

Research Paper

Developing, Validation, Reliability and Normalization of Moral Attitude Scale among Adolescents

Arezou Delfan Beiranvand^{1*}, Khosro Rashid²

1- Ph.D. Candidate in educational psychology, Faculty of Economics and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamadan, Iran.

2- Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Received:2022/06/24

Revised:2022/10/27

Accepted:2022/11/08

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/JPM.2022.30503.3646

Keywords:

Attitude, Moral, Moral Attitude, Moral Behavior, Adolescents

Abstract

Introduction: This study was conducted with the aim of developing, validation, reliability, and normalization of moral attitude scale among adolescents.

Method: The study was carried out in two phases. In the first phase (qualitative part), the existing theoretical foundations of attitude and moral attitude were studied and categorized by the use of the content analysis method. In the second phase (the quantitative part), based on the findings of content analysis, a 36-items scale was developed to measure three identified factors called cognitive, emotional, and behavioral. The research method was descriptive-correlational, and the statistical population included all adolescents of Hamedan in the academic year of 2021-2022. The sample size included 1093 adolescents were randomly selected through multi-stage cluster sampling method, and they completed the researcher-made scale. To examine the validity of the scale, exploratory factor analysis, content validity method, and concurrent validity, and to investigate the reliability of the scale Cronbach alpha were used.

Results: The results of exploratory factor analysis extracted 3 factors named cognitive, emotional, and behavioral. The estimated Cronbach alpha reliability coefficients for the whole scale was 0.94, and for cognitive, emotional, and behavioral were 0.83, 0.90, 0.87 respectively. Normative information of this scale is also reported.

Conclusion: According to the results moral attitude Scale has suitable validity and reliability, and can be used in various organization.

Citation: Delfan Beiranvand A, Rashid Kh. Developing, Validation, Reliability and Normalization of Moral Attitude Scale among Adolescents: Journal of Psychological Methods and Models 2022; 13 (49):71-92

***Corresponding Author:** Arezou Delfan Beiranvand

Address: Faculty of Economics and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamadan, Iran.

Tell: 09398925728

Email: arezou.delfan14@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

The attitude and the process of its formation are among the interesting topics of social psychology and it plays a very important role in the life, thoughts and individual and social behaviors of humans and is considered the fundamental component of the individuality of every human being (1). Attitude is a precondition for action and an expression of readiness that affects a person and causes a person to perform certain and known behavior (4). The stronger an attitude is, the stronger its influence on behavior and thoughts (2). Morality is an inseparable concept from human life regardless of race, culture, politics, and social class. Moral problems play an important role in human behavior. In general, morality deals with the standards of the correct and incorrect behavior (7). Moral attitude plays a role to regulate behavior in the social system (29). In order to do the right things, individual's moral attitude guides their moral behavior and the experience-based attitudes of them by taking advantage of freedom and discretion (43). In other words, moral attitude refers to the cognitive, emotional, and behavioral tendencies of individuals to respond to issues and activities that include social standards for what is morally appropriate and valuable (40). Explaining why some people act morally and others immorally has always been the focus of experts in the fields of philosophy, sociology, and psychology (19). Ancient Greek philosophers, Socrates, believed that "knowing good is doing the good." They explained moral behavior temporarily by arguing that knowing leads to action. But today, this argument has been challenged along with Kohlberg's moral development theory, which is influenced by it. The studies have shown that knowing the goodness of ancient Greek philosophers and Kohlberg's moral judgment cannot predict moral behavior as previously conceived and only there is a moderate correlation between moral judgment and moral behavior (20). Kohlberg assumes that moral reasoning is an important factor that creates integration in moral judgment and decision for moral action and plays the main role (21). While in other researches, the relationship between

moral attitude and behavior has been widely discussed in academic environments and public discourses (55); because attitudes influenced the behavior (23) and they have a serious effect on creating and shaping behaviors, motivations, satisfying needs, and directing tendencies. In fact, attitudes are powerful drivers of behavior (24). For this reason, their study has occupied a major part of social psychology (25). On the other hand, due to the shortcomings of the built scales about moral attitude, including being limited to a specific field such as nursing or job, etc., it prompted the authors of this research to construct, validate, and normative the Moral Attitude Scale (MAS) to make it possible to evaluate moral attitude in various situations. Therefore, the purpose this research was constructing, validating, and normalizing the MAS among teenagers.

Materials and Methods

The method of this research was mixed (Qualitative & Quantitative). In the first stage, qualitative part, data analyzed by the content analysis method, and in the second stage, quantitative part, the research method was descriptive-correlation. The statistical population included all teenagers of Hamedan city in the 1400-1401 academic year. 1093 students (515 girls and 578 boys) were selected by multi-stage cluster sampling. Data were analyzed by exploratory and confirmatory factor analysis using SPSS-25 and Lisrel-8.8 software.

Results

The results of exploratory factor analysis in the form of principal components analysis with varimax method on 36 items of the scale showed that all items have appropriate factor loading, except 1, 2, 3, 5, 9, 21, 22, 28, and 33 items which were removed from the desired scale. The results showed that there are 3 definable factors in this scale, which generally explain 51.17% of the variance of the target concept. 8 items (4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, and 13) on the cognitive factor, 10 items (14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, and 25) on the emotional factor, and 9 items (26, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 35, and 36) on the behavioral factor were loaded. The results of the confirmatory factor analysis confirmed the

results of the exploratory factor analysis that the MAS has 3 factors and the obtained model has a good fit with the research data because based on the results of the 3 constituent factors (factor 1: cognitive, Factor 2: Emotional, and Factor 3: Behavioral) have a suitable factor load with the questions and also all factors show a very high factor load with the moral attitude concept. The fitness of the model by the ratio of chi-square on the degrees of freedom (χ^2/df) was 3.55. The values smaller than 5 are acceptable and the closer to zero indicates a good fitness of the model. The goodness of fit index (GFI) 0.90, comparative fitness index (CFI) 0.97, and Incremental Fit Index (IFI) 0.97 were obtained. The values close to 0.90 and above are considered as acceptable goodness of fit. These indexes indicate the appropriate fitness of the model. The root mean square error of approximation (RMSEA) index is 0.066. According to the good characteristics of the obtained fit, the fitness of the model is at a good level and indicates the confirmation of the results of the confirmatory factor analysis. Cronbach's alpha coefficient was 0.94 for the whole MAS, and it was 0.83, 0.90, and 0.87 for the cognitive, emotional, and behavioral subscales, respectively. Reliability was obtained by ordinal theta method for 0.95 for the whole scale and 0.84, 0.92, 0.89 for the cognitive, emotional and behavioral subscales, respectively. Reliability was obtained by ordinal theta method. For whole scale it was 0.95 and for the cognitive, emotional, and behavioral subscales it was 0.84, 0.92, and 0.89, respectively. In order to obtain the validity of this scale, the differential validity method was used by calculating the correlation of this test with the negative behavior subscale of the moral behavior scale (MBS). The calculated correlation between the constructed scale about moral attitude and the subscale of negative behavior was obtained ($r=-0.43$ and $P<0.001$), which indicates the differential validity of the constructed scale. In order to check the validity of MAS, the simultaneous validity method was used by calculating the correlation of this test with the scales of moral identity and moral behavior. The calculated correlation between the MAS with

the moral identity and moral behavior scales was obtained 0.413 and 0.514, respectively ($P<0.001$), which indicates the validity of the scale.

Discussion and Conclusion

The purpose of this research constructing, validating, and normalizing the MAS among teenagers. The results showed that the MAS has adequate validity. The reliability coefficient for the whole scale was obtained 0.94, and it was 0.83, 0.90, and 0.87 for the cognitive, emotional, and behavioral subscales, respectively. The results of the construct validity of the scale showed that the 27 items of this scale were loaded on 3 factors (cognitive, emotional, and behavioral). The amount of factor loadings reported shows that the items of the MAS measure moral attitude with great power. Based on these results, it was found that cognitive, emotional, and behavioral factors have a good relationship with the main concept. Also, the results indicate that the MAS has adequate concurrent validity and 3 cognitive, emotional, and behavioral factors can significantly predict 51.17% of the variance of the target construct. In order to explain the findings of this research, it can be said that the moral attitude concept can predict doing moral behavior by individuals in the future. Because attitudes are powerful in guiding behavior (24). The more positive the attitude of people towards morality and moral behavior is, the more the increases in desire of them to doing moral behavior in various situations of life. Because the moral attitude provokes individuals' reaction to moral behavior in terms of cognitive, emotional, and behavioral (readiness to act). This excitement towards moral behaviors prepares individuals to doing them.

