وضعیت مطلوب آنها در جامعه آماری مورد مطالعه است. اما در این میان میانگین ابعاد مناسکی، ارتباطی و تولیدی کمتر از متوسط به‌دست آمده‌اند. این یافته‌ها همسو با نتایج مطالعات پیشین درباره‌ی دینداری است که در ایران انجام شده‌اند (برای مثال سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸ ب، سراج‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ شجاعی زند و همکاران، ۱۳۸۵؛ قاسمی و امیری، ۱۳۹۰). در این مطالعات نیز همواره بعد اعتقادی دارای بالاترین میانگین و بعد مناسک دارای پایین‌ترین میانگین گزارش شده‌اند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، متغیر سرمایه دینی در مجموع ۲۹ درصد از واریانس متغیر هویت اخلاقی را تبیین می‌کند که با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر سرمایه دینی در حد بالایی توان تبیین واریانس متغیر هویت اخلاقی را در جامعه آماری پژوهش دارد و همچنین اثر متغیر سرمایه دینی بر هویت اخلاقی به لحاظ آماری معنادار است. به علاوه، با توجه به یافته‌های به دست آمده از آزمون مدل علی پژوهش، مشاهده گردید که مدل سرمایه دینی و هویت اخلاقی از برآزش مناسب برخوردار است. بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه سرمایه دینی بر هویت اخلاقی تأثیر دارد، تأیید می‌شود. چنانچه دورکیم نیز دین را در تکوین وجدان و اخلاق جامعه و پابندی به الزامات اخلاقی حائز اهمیت فراوان می‌داند. از نظر او اخلاق و دین با هم در پیوند نزدیک‌اند و احساسات اخلاقی و اجتماعی انسان‌ها از طریق مشارکت در مناسک و مراسم مذهبی تقویت و تجدید می‌شوند. استتس نیز بر اهمیت نقش دین در تقویت هویت اخلاقی افراد تأکید می‌کند. همسو با این نتایج می‌توان به نتایج برخی پژوهش‌ها اشاره کرد. به عنوان نمونه، عظیم‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، محمدی مصیری و همکاران (۱۳۹۲) و توکلی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که دین مهارکننده‌ای درونی در روابط انسانی است و به پیروی افراد از اصول اخلاقی کمک می‌کند. واکر و پیئتس (۱۹۹۸)، کولبای و دیمون (۱۹۹۵)، ویتل و همکاران (۲۰۰۹)، گیر و بامیستر (۲۰۰۵) نیز در پژوهش‌های خود دریافتند که دین پیش‌بین قوی برای هویت اخلاقی است و منابع دینی و تعلقات دینی به واسطه توانایی‌شان در درونی‌سازی ویژگی‌های اخلاقی و افزایش خودکنترلی، از جمله زمینه‌هایی‌اند که می‌تواند باعث فعالسازی ذهنی هویت اخلاقی و تکوین هویت اخلاقی در افراد بشوند.

همچنین همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد متغیر سرمایه دینی بر همه ابعاد هویت اخلاقی تأثیر معناداری دارد. اما در این میان تأثیر آن روی بعد خلوص بیشترین مقدار را نشان می‌دهد. طبق نظریه بنیادهای اخلاقی و همچنین توضیحات میلز و اوپنیکس، بعد خلوص و پاکی یا قداست شخصی در هویت اخلاقی در واقع بیشتر در حوزه جنسی حافظ کنش‌های شخص‌اند و باعث رفتارهای درست و مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی در این حوزه می‌شوند و از کجروی‌های جنسی جلوگیری می‌کنند. همان‌طور که مشخص است سازه سرمایه دینی به میزان بالایی بر تقویت هویت اخلاقی در این بعد اثرگذار است که این نتیجه با اقتدار نسبتاً بالای دین در این حوزه به‌ویژه در جامعه ایران همخوانی دارد. همچنین در بعد عدالت و اقتدار یافته‌ها نشان می‌دهد که افزایش سرمایه دینی منجر به تقویت هویت اخلاقی افراد در این ابعاد می‌شود. به عبارتی فردی که سرمایه دینی بالاتری دارد و بیشتر در معرض آموزه‌های دینی قرار دارد به میزان بیشتری معانی اخلاقی‌ای چون انصاف، درستکاری، راستگویی، احترام به مراجع اقتدار را در خود