Ethical Considerations

In this research, informed consent, voluntary participation, the right to withdraw from the research, and respect for privacy were considered.

Funding

The costs of this study were covered by the first author of the article.

Authors' contributions

The first author is the main researcher, the second author is the supervisor.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of

مقاله پژوهشی

ساخت، اعتباریابی، رواسازی و هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی در میان

نوجوانان**

آرزو دلفان بیرانوند^{۱*}، خسرو رشید^۲

۱- دانشجوی دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۲- دانشیار، گروه روان‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

** این مقاله مستخرج از رساله خانم آرزو دلفان بیرانوند می‌باشد.

چکیده

مقدمه: این پژوهش با هدف ساخت، اعتباریابی، رواسازی، و هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی در میان نوجوانان انجام شد.

روش: پژوهش در دو مرحله انجام شد. در مرحله نخست (بخش کیفی)، ابتدا منابع و مبانی نظری موجود در زمینه نگرش و نگرش اخلاقی با روش تحلیل محتوا بررسی و مقوله‌بندی شدند. در مرحله دوم (بخش کمی)، براساس کدگذاری و تدوین مضامین اطلاعات حاصل از بررسی منابع، یک مقیاس ۳۶ گویه‌ای برای اندازه‌گیری ۳ عامل شناسایی شده‌ی شناختی، عاطفی و رفتاری ساخته شد. در این مرحله روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری شامل کلیه نوجوانان شهر همدان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بود. اندازه نمونه شامل تعداد ۱۰۹۳ نفر بودند که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند و مقیاس پژوهش‌گرساخته را تکمیل کردند. برای بررسی روایی ابزار از روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی، روایی محتوایی، و روایی هم‌زمان و برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ سود برده شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل عامل اکتشافی، مؤلفه‌های شناختی، عاطفی، و رفتاری را به عنوان ۳ عامل مقیاس نشان داد. ضریب پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۴، و برای زیرمقیاس‌های شناختی، عاطفی، و رفتاری به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۹۰، و ۰/۸۷ به دست آمد. همچنین، اطلاعات هنجاری این مقیاس گزارش شده است.

نتیجه‌گیری: برپایه یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که مقیاس نگرش اخلاقی از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است و می‌تواند در تمام سازمان‌ها به کار برده شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

تاریخ داوری: ۱۴۰۱/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۷

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/JPMM.2022.30503.3646

واژه‌های کلیدی:

نگرش، اخلاق، نگرش اخلاقی، رفتار اخلاقی، نوجوانان

* نویسنده مسئول: آرزو دلفان بیرانوند

نشانی: دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

تلفن: ۰۹۳۹۸۹۲۵۷۲۸

پست الکترونیکی: arezou.delfan14@gmail.com

مقدمه

نگرش و روند شکل‌گیری آن، از جمله مباحث جالب روان‌شناسی اجتماعی است و نقشی بسیار مهم در زندگی، اندیشه‌ها و رفتارهای فردی و اجتماعی انسان دارد و مؤلفه اساسی فردیت هر انسان به شمار می‌رود (۱). نگرش به ارزیابی کلی افراد از مردم و خودشان، اشیاء، مسایل و مکان‌ها اشاره می‌کند و در روان‌شناسی به خاطر تأثیراتی که بر انتخاب‌ها و اعمال دارد از اهمیتی ویژه برخوردار است. تغییر نگرش، واسطه تأثیر تغییر باور بر تغییر رفتار است (۲). نگرش به ارزیابی کلی فرد از یک موضوع اشاره می‌کند. موضوع نگرش می‌تواند هر چیزی باشد که شخص تمیز می‌دهد و یا در ذهن دارد و مؤلفه‌های این ارزیابی کلی ممکن است عاطفی، شناختی و رفتاری باشد. نگرش شامل تمام اطلاعاتی است که ماهیت ارزیابانه دارد. البته، لزوماً تمام این مؤلفه‌ها در هر نگرشی حضور ندارند (۱). در واقع نگرش یک ویژگی هیجانی است که به صورت تمایل به واکنش نشان دادن به صورت مثبت و منفی نسبت به یک رویداد مشخص می‌شود (۳). نگرش پیش شرطی برای عمل و بیانی از آمادگی است که بر فرد تأثیر می‌گذارد و موجب می‌شود تا فرد رفتار معین و معلومی انجام دهد (۴). هر چه یک نگرش قوی باشد تأثیر آن روی رفتار و افکار نیرومندتر است (۲).

فارغ از هر نژاد و فرهنگ، سیاست و طبقه اجتماعی، اخلاق مفهومی جدا نشدنی از زندگی انسان است. مسایل اخلاقی نقشی مهم در رفتار انسان ایفا می‌کنند. اصول اخلاقی راجع به چگونه بودن افراد و این که در هر موقعیت چگونه رفتار کنند مربوط می‌شوند. روان‌شناسی اخلاق از فلسفه اخلاق، حوزه‌ای که به اخلاق هنجاری مربوط می‌شود رشد کرده و این که مردم چگونه عمل کنند و چه رفتارهای درست و نادرست هستند را مطالعه می‌کند (۵). از دیدگاه بایراکتاروا و وُدکاک (۶) وقتی فرد در دو راهی تصمیم‌گیری اخلاقی و غیراخلاقی قرار می‌گیرد، در صورتی که تمایل به اخلاقیات در وی قوی باشد، ملاحظات اخلاقی را مورد توجه قرار می‌دهد. روی هم رفته، اخلاق با استانداردهای مربوط به درست و غلط بودن رفتار سروکار دارد (۷). اخلاق مجموعه‌ای از رفتارها و نگرش‌ها را در برمی‌گیرد که از اجماع گروهی سرچشمه می‌گیرد و کارکرد آن این است که چنین گروه‌هایی با موفقیت به جوامعی باثبات تبدیل شوند، بنابراین تقویت و تأیید بعدی این هنجارها بسیار مهم است (۸).

یکی از عواملی که نقش تسهیل‌کننده‌ای در تنظیم رفتار فرد در درون نظام اجتماعی ایفا می‌کند سازه نگرش اخلاقی است. نگرش اخلاقی، نگرش‌هایی مبتنی بر تجربیات کسب شده و رفتارهای اخلاقی افراد را جهت انجام کارهای درست (با بهره‌گیری از آزادی و اختیار) هدایت می‌کند (۹). بسیاری از جنبه‌های نگرش اخلاقی در پژوهش‌های گذشته مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ از جمله حساسیت به وجود مشکلات اخلاقی (۱۰)، مراحل رشد اخلاقی در استدلال در مورد مسائل اخلاقی (۱۱)، و قضاوت اخلاقی در مورد مناسب بودن رفتارهای خاص (۱۲). رفتارهای اخلاقی، در سوی دیگر قرار دارند که شامل شناخت اخلاقی، قضاوت اخلاقی و تمایلات اخلاقی است و مانع از بروز رفتارهایی می‌شود که به نفع فرد و به ضرر دیگران می‌باشد (۱۳). بیکر، هانت و آندریوز (۱۴) نیز رفتار اخلاقی را به عنوان رویه یا رویکرد مهم تلقی

می‌کنند که از راه آن اشتباهات و ناهنجاری‌های اخلاقی موجود در سطح سازمان حذف می‌شوند. در واقع، رفتار اخلاقی انعکاس ارزش‌های فرد است. ارزش‌ها شامل دامنه‌ای از باورها و تمایلات می‌باشند که رفتار فرد را بر می‌انگیزاند (۱۵). رفتار اخلاقی یعنی عمل مطابق با ارزش‌های اخلاقی موجود در موقعیت‌ها (۱۶).

تبیین این موضوع که چرا برخی افراد اخلاقی و برخی دیگر غیر اخلاقی عمل می‌کنند، همواره مورد توجه صاحب‌نظران حوزه فلسفه، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی بوده است (۱۷). فلاسفه یونان باستان از جمله سقراط معتقد بودند "دانستن خوبی، عمل به خوبی است" آن‌ها با این استدلال که دانستن منجر به عمل می‌شود، رفتار اخلاقی را به صورت موقت تبیین کردند، اما امروزه این استدلال به همراه نظریه رشد اخلاقی کلبیگ متأثر از آن، به چالش کشیده شده است زیرا که مطالعات انجام شده نشان داده‌اند که دانستن خوبی فلاسفه یونان باستان و قضاوت اخلاقی کلبیگ نمی‌تواند آن چنان که پیش‌تر تصور می‌شد رفتار اخلاقی را پیش‌بینی کند و تنها یک همبستگی متوسط بین قضاوت اخلاقی و رفتار اخلاقی وجود دارد (۱۸). کلبیگ فرض می‌کرد که استدلال اخلاقی عامل مهمی است که در قضاوت اخلاقی و تصمیم برای عمل اخلاقی وحدت ایجاد می‌کند و نقش اصلی را ایفا می‌کند (۱۹). در حالی که در پژوهش‌های دیگر، ارتباط بین نگرش اخلاقی و رفتار اخلاقی به طور گسترده در محیط‌های دانشگاهی و گفتمان‌های عام مورد بحث قرار گرفته است (۲۰). چرا که نگرش‌ها روی رفتار اثر می‌گذارند (۲۱) و در زمینه سازی و شکل‌دهی به رفتارها، ایجاد انگیزش‌ها، ارضای نیازها و جهت‌دهی به گرایش‌ها تأثیری جدی دارند. در واقع، نگرش‌ها هدایت‌کننده‌های قدرتمند رفتار هستند (۲۲). به همین دلیل، مطالعه آن‌ها بخش عمده‌ای از روان‌شناسی اجتماعی را به خود اختصاص داده است (۲۳). از سوی دیگر، بحث اخلاق، ارزش‌های اخلاقی و چگونگی شکل‌گیری آنان در دوره نوجوانی مهم است. زیرا نوجوانی به عنوان یکی از دوره‌های حساس و مهم رشد مطرح شده است (۲۴). دوره نوجوانی به مثابه پدیده اجتماعی، نقش اساسی در شکل‌گیری، کنترل، و پیش‌بینی کنش‌ها و گرایش‌های افراد جامعه دارد (۲۵). هم‌چنین، به دلیل کاستی‌هایی که مقیاس‌های ساخته شده در زمینه نگرش اخلاقی داشته‌اند از جمله محدود بودن به یک حوزه خاص مانند پرستاری یا شغل، نویسندگان این پژوهش را بر آن داشت که به ساخت و اعتباریابی، هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی بپردازند تا امکان ارزیابی نگرش اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون فراهم شود. از اینرو، این پژوهش با هدف ساخت، اعتباریابی، رواسازی و هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی در میان نوجوانان انجام شد. بنابراین، در این پژوهش پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر بررسی شده است:

تحلیل محتوای اطلاعات حاصل از منابع و مبانی نظری موجود در زمینه‌ی نگرش و نگرش اخلاقی چه عواملی را به عنوان مؤلفه‌های نگرش اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون زندگی نشان می‌دهند؟ آیا تحلیل عاملی اکتشافی عوامل بدست آمده از تحلیل محتوا را تأیید می‌کنند؟

آیا مقیاس نگرش اخلاقی از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است؟ آیا مقیاس نگرش اخلاقی از روایی هم‌زمان مناسبی برخوردار هستند؟

جدول هنجار (نرم) مقیاس نگرش اخلاقی چگونه است؟

ادبیات و پیشینه پژوهش

نگرش و رفتار. آیا نگرش‌ها پیش‌بینی‌کننده رفتارها هستند؟ آیا نگرش بر رفتار تأثیر می‌گذارد؟ بسیاری از پژوهشگران رابطه میان نگرش و رفتار را از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند. برای نمونه به اعتقاد مانستید و هیوستون (۲۶)، نگرش‌ها تأثیری هدایت‌کننده و پویا بر رفتار دارند. بنابراین به عنوان یک قاعده‌ی کلی نگرش‌های مثبت، رفتارهایی را که در جهت حمایت یا تأیید موضوع نگرش است پیش‌بینی می‌کنند، و در مقابل نگرش‌های منفی پیش‌بینی‌کننده‌ی رفتارهای نامناسب نسبت به موضوع نگرش هستند. در سوی دیگر، روان‌شناسان اجتماعی غالباً بر نگرش‌ها برای پیش‌بینی و تبیین رفتار تکیه می‌کنند (۲۷).

نگرش اخلاقی. تصمیمات اخلاقی به شدت تحت تأثیر نگرش افراد نسبت به رفتار اخلاقی قرار دارد که به ارزش‌ها، احساس تعهد اخلاقی و درک پیامدهای ناشی از تصمیم‌گیری بستگی دارد (۲۸). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که نگرش اخلاقی در تنظیم رفتار فرد در دورن نظام اجتماعی نقش دارد (۲۹). نگرش اخلاقی ضروری است زیرا قوانین و مقررات همیشه معضلاتی را که ممکن است در روابط تحلیلی رخ دهد پوشش ندهد، معضلاتی را که باید مورد توجه قرار گیرند و با آن دست و پنجه نرم کنند و اغلب پاسخ صحیحی ندارند. قوانین و مقررات مهم هستند اما همیشه برای شرایط پیچیده رابطه تحلیلی کافی نیستند. صداقت و اخلاق برای نگرش اخلاقی اساسی است. اخلاق از راه روابط ایجاد می‌شود و صداقت شامل مبارزه با مسائل پیچیده درون خود می‌باشد (۳۰).

استارک (۳۱) بیان می‌کند که نگرش اخلاقی به معنای زیر سوال بردن تصمیمات، احترام به نظرات دیگران و آسیب نرساندن است. بر اساس دیدگاه آلتس (۳۲) و گستمنز (۳۳)، نگرش اخلاقی بیانگر انگیزه و تعهد در عمل و توانایی پاسخگویی به دیگران است. این جنبه قابل توجهی از ارتباطات انسانی بشمار می‌رود. گرچه پیروی از کدهای رسمی اخلاق حرفه‌ای را به دنبال دارد، اما نگرش اخلاقی پیچیده‌تر از رعایت قوانین و کدهای اخلاقی است. در واقع، نگرش اخلاقی بیانگر رفتار نوع دوستانه با دیگری است و یک رفتار فداکارانه است (۳۴). یک نگرش اخلاقی غالباً شامل کشمکش، شرم، عدم اطمینان، اضطراب و احساسات دیگری است که تحمل آن‌ها دشوار است، اما باید پذیرفت. تعادل بین ذهنیت و عینیت باید بخشی از یک نگرش اخلاقی باشد.

سولمون (۳۴) بیان می‌کند که نگرش تحلیلی باید یک نگرش اخلاقی باشد؛ ما باید در زندگی خودمان هم از نظر شخصی و هم از نظر حرفه براساس انسانیت با دیگران رفتار کنیم. ما باید سعی کنیم به خودمان و دیگر افراد گوش دهیم و براساس بررسی عمقی آنچه که درست و یا نادرست هست و با داشتن آگاهی از انسانیت در درون خودمان دست به انتخاب بزنیم. یک نگرش اخلاقی مستلزم توانایی در نظر گرفتن موارد مخالف و روبه‌رو شدن با تضادها و موارد مبهم هست و نه ترک کردن (۳۰). ارلانسوند (۳۵) بیان می‌کند که نگرش اخلاقی به دو طبقه نتیجه‌گرایانه و غیرنتیجه‌گرایانه اشاره دارد. نتیجه‌گرایان

صرفاً بر اساس پیامدهای کلی اعمال قضاوت می‌کنند، در حالی که غیرنتیجه‌گرایان اعمال اخلاقی را با سایر استانداردها مانند حقوق فردی یا وظایف خاص قضاوت می‌کنند. این نوع طبقه‌بندی در روان‌شناسی اخلاقی معاصر اغلب استفاده می‌شود (۳۶). بین این دو نوع نگرش تفاوت وجود دارد. برای نمونه، آیا از نظر اخلاقی قابل قبول است که یک نفر را فدای ۵ نفر کرد؟ نتیجه‌گراها پاسخ می‌دهند که آن قابل قبول هست چرا که رنج کلی کم‌تر خواهد بود، در حالی غیرنتیجه‌گراها پاسخ می‌دهند که مخالف هستند زیرا قتل می‌تواند به عنوان نقض یک قانون مطلق یا بی‌احترامی ممنوع به حق زندگی یک فرد تلقی شود (۳۷).