درونی کرده و بالتبع در این حوزه‌ها رفتارهای درست‌تری نیز خواهد داشت. اما در بعد مراقبت و وفاداری به گروه‌ها، سرمایه‌دینی اگرچه تأثیر معناداری دارد، اما در مقایسه با دیگر ابعاد، این تأثیر کمتر است که شاید نشانگر این باشد که با اینکه آموزه‌های دینی ما مملو از توصیه‌ها در این موارد ولی نسبت به انتقال این آموزه‌های اخلاقی به مردم و برقراری پیوند درست میان آموزه‌های دینی و اهمیت ارزش‌های اخلاقی‌ای چون کمک‌کاری، دلسوزی و وفاداری، ضعیف‌تر عمل کرده‌اند. با توجه به اینکه نتایج برخی پژوهش‌های پیشین و از جمله (فارو و همکاران، ۲۰۰۴) حاکی از این است که دین حساسیت معنوی به ملاحظه دیگران را به فرد می‌دهد، به نظر می‌رسد که آموزه‌های دینی مبتنی بر ملاحظه و رعایت دیگران در جامعه آماری مورد مطالعه بیشتر در بعد عدالت متجلی شده‌اند و کمتر در بعد مراقبت نمود عینی یافته‌اند. مناسب است که این قسمت مورد پژوهش جداگانه قرار گیرد تا علل آن مورد واکاوی دقیق‌تر قرار گیرند.

مطابق با یافته‌های به‌دست آمده، در میان ابعاد سرمایه‌دینی نیز ابعاد اعتقادی، تجربی و پیامدی تأثیر قوی‌تری را بر هویت اخلاقی نشان می‌دهند. این موضوع بیانگر این است که هرچه فرد از حیث اعتقاد به وجود خداوند ناظر بر این جهان و به دنبال آن اصول دیگر دین، محکم‌تر باشد و علاوه بر آن در این‌باره دارای تجارب و احساسات قوی‌تری باشد و نیز این موضوع را به صورت عملی در زندگی روزمره از طریق میزان پایبندی‌هایش به دستورات دینی در خود درونی سازد، بیشتر هویت اخلاقی‌اش تقویت می‌شود. در همین رابطه، وبر ضمن تأکید بر عنصر معنا در اعمال و کنش‌های انسان، تأکید می‌کند که دینداران به‌واسطه ایمان و اعتقاد، بهتر می‌توانند بر خواست‌های نفسانی و غریزی خود غلبه کنند و احتمال کمتری دارد که به رفتارهای پرخطر گرایش داشته باشند. از نظر او، دین عامل مهمی برای کنترل خواست‌های غریزی است. همچنین وارد و کینگ (۲۰۱۸) در پژوهش‌های خود نشان داده‌اند که ایمان و تعهد عملی مذهبی می‌تواند محیط مناسبی را برای تحقق هدف اخلاقی بودن برای شخص فراهم کند (وارد و کینگ، ۲۰۱۸). همچنین از آنجا که ابعاد ارتباطی و مناسکی تأثیر ضعیف‌تری را بر هویت اخلاقی نشان می‌دهند، لازم است با توجه به اهمیت این دو بعد بررسی‌های دقیق‌تر صورت گیرد که مثلاً چگونه می‌توان کیفیت مراسم مذهبی را به گونه‌ای ارتقا داد که افراد جامعه از طریق شرکت در این جلسات و برنامه‌ها و برقراری ارتباط با هم‌کیشان خود بیشتر بتوانند درباره موضوعات و مباحث اخلاقی تأمل جدی داشته باشند و از این طریق معانی اخلاقی را در خود درونی سازند.

در مجموع، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که دین منبع مهمی در شکل دادن به هویت اخلاقی افراد جامعه است. به‌ویژه چنانکه مشاهده گردید، ابعاد اعتقادی، تجربی و پیامدی سرمایه‌دینی، قوی‌تر از سایر ابعاد آن، در شکل دادن به هویت اخلاقی عمل می‌کنند. همچنین سرمایه‌دینی از میان ابعاد پنج‌گانه هویت اخلاقی، بر سه بعد خلوص یا پاکی، احترام به مراجع اقتدار و