از دیدگاه جعفری (۳۸)، نگرش اخلاقی عبارت است از انجام کار نیک و دوری از کار زشت با بهره‌برداری از آزادی که ناشی از جست‌وجوی کمال و تحریک‌کننده‌ی ما به انجام کار اخلاقی و وجدان درونی است. اسمیت و مکی (۳۹) معتقد هستند که نگرش اخلاقی، نگرش‌هایی که بر اساس تجربیات کسب شده و رفتارهای اخلاقی افراد را جهت انجام کارهای درست با بهره‌گیری از آزادی و اختیار هدایت می‌کند. بر اساس نظر فرانک و نادلر (۴۰)، نگرش اخلاقی به تمایل‌های شناختی، عاطفی و رفتاری افراد برای پاسخگویی به مسایل و فعالیت‌هایی که شامل استانداردهای اجتماعی برای آنچه که از نظر اخلاقی مناسب و ارزشمند است، گفته می‌شود (۴۰).

هم‌چنین، موسوی، برهانی و محسن‌پور (۴۱) بیان می‌کنند که نگرش اخلاقی بیانگر انگیزه و تعهد در عمل است و یکی از جنبه‌های مهم ارتباطات انسانی به شمار می‌رود. ارزش‌ها، تلاش انسان‌ها را در جهت کمک به نیازمندان هدایت می‌کنند و نگرش اخلاقی ارزش‌ها را احیا می‌کند و آن‌ها را به عمل تبدیل می‌کند. در نتیجه، نگرش اخلاقی و احساس مسئولیت تأثیر مستقیمی بر عملکرد اخلاقی دارد و در نهایت، باعث می‌شود از دیگران مراقبت کنیم.

کانتر و وایسبرگ (۴۲) در پژوهشی با عنوان نگرش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی: آیا الگوی نقش مدیران هستند؟ به بررسی این مسأله پرداختند که آیا مدیران به خاطر این که توسط کارمندان مشاهده می‌شوند، نگرش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی نشان می‌دهند یا خیر الگوی آن‌ها هستند؟ در این پژوهش، ۱۱۱ کارمند در بخش مالی یک شهرداری بزرگ که در معرض رفتار غیراخلاقی قرار داشتند به یک پرسش‌نامه ساختاریافته در مورد اپیزودهای (حادثه ضمنی) اخلاقی و غیراخلاقی پاسخ دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که نخست، رفتارهای اخلاقی مشاهده شده کم‌تر از نگرش‌های اخلاقی مشاهده شده از سوی کارمندان، همتایانشان و مدیرانشان بود؛ دوم، یک سوگیری فزاینده در میان کارمندان شرکت وجود دارد و سوم این که مدیران یک الگوی نقش اخلاقی از خودشان در سازمان نشان ندادند. نتایج پژوهش آنان بیانگر آن است که نگرش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی در سازمان‌ها ممکن است پیامدهای قابل توجهی بر عملکرد یک شرکت داشته باشند.

ایلدر، پرایس، و ویلیامز (۴۳) در پژوهشی تفاوت در نگرش اخلاقی بین پرستاران ثبت نام شده و دانشجویان رشته پزشکی را بررسی کردند. در این پژوهش ۶۷ نفر پرستار زن و ۱۲۵ نفر (دختر و پسر) دانشجوی

روش پژوهش

روش این پژوهش از نوع ترکیبی (کمی- کیفی) می‌باشد. پژوهش در دو مرحله انجام شد. در مرحله نخست (بخش کیفی) تحلیل داده‌ها با روش تحلیل محتوا صورت گرفت و در مرحله دوم (بخش کمی) روش پژوهش از نوع مطالعات توصیفی- همبستگی بود. جامعه آماری شامل کلیه نوجوانان شهر همدان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بود. با توجه به دیدگاه گرین (۴۷) و کوهن (۴۸) که بیان می‌کنند تعداد افراد نمونه باید ۲/۵ یا ۵ برابر سوالات مقیاس‌ها باشد و اینکه براساس دیدگاه کلاین (۴۹) در تحلیل عاملی اکتشافی برای هر متغیر ۱۰ تا ۲۰ نمونه لازم است و حداقل حجم نمونه ۲۰۰ قابل دفاع می‌باشد. تعداد ۱۰۹۳ نفر (۵۱۵ نفر دختر و ۵۷۸ نفر پسر) به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. به منظور اجرای این پژوهش، قبل از اینکه مقیاس‌ها در اختیار نوجوانان قرار بگیرند، ابتدا اطلاعات لازم در مورد شیوه، روند پژوهش، چگونگی پاسخ‌دهی، و طول مدت تکمیل مقیاس‌ها به نوجوانان داده می‌شد و در صورت تمایل می‌توانستند در پژوهش شرکت کنند. سپس مقیاس‌ها جهت تکمیل شدن در اختیار نوجوانان قرار می‌گرفت. داده‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی با کمک نرم افزارهای Spss و Lisrel تحلیل شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش به شرح زیر هستند:

ابزار

مقیاس هویت اخلاقی: این مقیاس دارای ۱۰ گویه است که شامل دو زیرمقیاس نمادسازی و درونی سازی است (۵۰). آزمودنی‌ها میزان موافقت خود با هر گویه را بر روی یک مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً موافقم (نمره ۵) تا کاملاً مخالفم (نمره ۱) مشخص می‌کنند. گویه‌های ۱، ۲، ۴، ۷، ۱۰، مربوط به بعد درونی‌سازی و گویه‌های ۳، ۵، ۶، ۸، ۹، مربوط به بعد نمادسازی هستند که در این بین گویه‌های ۴ و ۷ به صورت معکوس و سایر گویه‌ها مستقیم، نمره‌گذاری می‌شوند. پایایی و روایی این مقیاس توسط سازندگان آن احراز گردیده است. همچنین، همسانی درونی از راه آلفای کرونباخ این دو بعد درونی‌سازی و نمادسازی به ترتیب ۰/۷۷٪ و ۰/۷۶٪ می‌باشد. در ایران نیز پایایی و روایی مطلوب را برای این مقیاس گزارش کرده‌اند (۵۱). در این پژوهش، ضریب پایایی با روش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۷۳۷ و برای زیر مقیاس‌های درونی‌سازی و نمادسازی به ترتیب ۰/۷۹۵ و ۰/۷۱۶ به دست آمده است.

مقیاس رفتار اخلاقی: این مقیاس توسط دلفان بیرانوند و رشید (۵۲) بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (هیچ وقت = ۱، به ندرت = ۲، گاهی وقت‌ها = ۳، بیش‌تر وقت‌ها = ۴، و همیشه = ۵) ساخته و هنجاریابی شده است. این مقیاس شامل دو خرده مقیاس رفتارهای ایجابی (۲۶ گویه) و رفتارهای سلبی (۹ گویه) می‌باشد. منظور از رفتارهای ایجابی، رفتارهای مثبت و منظور از رفتارهای سلبی، رفتارهای منفی می‌باشند. پایایی خرده مقیاس‌های این آزمون با استفاده از آلفای کرونباخ برای رفتارهای ایجابی ۰/۹۲، رفتارهای سلبی ۰/۹۲، و برای کل مقیاس ۰/۸۶ به دست آمده است. در این مقیاس، هرچه نمرات افراد در رفتارهای ایجابی بیش‌تر و در رفتارهای سلبی کم‌تر باشد،

رشته پزشکی شرکت کردند و پرسش‌نامه محقق ساخته نگرش اخلاقی را تکمیل کردند. در این پژوهش پرسش‌نامه نگرش اخلاقی محقق ساخته ۲۵ گویه دارد و شامل ۶ مؤلفه خیرخواهی (سودمندی)، استقلال، عدالت، اخلاق، حقوق/ منافع/ تعهدات پزشکان و رفتار پزشکی غیرقابل قبول یا مذموم می‌باشد. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که بین پرستاران و دانشجویان رشته پزشکی از نظر نگرش اخلاقی تفاوت وجود دارد. مبنی بر این‌که پرستاران نگرش اخلاقی همدلانه‌تری نسبت به بیماران در مقایسه با دانشجویان پزشکی داشتند، اما دانشجویان پزشکی با حرفه خود هم‌ذات‌پنداری کردند.

طیبی ابوالحسنی و همکاران (۴۴) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر نگرش اخلاقی به کسب و کار، نشان دادند که عوامل پایبندی اخلاقی (بعد فردی: اخلاق شخصی، اخلاق حرفه‌ای، دینداری و بعد ساختاری: عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی)، تأثیر معناداری بر نگرش اخلاقی به کسب و کار دارند. ضمن این‌که از میان پنج متغیر تعدیل‌گر سن، تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی و تجربه کاری، تنها تأهل، مدرک تحصیلی و رشته تحصیلی، تأثیر عوامل پایبندی اخلاقی بر نگرش اخلاقی به کسب و کار را تعدیل کردند. نمونه شامل ۱۳۴ نفر از جامعه دانشجویان دختر دانشگاه شهید بهشتی تهران بودند. پرسش‌نامه‌های عوامل پایبندی اخلاقی (۳۰) و نگرش اخلاقی به کسب و کار (۴۳) در این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده‌اند.

عبداله‌پور و همکاران (۴۵) در پژوهشی با عنوان تأثیر برنامه فلسفه برای کودکان (فبک) بر نگرش اخلاقی دانش‌آموزان و تبیین مؤلفه‌های آن از منظر قرآن، نشان دادند که آموزش برنامه فلسفه برای کودکان (فبک) بر نگرش اخلاقی دانش‌آموزان پایه پنجم ابتدایی تأثیر گذار بوده است. مؤلفه‌های نگرش اخلاقی در این پژوهش شامل رفتار و گفتار مستدل و منطقی، روحیه، احترام به ارزش‌های اخلاقی اجتماعی، احترام به دیگران و عزت نفس بودند. جامعه آماری شامل ۴۵۳ نفر دانش‌آموز پایه پنجم ابتدایی از شهرستان رامسر بودند که در این میان تعداد ۸۶ نفر به عنوان نمونه پژوهش به صورت تصادفی در دو گروه کنترل (۴۳ نفر) و آزمایش (۴۳ نفر) قرار گرفتند. آزمودنی‌های گروه آزمایش در یک دوره ۱۲ جلسه، آموزش برنامه فلسفه فبک را دریافت کردند. در این پژوهش از پرسش‌نامه محقق ساخته (۴۰ گویه‌ای) برای سنجش نگرش اخلاقی استفاده شده است.

حسنقلی‌پور، دهقان‌نیری، و میرمهدی (۴۶) در پژوهشی عوامل مؤثر بر نگرش اخلاقی دانشجویان را بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که عواملی مانند نگرش مذهبی، سن و سطح تحصیلات (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری تخصصی) و همچنین، تجربه کاری پیشین بر نگرش اخلاقی دانشجویان مؤثر است. تعداد ۳۲۰ نفر دانشجویان از چهار دانشکده مدیریت استان تهران در پژوهش شرکت کردند. در این پژوهش برای سنجش نگرش اخلاقی از پرسش‌نامه نگرش اخلاقی به کسب و کار که توسط نیومن و ری چل بر اساس استیون (۱۹۷۹) با عنوان الگوی (ATBEQ) توسعه داده شده بود استفاده شده است. این پرسش‌نامه نگرش اخلاقی به کسب و کار را بر اساس پنج بعد ماکیاولیسم، داروینیسیم اجتماعی، نسبیست‌گرایی اخلاقی، قانون‌گرایی، و عینیت‌گرایی اخلاقی سنجش می‌کند.

شدند. روش تحلیل داده‌ها به این صورت بود که تعریف‌های موجود بر اساس مبانی نظری در برهه‌های تحلیل مشخص شدند و کدگذاری آن‌ها در سه مرحله انجام شد. ۱- کدگذاری باز (شامل خواندن خط به خط تعریف مفاهیم موردنظر)، ۲- کدگذاری محوری (شامل طبقه‌بندی کردن، مشخص نمودن زیر طبقات، تشکیل طبقات نهایی)، ۳- کدگذاری گزینشی (یکپارچه کردن مقولات برای ساخت نظری). برای نمونه از ترکیب کدهای اخلاق‌مداری به عنوان تضمین‌کننده سلامت جامعه، اهمیت دادن به اخلاق در محیط زندگی، پایبندی به اخلاق عامل گسترش عشق و مهربانی، نبود تبعیض و بی‌عدالتی در صورت اخلاقی رفتار کردن، نیازمندی به آموزش اخلاق، اخلاق و رفتار اخلاقی به عنوان پایه صلح جهانی، و یادگیری ارزش‌های اخلاقی مؤلفه کلی «شناختی»، داشتن احساس خوب نسبت به آدم‌های اخلاقی، احساس خوب پیدا کردن در زمان مشاهده رفتارهای اخلاقی، داشتن حس خوب نسبت به آدم‌هایی که بوی انسانیت می‌دهند، داشتن حس بد در زمان دیدن رفتارهای غیر اخلاقی مؤلفه کلی «عاطفی»، دوست شدن با آدم‌های اخلاقی، تلاش برای رشد جامعه اخلاقی، تشویق کردن افراد به انجام رفتارهای اخلاقی، انتخاب دوست‌های اخلاق‌مدار و جلوگیری از رفتارهای غیر اخلاقی مؤلفه کلی «رفتاری» بدست آمد.

روایی صوری و محتوایی. پس از استخراج مؤلفه‌های نگرش اخلاقی (شناختی-عاطفی-رفتاری) با روش تحلیل محتوای آشکار اطلاعات حاصل از بررسی منابع نظری موجود، برای تعیین روایی، از ضریب کاپا سود برده شد. بدین منظور، کدگذاری و تدوین مضامین اطلاعات حاصل از بررسی منابع در اختیار ۷ نفر از اساتید و ۳ نفر دانشجوی دکتری) در دانشگاه بوعلی سینا قرار گرفت تا مقدار موافقت و مخالفت خود را در مورد کدگذاری‌های صورت گرفته بیان کنند. اندازه توافقی با استفاده از ضریب کاپا ۷۸٪ یا سطح معنی‌داری $p < 0.001$ بدست آمد. در ادامه، بر اساس کدگذاری و تدوین مضامین اطلاعات حاصل از بررسی منابع، مقیاس نگرش اخلاقی (۳۶ گویه‌ای) ساخته شد. این مقیاس بر اساس طیف لیکرت ۶ درجه‌ای (کاملاً موافقم: ۶، خیلی موافقم: ۵، کمی موافقم: ۴، کمی مخالفم: ۱، خیلی مخالفم: ۲، کاملاً مخالفم: ۳) آماده شد. در مرحله بعد این مقیاس در اختیار ۳ نفر از اساتید دانشگاه بوعلی سینا جهت بررسی محتوای گویه‌ها با موضوع مورد نظر قرار گرفت و نواقص گویه‌های مقیاس از نظر روایی محتوایی و روایی صوری ویرایش شدند. سپس فرم مقدماتی مقیاس نگرش اخلاقی بر روی ۵۰ نفر دانش‌آموز دبیرستانی مقطع متوسطه دوم اجرا شد و از آن‌ها خواسته شد تا گویه‌ها را به دقت بخوانند و در ستون مقابل آن‌ها واژه‌ها و عبارات نامفهوم و مبهم را مشخص کنند. در زیرهرگویه، ردیفی خالی وجود داشت تا پاسخگویان بتوانند عبارات جایگزین و پیشنهادهای خود را بنویسند، در آخر، پس از بازبینی مقیاس بر اساس ابهامات بیان شده، فرم نهایی آماده و به اجرا درآمد. سپس مقیاس‌های نهایی روی ۱۰۹۳ نفر دانش‌آموز دبیرستانی مقطع متوسطه دوم اجرا شد.

نشان‌گر آن است که افراد دارای رفتارهای اخلاقی هستند. در مقیاس رفتار اخلاقی، حد پایین نمره ۱۱۲ و کم‌تر از آن، حد متوسط نمرات ۱۲۱ و حد بالای نمرات ۱۳۲ می‌باشد. نمره بین ۳۵ تا ۱۱۲: یعنی رفتار اخلاقی فرد ضعیف، نمره بین ۱۱۲ تا ۱۳۲: یعنی رفتار اخلاقی فرد متوسط و نمره بالاتر از ۱۳۲: یعنی رفتار اخلاقی فرد قوی است. در خرده مقیاس رفتارهای ایجابی، حد پایین نمره ۹۶ و کم‌تر از آن، حد متوسط نمرات ۱۰۶ و حد بالای نمرات ۱۱۸ می‌باشد. نمره بین ۲۶ تا ۹۶: یعنی رفتارهای ایجابی فرد ضعیف، نمره بین ۹۶ تا ۱۱۸: یعنی رفتارهای ایجابی فرد متوسط و نمره بالاتر از ۱۱۸: یعنی رفتارهای ایجابی فرد قوی است. در خرده مقیاس رفتارهای سلبی، حد پایین نمره ۱۰ و کم‌تر از آن، حد متوسط نمرات ۱۳ و حد بالای نمرات ۱۸ می‌باشد. نمره بین ۹ تا ۱۰: یعنی رفتارهای سلبی فرد ضعیف، نمره بین ۱۰ تا ۱۱۸: یعنی رفتارهای سلبی فرد متوسط و نمره بالاتر از ۱۱۸: یعنی رفتارهای سلبی فرد قوی است. این مقیاس جنبه‌ی عمومی داشته و مربوط به یک حوزه‌ی مشخص نیست و می‌تواند در موقعیت‌های گوناگون زندگی به کار برده شود.