عدالت تأثیر بیشتری داشته است. بر این اساس می‌توان گفت لازم است ابعادی که تأثیر بزرگتری را نشان می‌دهند تقویت شده و علل تأثیر ضعیف‌تر برخی ابعاد دیگر نیز مورد شناسایی و واکاوی قرار گیرند. با در نظر داشتن این نکات، ضروری به نظر می‌رسد که نهادهای متولی و مرتبط با امور دینی - از جمله حوزه‌های علمیه، آموزش و پرورش، سازمان تبلیغات اسلامی، صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، و سایر نهادها و سازمان‌های مرتبط - به منظور تقویت هویت اخلاقی و اخلاق‌مداری شهروندان، نگاهی دوباره به نگرش‌شان نسبت به دین و نحوه تبلیغ آن داشته باشند و در جهت تقویت سرمایه‌های دینی شهروندان در همه ابعاد حرکت نموده و به این نکته توجه داشته باشند که در این مسیر دچار مناسک‌گرایی بیش از حد نشوند. تأکید بیش از حد بر ظواهر دین بدون توجه به اهداف و ذاتیات دین و به نوعی مؤسسه‌سازی در مقابل نهادسازی، که کارکرد درونی‌سازی ارزش‌ها را بر عهده دارد، از دین تنها پوسته‌ای ظاهری برجای می‌گذارد که آن را از کارکردهای اصلیش که یکی از آنها نیز درونی‌سازی ارزش‌های اخلاقی است باز می‌دارد. چنانکه مرتون نیز درباره مناسک‌پرستان آنها را کسانی معرفی می‌کند که بدون درک درستی از ارزش‌ها و داشتن هدف بزرگتری، فقط به رعایت قواعد و ظواهر مشغولند. در این حالت دین نمی‌تواند اهداف والای خود را محقق کند. علاوه بر این، تقویت سرمایه دینی شهروندان در دنیای مدرن کنونی نیازمند به‌کارگیری روش‌های جدید و اقتناعی در تبلیغ و اشاعه دین، همچنین تأکید بیشتر بر اجتماعات دینی کارآمد و گشوده‌ای است که فضای گفت‌وگو و تبادل نظر را برای شهروندان فراهم می‌کنند و فضای لازم را برای تأمل و کاوش درباره موضوعات گوناگون و از جمله موضوعات اخلاقی فراهم می‌کنند و از این طریق به هویتی‌تر شدن هرچه بیشتر اخلاق در میان شهروندان کمک می‌کنند.

فهرست منابع

۱. آرون، ریمون (۱۳۷۰). *مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی* (باقر پرهام، مترجم). تهران: آموزش انقلاب اسلامی (شرکت سهامی).
۲. پوررستمی، حامد؛ رضایی هفتاد، حسن (۱۳۹۱). گونه‌شناسی و اعتبارسنجی طیف‌های اخلاقی در جامعه دینی، پژوهشنامه اخلاق، سال پنجم، شماره ۱۷، ۸۷-۱۰۰.
۳. توکلی، ماهگل؛ لطیفی، زهره؛ امیری، شعله (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ابعاد مختلف دینداری و هویت اخلاقی در دانشجویان دانشگاه اصفهان، *مطالعات اسلام و روان‌شناسی*، ۵، ۶۵-۷۷.
۴. جلائی‌پور، محمدرضا (۱۳۹۲). *دین و نظریه اجتماعی*، تهران: کویر.
۵. جلالی مقدم، مسعود (۱۳۹۴). *درآمدی به جامعه‌شناسی دین و آراء جامعه‌شناسان بزرگ درباره دین*. تهران: مرکز.
۶. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی نظم*. تهران: نی.
۷. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۳). *جامعه‌شناسی اخلاق (تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در ایران)*. تهران: جامعه‌شناسان.
۸. حبیب‌پور کتابی، کرم؛ بابایی همتی، زرنوش (۱۳۹۳). رابطه بین دینداری و مصرف‌نمایی زنان شهر تهران (مطالعه موردی منطقه ۵). *مطالعات راهبردی زنان*. *مطالعات راهبردی زنان*، ۱۷(۶۵)، ۳۷-۶۸.
۹. دورکیم، امیل (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی و فلسفه: تعریف پدیده‌های دینی* (مرتضی ثاقب‌فر، مترجم). تهران: علم.
۱۰. ربانی، رسول؛ شهایی، سیامک (۱۳۸۹). بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان. *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۵، ۷۷-۹۲.
۱۱. رصدخانه فرهنگی اجتماعی استان اصفهان (۱۳۹۸). *تحلیل وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی کشور، استان و شهر اصفهان*.
۱۲. زاکرمن، فیل (۱۳۹۴). *درآمدی بر جامعه‌شناسی دین* (خشایار دیهیمی، مترجم). تهران: حکمت.
۱۳. زاگزبسکی، لیندا (۱۳۹۰). *جستار: دین و اخلاق* (ترجمه شهاب‌الدین عباسی). *کتاب ماه دین*، ۱۷۱، ۱۰۰-۱۱۱.
۱۴. سپیدنامه، بهروز؛ فراستخواه، مقصود؛ رحمانی، جبار (۱۳۹۷). *تبارشناسی مفهوم سرمایه دینی و شاخص‌سازی آن متناسب با جامعه ایران*. *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ۶(۱)، ۳۱-۶۱.
۱۵. سراج‌زاده، سیدحسین؛ پویافر، محمدرضا (۱۳۸۶). دلالت‌های روش‌شناسانه کاربرد سه سنجه در یک جمعیت. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۸(۴)، ۳۷-۷۰.
۱۶. سراج‌زاده، سیدحسین؛ پویافر، محمدرضا (۱۳۸۸ الف). *سنجش دینداری با رهیافت بومی، جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران*، ۱(۲)، ۱-۱۸.

۱۷. سراج‌زاده، سیدحسین؛ پویافر، محمدرضا (۱۳۸۸ ب) دین و نظم اجتماعی: بررسی رابطه دینداری با احساس انومی و کجروی در میان نمونه‌ای از دانشجویان. *مسائل اجتماعی ایران*، ۶۳، ۷۱-۱۰۶.
۱۸. سراج‌زاده، سیدحسین؛ قصابی، رضوان؛ چمنی، سولماز (۱۳۹۱). بررسی رابطه دینداری و بیگانگی اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۲ (۵)، ۱۰۳-۱۲۵.
۱۹. سراج‌زاده، سیدحسین؛ جواهری، فاطمه؛ ولایتی خواجه، سمیه (۱۳۹۲). دین و سلامت: آزمون اثر دینداری بر سلامت در میان نمونه‌ای از دانشجویان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۴ (۴۹)، ۷۷-۵۵.
۲۰. شجاعی‌زند، حسین؛ شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۹۵). بررسی روایی در پیمایش‌های سنجش دینداری در ایران. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۶۳ (۳)، ۱۶۸-۱۹۶.
۲۱. -عظیم‌پور، علیرضا؛ نیسی، عبدالکازم؛ شهنی بیلاق، منیجه؛ ارشدی، نسرین؛ بشلیده، کیومرث (۱۳۹۳). اعتباریابی مقیاس «اهمیت برای خویشتن هویت اخلاقی» برای دانشجویان. *فصلنامه شخصیت و تفاوت‌های فردی*، ۳ (۴)، ۱۹-۳۸.
۲۲. فراستخواه، مقصود (۱۳۹۴). *ما ایرانیان، زمینه‌کاوی تاریخی و اجتماعی خلیقات ایرانی*. تهران: نی.
۲۳. قاسمی، وحید؛ امیری اسفرجانی، زهرا (۱۳۹۰). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر دینداری بر سرمایه اجتماعی درون گروهی (مطالعه موردی شهر اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۴۲، ۲۱-۴۶.
۲۴. کوزر، لوئیس (۱۳۸۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی* (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: علمی.
۲۵. محمدی مصیری، فرهاد؛ حاجلو، نادر؛ عباسیان، مینا (۱۳۹۲). دین داری و کیفیت رابطه با والدین با هویت اخلاقی نقش تعدیل کننده خودتنظیمی. *روانشناسی و دین*، ۲۴، ۱۰۹-۱۲۲.
۲۶. ملکیان، مصطفی (۱۳۸۷). دین و اخلاق. *آئین*، ۱۶، ۱۲-۱۶.
۲۷. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم*. تهران: دفتر طرح‌های ملی.
۲۸. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۴). *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج سوم*. تهران: دفتر طرح‌های ملی.
۲۹. همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی دین* (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: ثالث.
30. Aquino, K. & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity, *Journal of Personality and Social Psychology*, 83 (6), 1423-1440.
31. Aquino, K., Freeman, D., Reed, A., Lim, V. K. G. & Felps, W. (2009). Testing a Social-Cognitive Model of Moral Behavior: The Interactive Influence of Situations and Moral Identity Centrality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97 (1), 123-141.
32. Blasi, A. (1984). Moral identity: Its role in moral functioning. In Kurtines, W. M. & Gewirtz, J. L. (Eds.), *Morality, moral behavior, and moral development*, (pp. 128-139), New York: Wiley.
33. Colby, A., & Damon, W. (1995). The Development of Extraordinary Moral Commitment. In Killen, M. & Hart, D. (Eds.),

Morality in Everyday Life: Developmental Perspectives (pp. 342-370). New York, NY, US: Cambridge University Press.

34. Furrow, J. L., King, P. E., White K. (2004). Religion and Positive Youth Development: Identity, Meaning, and Prosocial Concern. *Applied Developmental Science*, 8(1), 17-26.

35. Geyer, A. L. & Baumeister, R. F. (2005). Religion, Morality, and Self-Control, in F. P. Raymond and L. P. Crystal (eds.), *The Handbook of Religion and Spirituality* (pp. 412–432). New York: The Guilford Press.