مقیاس نگرش اخلاقی (پژوهشگر ساخته): این مقیاس دارای ۲۷ گویه است و بر اساس طیف لیکرت ۶ درجه‌ای ساخته و هنجاریابی شده است. این مقیاس سه خرده مقیاس بعد شناختی، عاطفی، و رفتاری شامل می‌شود. این سه خرده مقیاس با هم نگرش اخلاقی را تشکیل می‌دهند. بعد شناختی شامل سوالات ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، و بعد عاطفی شامل سوالات ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۴، ۲۵، و بعد رفتاری شامل سوالات ۲۶، ۲۷، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۴، ۳۵، و ۳۶ می‌باشند. بررسی همسانی درونی این مقیاس با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۴/۰ و برای خرده مقیاس‌های شناختی، عاطفی و رفتاری به ترتیب، ۰/۸۳/۰، ۰/۸۷/۰، ۰/۹۰/۰ بدست آمده است. در مقیاس نگرش اخلاقی، حد پایین نمره ۱۱۶ و کم‌تر از آن، حد متوسط نمرات ۱۳۱ و حد بالای نمرات ۱۴۴ می‌باشد. نمره بین ۲۷ تا ۱۱۶: یعنی نگرش اخلاقی فرد ضعیف، نمره بین ۱۱۶ تا ۱۴۴: یعنی نگرش اخلاقی فرد متوسط و نمره بالاتر از ۱۴۴: یعنی نگرش اخلاقی فرد قوی است. ساخت این مقیاس جنبه عمومی دارد و مربوط به یک حوزه‌ی مشخص نیست و می‌تواند در موقعیت‌های گوناگون زندگی به کار رود.

یافته‌ها

یافته‌های کیفی

روش ساخت مقیاس نگرش اخلاقی. این مقیاس در دو مرحله ساخته شد. در مرحله نخست (بخش کیفی)، ابتدا مبانی نظری موجود در زمینه نگرش و نگرش اخلاقی مورد بررسی قرار گرفتند. منابع مورد بررسی در زمینه نگرش شامل کتاب‌های نگرش و تغییر نگرش (یوسف کریمی، ۱۳۹۷) و نگرش و تغییر نگرش جرد بونر و مایکل وانگ (ترجمه جواد طهوریان، ۱۳۹۰) و مقالات در زمینه نگرش اخلاقی (اسمیت و مکی، ۱۹۹۵؛ فرانک و نادلر، ۲۰۰۸) بودند. در گام بعدی، مبانی نظری موجود در زمینه نگرش و نگرش اخلاقی براساس سه مؤلفه نگرش (شناختی-عاطفی-رفتاری) با روش تحلیل محتوا بررسی

یافته‌های کمی

با استفاده از روش روایی محتوایی، روایی هم‌زمان و روایی سازه بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی و هنجاریابی مورد بررسی قرار گرفت.

در این پژوهش تعداد ۱۰۹۳ نفر (۵۱۵ نفر دختر و ۵۷۸ نفر پسر) نوجوان در شهر همدان در پایه‌های تحصیلی دهم (۵۱۰ نفر؛ ۴۶ درصد)، یازدهم (۳۶۷ نفر؛ ۳۳/۱ درصد) و دوازدهم (۲۱۵ نفر؛ ۱۹/۴ درصد) در دامنه سنی ۱۶ تا ۱۹ ساله شرکت کردند. برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های از آزمون کلموگراف-اسمیرونف سود برده شد. نتایج بیانگر آن بود که توزیع داده‌ها نرمال است. روایی مقیاس نگرش اخلاقی

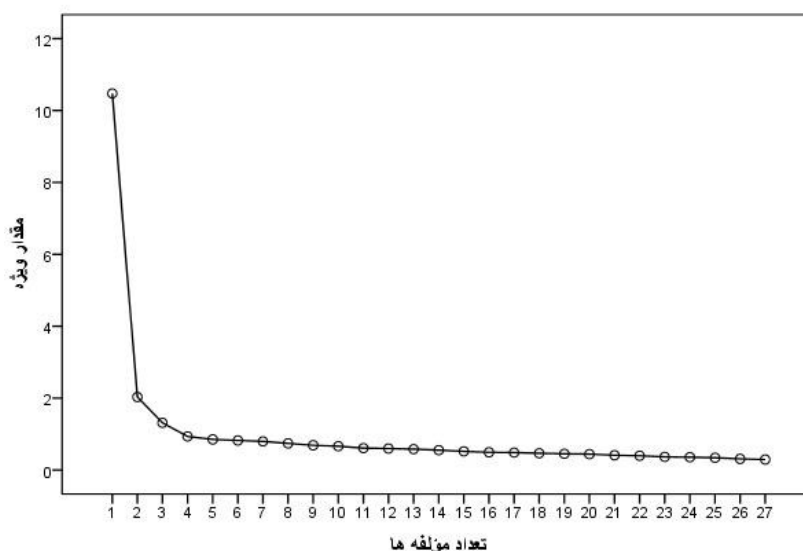
تحلیل عاملی اکتشافی

در ادامه یافته‌های مربوط به تحلیل عاملی اکتشافی ارائه شده است.

جدول ۱- آزمون کفایت نمونه برداری و کرویت بارتلت مقیاس نگرش اخلاقی

وضعیت موجود	متغیرها
۰/۹۵۹	KMO
۱/۳۳	آزمون بارتلت(خی دو)
۳۵۱	درجات آزادی
۰/۰۰۱	Sig
۴/۵۱	Determinant

نمودار سنگریزه



نمودار ۱- نمودار سنگریزه در تحلیل عاملی

جدول ۲- جدول تبیین واریانس کلی برای مؤلفه‌های نگرش اخلاقی (شناختی- عاطفی - رفتاری)

عامل‌ها	جمع	واریانس	مقادیر ویژه واریانس تراکمی	جمع	واریانس تراکمی	استخراج مجموع مربع عامل‌ها
بعد شناختی	۱۰/۴۷	۳۸/۷۹	۳۸/۷۹	۴/۸۰	۱۷/۷۹	۱۷/۷۹
بعده عاطفی	۲/۰۳	۷/۵۲	۴۶/۳۱	۴/۷۶	۱۷/۶۴	۳۵/۴۲
بعد رفتاری	۱/۳۱	۴/۸۶	۵۱/۱۷	۴/۲۵	۱۵/۷۴	۵۱/۱۷

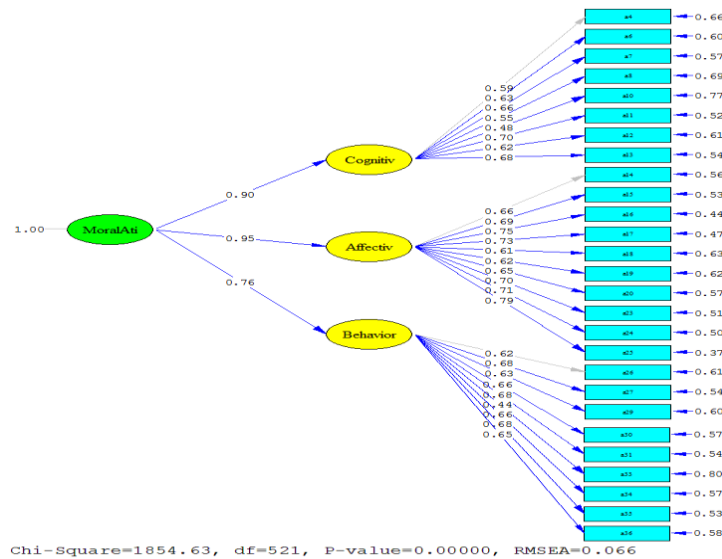
تحلیل عاملی اکتشافی با ۳۶ گویه انجام شد. نتایج اولیه‌ی تحلیل مؤلفه‌های اصلی ابزار پژوهش نشان داد که همه گویه‌ها دارای بار عاملی مناسب هستند، بجز گویه‌های شماره (۱-۲-۳-۵-۹-۲۱-۲۲) که از مقیاس مورد نظر حذف شدند. بر این اساس، مقدار کفایت نمونه‌گیری کایر-میر-الکین ($KMO=0/95$) و آزمون کرویت بارتلت

در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بدست آمد. مقدار دترمینانت محاسبه شده (۴/۵۱) نیز برای ورود به تحلیل عاملی مناسب است (جدول ۱). در ادامه داده‌های مربوط به واریانس و مقادیر ویژه و نیز داده‌های تحلیل عاملی ارائه خواهند شد. همانطور که در نمودار شماره ۱، مشاهده

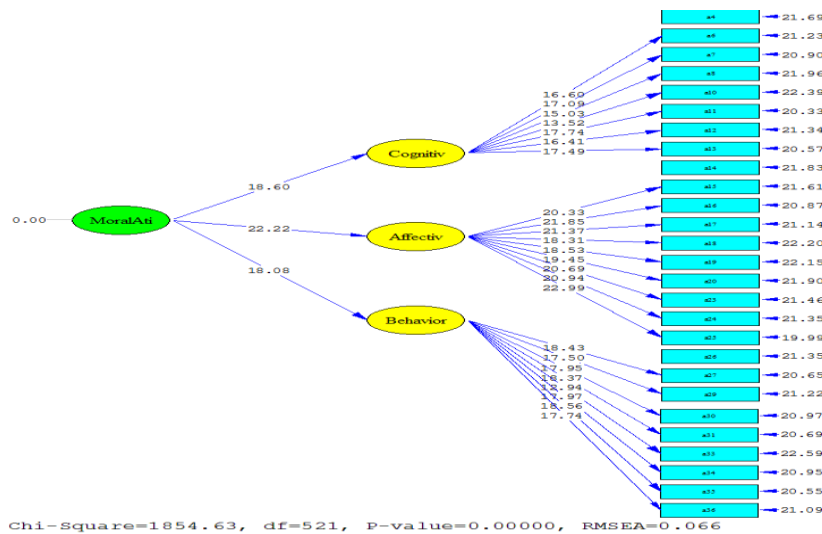
تحلیل عاملی تاییدی

روایی سازه مقیاس نگرش اخلاقی از راه تحلیل عاملی تاییدی جهت ارتباط عامل‌ها با سازه اصلی بررسی شد که نتایج آن در نمودارهای ۲ و ۳ ارائه شده است.

براساس داده‌های جدول (۳)، ۸ گویه بر روی عامل شناختی (۴-۶) -۷-۸-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳)، ۱۰ گویه روی عامل عاطفی (۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۳-۲۴-۲۵)، و ۹ گویه روی عامل رفتاری (۲۶-۲۷-۲۹-۳۰-۳۱-۳۲-۳۴-۳۵-۳۶) بارگذاری شدند.



نمودار ۲. تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت استاندارد



نمودار ۳. تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت معناداری

در مورد برازش مدل برای شاخص نسبت مجذور خی به درجه‌آزادی (χ^2/df) ، ۳/۵۵، بدست آمد که مقادیر کوچکتر از ۵ قابل قبول و هر چقدر به صفر نزدیکتر باشد حاکی از برازش خوب الگو می‌باشد. برای شاخص نیکویی برازش (GFI) ۰/۹۰، شاخص برازش تطبیقی (CFI) ۰/۹۷ و شاخص برازش افزایشی (IFI) ۰/۹۷ بدست آمد که مقادیر نزدیک به ۰/۹۰ و بالاتر به عنوان برازش نیکویی قابل قبول تلقی می‌شود که نشان

یافته‌های تحلیل عاملی تاییدی نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی مبنی بر ۳ عاملی بودن، مقیاس نگرش اخلاقی را تأیید کرد و مدل بدست آمده با داده‌های پژوهش برازش مناسبی دارد. زیرا همان‌طور که مشاهده می‌شود بر اساس نتایج ۳ عامل تشکیل دهنده (عامل ۱: شناختی - عامل ۲: عاطفی - عامل ۳: رفتاری) با سؤالات بار عاملی مناسب دارند و هر سه عامل با سازه نگرش اخلاقی نیز بار عاملی بسیار بالایی نشان می‌دهند.

نکویی برازندگی بدست آمده برازش مدل در سطح خوبی قرار دارد و نشان- دهنده تأیید نتایج تحلیل عاملی تأییدی است. شاخص‌های برازش مدل در جدول ۴ ارائه شده است.

دهنده برازش مناسب مدل می‌باشد. مقدار شاخص جذر میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA) ۰/۰۶۶ می‌باشد. با توجه به مشخصه‌های

جدول ۴- مشخصه‌های نیکویی برازندگی مدل تحلیل عاملی تأییدی مقیاس نگرش اخلاقی

RMSEA	IFI	CFI	GFI	χ^2/df
۰/۰۵۸	۰/۹۷	۰/۹۷	۰/۹۰	۳/۵۵

شد. همانطور که مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۴، و برای زیر مقیاس‌های شناختی، عاطفی و رفتاری به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۹۰، ۰/۸۷ به دست آمد. پایایی به روش تتای ترتیبی برای کل مقیاس ۰/۹۵ و برای زیر مقیاس‌های شناختی، عاطفی و رفتاری به ترتیب ۰/۸۴، ۰/۹۲، ۰/۸۹ به دست آمد (جدول ۵).

با توجه به مشخصه‌های نکویی برازندگی گزارش شده در جدول ۴، مشاهده می‌شود مقادیر مربوط به سایر شاخص‌های برازندگی نیز برازش مدل را تأیید می‌کنند.

اعتبار مقیاس (پایایی). برای تعیین اعتبار مقیاس نگرش اخلاقی از روش بررسی همسانی درونی (آلفای کرونباخ) و روش تتای ترتیبی استفاده

جدول ۵- ضرایب پایایی برای مقیاس نگرش اخلاقی

شاخص‌ها	کل مقیاس	عامل ۱: شناختی	عامل ۲: عاطفی	عامل ۳: رفتاری
ضریب تتای ترتیبی	۰/۹۵	۰/۸۴	۰/۹۲	۰/۸۹
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۹۴	۰/۸۳	۰/۹۰	۰/۸۷
تعداد سوالات	۲۷	۸	۱۰	۹
N	۱۰۹۳	۱۰۹۳	۱۰۹۳	۱۰۹۳

هنجار یابی

جدول‌های ۶، ۷ و ۸ اطلاعات هنجاری مقیاس نگرش اخلاقی در نمونه تحقیقی به حجم ۱۰۹۳ نفر برای کل مقیاس را نشان می‌دهد. نمرات خام افراد، نقاط درصدی، و نمرات Z (نمرات استاندارد) و نمرات T (نمرات استاندارد) گزارش شده است. در مقیاس نگرش اخلاقی، کم‌ترین نمره خام ۵۸ و بیشترین نمره خام ۱۶۲ می‌باشد. نقطه ۵۰ درصدی یا نقطه میانی در کل مقیاس نگرش اخلاقی نمره خام ۱۳۱ است که نمره Z معادل آن تقریباً نزدیک به صفر و نمره T معادل آن نیز تقریباً ۵۰ است. با توجه به جدول هنجار، نمره ۱۰۷ یک انحراف معیار پایین‌تر از میانگین است و بدین ترتیب نمرات ۱۰۷ تا ۱۳۱ از نظر نگرش اخلاقی پایین‌تر از متوسط هستند و نمرات کم‌تر از ۱۰۷ از نظر نگرش اخلاقی ضعیف هستند. با توجه به جدول هنجار نمره خام ۱۴۹ یک انحراف معیار بالاتر از میانگین است و بدن ترتیب نمرات ۱۳۱ تا ۲۰۹ از نظر نگرش بالاتر از متوسط هستند و نمرات بالاتر از ۱۶۲ نشان دهنده بالاترین مقدار نگرش اخلاقی هستند.

روایی افتراقی. جهت بررسی روایی این مقیاس از روش روایی افتراقی با محاسبه همبستگی این آزمون با خرده مقیاس رفتار سلبی از مقیاس رفتار اخلاقی سود برده شد. همبستگی محاسبه شده بین مقیاس ساخته شده نگرش اخلاقی با خرده مقیاس رفتار سلبی ($r = -0/43$) و $P < 0/001$ بدست آمد که نشانگر روایی افتراقی مقیاس ساخته شده است.

روایی هم‌زمان. جهت بررسی روایی این مقیاس از روش روایی هم‌زمان با محاسبه همبستگی این آزمون با مقیاس‌های هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی استفاده شد. همبستگی محاسبه شده بین مقیاس ساخته شده نگرش اخلاقی با مقیاس هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی به ترتیب ($r = 0/413$) و $r = 0/514$ ، $P < 0/001$ ، $r = 0/514$ و $P < 0/001$ به دست آمد که نشانگر روایی مقیاس ساخته شده است.