36. Hardy Sam A. & Carlo G. (2005). Identity as a Source of Moral Motivation. *Human Development*, 48(4), 232- 256.

37. Hart D., Atkins R. (2004). Religious Participation and the Development of Moral Identity in Adolescence. In Thorkildsen T.A., Walberg H.J. (Eds.), *Nurturing Morality* (pp. 157-172), Issues in Children's and Families' Lives, vol. 5. Springer, Boston, MA.

38. Hitlin, Steven & Vaisey, Stephen (2010). Back to the Future. In Steven Hitlin & Stephen Vaisey (Ed.), *Handbook of the Sociology of Morality* (pp. 3-15). New York: Springer.

39. Lapsley, Daniel K. & Narvaez, Darcia. (2004). A social-cognitive approach to the moral personality. In Lapsley, Daniel K. & Narvaez, Darcia (Eds.), *Moral development, self and identity* (pp. 189–212), Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

40. Lapsley, Daniel K., & Narvaez, Darcia. (2005). Moral psychology at the crossroads. In Lapsley Daniel K. & Power, F. Clark (Eds.), *Character Psychology And Character Education* (pp. 18-35), Notre Dame: University of Notre Dame Press.

41. -Lapsley, Daniel k. (2016). Moral Self-Identity and the Social-Cognitive Theory of Virtue. In Annas, Julia, Narvaez, Darcia & Snow, Nancy E. (Eds.), *Developing the Virtues* (pp. 34-68), New York: Oxford.

42. Lundberg W.Kathleen. (2014). A Story of Virtue: Moral Identity in Students, Attending a Midwestern Evangelical College, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Education, Liberty University.

43. McKay R. & Whitehouse, Haryey. (2015). Religion and Morality, *American Psychological Association*, 141(2), 447-473.

44. Miles, Andrew & Upenieks, Laura (2018). An Expanded Model of the Moral Self: Beyond Care and Justice, *Social science Research*, 72, 1-19.

45. Palmer, D. A. & Wong, M. (2013). *Clarifying the Concept of Spiritual Capital*. Prepared for the Conference on the Social Scientific Study of Religion. The Chinese University of Hong Kong, 10-13 July.

46. Park Jerry Z. & Smith, Christian. (2002). To Whom Much Has Been Given...': Religious Capital and Community Voluntarism

- Among Churchgoing Protestants, *Journal for the Scientific study of Religion*, 39(3), 272-286.
47. Reimer, K. S. (2014). Moral identity. In Levesque, Roger J. R. (Ed.), *Encyclopedia of Adolescence* (pp.1785-1790), New York: Springer.
48. Serajzadeh, Seyed Hossein (1998). Muslims, Religiosity and Delinquency: an Examination of Iranian Youth, Ph.D. diss., University of Essex.
49. Stets, Jan E. & Carter M. (2006). The Moral Identity: A Principle Level Identity. In McClelland, K & Fararo, T.J. (Eds.), *Purpose, Meaning, and Action: Control Systems Theories in Sociology* (pp. 293-316). New York: Palgrave Macmillan.
50. Stets, Jan E. (2010). The Social Psychology of the Moral Identity. In Steven Hitlin & Stephen Vaisey (Ed.), *Handbook of the Sociology of Morality* (pp. 385-409). New York: Springer.
51. Stets, Jan E. (2011). Applying Identity Theory to Moral Acts of Commission and Omission. *Advances in Group Processes*, 28, 97-124.
52. Stets, Jan E. & Carter Michael J. (2011). The Moral Self: Applying Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 74 (2), 192-215.
53. Stets, Jan E. & Carter. Michael J. (2012). A Theory of the Self for the Sociology of Morality. *American Sociological Review*, 77 (1), 120-140.
54. Stets Jan. E. (2016). Rationalist vs. Intuitionist Views on Morality, A Sociological Perspective. In Brand, Cordula (Ed.), *Dual-Process Theories in Moral Psychology, Interdisciplinary Approaches to Theoretical, Empirical and Practical Considerations* (pp. 345-366). Springer VS Wiesbaden.
55. Vitell, S. John, Bing, Mark N., Davison, H. Kristl, Ammeter, Anthony P., Garner, Bart L, Novicevic, Milorad M. (2009). Religiosity and Moral Identity: The Mediating Role of self-Control. *Journal of Business Ethics*, 88(4), 601-613.
56. Walker, L. J. & Pitts, R. C. (1998). Naturalistic Conceptions of Moral Maturity, *Developmental Psychology*. 34, 403-419.
57. Ward, Sarah J. and King, Laura A. (2018). Moral Self-Regulation, Moral Identity, and Religiosity, *Journal of Personality and social Psychology*, 115 (3), 495-525