جدول ۶- میانگین و انحراف استاندارد اطلاعات هنجاری مقیاس نگرش اخلاقی

شاخص‌ها	N	میانگین	انحراف استاندارد
نگرش اخلاقی	۱۰۹۳	۱۲۸/۵۵۶۳	۲۰/۹۷

جدول ۷- اطلاعات هنجاری مقیاس نگرش اخلاقی

T	Z	نقاط درصدی	نمرات خام	شاخص‌ها
۱۶/۳۶	-۳/۳۶	۱	۵۸	نگرش اخلاقی
۲۵/۹۰	-۲/۴۱	۲	۷۸	
۲۸/۷۶	-۲/۱۲	۳	۸۴	
۳۱/۶۲	-۱/۸۳	۴	۹۰	
۳۲/۵۷	-۱/۷۴	۵	۹۲	
۳۴	-۱/۵۹	۶	۹۵	
۳۴/۴۸	-۱/۵۵	۷	۹۶	
۳۵/۴۳	-۱/۴۵	۸	۹۸	
۳۶/۸۶	-۱/۳۱	۹	۱۰۱	
۳۷/۸۲	-۱/۲۱	۱۰	۱۰۳	
۳۸/۲۹	-۱/۱۷	۱۱	۱۰۴	
۳۸/۷۷	-۱/۱۲	۱۲	۱۰۵	
۳۹/۲۵	-۱/۰۷	۱۳	۱۰۶	
۳۹/۷۲	-۱/۰۲	۱۴	۱۰۷	
۳۹/۷۲	-۱/۰۲	۱۵	۱۰۷	
۴۰/۲۰	-۰/۹۸	۱۶	۱۰۸	
۴۰/۶۸	-۰/۹۳	۱۷	۱۰۹	
۴۰/۶۸	-۰/۹۳	۱۸	۱۰۹	
۴۱/۱۵	-۰/۸۸	۱۹	۱۱۰	
۴۱/۶۳	-۰/۸۳	۲۰	۱۱۱	
۴۲/۱۱	-۰/۷۸	۲۱	۱۱۲	

T	Z	نقاط درصدی	نمرات خام	شاخص‌ها
۴۲/۵۸	-۰/۷۴	۲۲	۱۱۳	
۴۳/۰۶	-۰/۶۹	۲۳	۱۱۴	
۴۳/۵۴	-۰/۶۴	۲۴	۱۱۵	
۴۳/۵۴	-۰/۶۴	۲۵	۱۱۵	
۴۴/۰۱	-۰/۵۹	۲۶	۱۱۶	
۴۴/۴۹	-۰/۵۵	۲۷	۱۱۷	
۴۴/۹۷	-۰/۵۰	۲۸	۱۱۸	
۴۴/۹۷	-۰/۵۰	۲۹	۱۱۸	
۴۵/۴۴	-۰/۴۵	۳۰	۱۱۹	نگرش اخلاقی
۴۵/۹۲	-۰/۴۰	۳۱	۱۲۰	
۴۵/۹۲	-۰/۴۰	۳۲	۱۲۰	
۴۶/۴۰	-۰/۳۶	۳۳	۱۲۱	
۴۶/۸۷	-۰/۳۱	۳۴	۱۲۲	
۴۶/۸۷	-۰/۳۱	۳۵	۱۲۲	
۴۷/۳۵	-۰/۲۶	۳۶	۱۲۳	
۴۷/۸۳	-۰/۲۱	۳۷	۱۲۴	

۴۷/۸۳	-۰/۲۱	۳۸	۱۲۴
۴۸/۳۰	-۰/۱۶	۳۹	۱۲۵
۴۸/۳۰	-۰/۱۶	۴۰	۱۲۵
۴۸/۷۸	-۰/۱۲	۴۱	۱۲۶
۴۹/۲۶	-۰/۰۷	۴۲	۱۲۷

T	Z	نقاط درصدی	نمرات خام	شاخص‌ها
۴۹/۲۶	-۰/۰۷	۴۳	۱۲۷	نگرش اخلاقی
۴۹/۷۳	-۰/۰۲	۴۴	۱۲۸	
۴۹/۷۳	-۰/۰۲	۴۵	۱۲۸	
۵۰/۲۱	۰/۰۲	۴۶	۱۲۹	
۵۰/۲۱	۰/۰۲	۴۷	۱۲۹	
۵۰/۶۹	۰/۰۶	۴۸	۱۳۰	
۵۰/۶۹	۰/۰۶	۴۹	۱۳۰	
۵۱/۱۷	۰/۱۱	۵۰	۱۳۱	
۵۱/۱۷	۰/۱۱	۵۱	۱۳۱	
۵۱/۱۷	۰/۱۱	۵۲	۱۳۱	
۵۱/۶۴	۰/۱۶	۵۳	۱۳۲	
۵۱/۶۴	۰/۱۶	۵۴	۱۳۳	
۵۲/۱۲	۰/۲۱	۵۵	۱۳۳	
۵۲/۶۰	۰/۲۵	۵۶	۱۳۴	
۵۲/۶۰	۰/۲۵	۵۸	۱۳۴	
۵۳/۰۷	۰/۳۰	۵۹	۱۳۵	
۵۳/۰۷	۰/۳۰	۶۰	۱۳۵	
۵۳/۵۵	۰/۳۵	۶۱	۱۳۶	
۵۴/۰۳	۰/۴۰	۶۲	۱۳۷	
۵۴/۰۳	۰/۴۰	۶۳	۱۳۷	
۵۴/۰۳	۰/۴۰	۶۴	۱۳۷	

T	Z	نقاط درصدی	نمرات خام	شاخص‌ها
۵۴/۵۰	۰/۴۵	۶۵	۱۳۸	نگرش اخلاقی
۵۴/۹۸	۰/۴۹	۶۶	۱۳۹	
۵۴/۹۸	۰/۴۹	۶۷	۱۳۹	
۵۵/۴۶	۰/۵۴	۶۸	۱۴۰	
۵۵/۹۳	۰/۵۹	۶۹	۱۴۱	
۵۵/۹۳	۰/۵۹	۷۰	۱۴۱	
۵۵/۹۳	۰/۵۹	۷۱	۱۴۱	
۵۶/۴۱	۰/۶۴	۷۲	۱۴۲	
۵۶/۴۱	۰/۶۴	۷۳	۱۴۲	

۵۶/۸۹	۰/۶۸	۷۴	۱۴۳
۵۶/۸۹	۰/۶۸	۷۵	۱۴۳
۵۷/۳۶	۰/۷۳	۷۶	۱۴۴
۵۷/۳۶	۰/۷۳	۷۷	۱۴۴
۵۷/۸۴	۰/۷۸	۷۸	۱۴۵
۵۷/۸۴	۰/۷۸	۷۹	۱۴۵
۵۷/۸۴	۰/۷۸	۸۰	۱۴۵
۵۸/۳۲	۰/۸۳	۸۱	۱۴۶
۵۸/۷۹	۰/۸۷	۸۲	۱۴۷
۵۹/۲۷	۰/۹۲	۸۳	۱۴۸
۵۹/۷۵	۰/۹۷	۸۴	۱۴۹
۶۰/۲۲	۱/۰۲	۸۵	۱۵۰

T	Z	نقاط درصدی	نمرات خام	شاخص ها
۶۰/۲۲	۱/۰۲	۸۶	۱۵۰	نگرش اخلاقی
۶۰/۷۰	۱/۰۷	۸۷	۱۵۱	
۶۱/۱۸	۱/۱۱	۸۸	۱۵۲	
۶۱/۶۵	۱/۱۶	۸۹	۱۵۳	
۶۲/۱۳	۱/۲۱	۹۰	۱۵۴	
۶۲/۶۱	۱/۲۶	۹۱	۱۵۵	
۶۳/۰۸	۱/۳۰	۹۲	۱۵۶	
۶۳/۵۶	۱/۳۵	۹۳	۱۵۷	
۶۴/۰۴	۱/۴۰	۹۴	۱۵۸	
۶۴/۵۱	۱/۴۵	۹۵	۱۵۹	
۶۴/۹۹	۱/۴۹	۹۶	۱۶۰	
۶۵/۴۷	۱/۵۴	۹۷	۱۶۱	
۶۵/۴۷	۱/۵۴	۹۸	۱۶۱	
۶۵/۴۷	۱/۵۴	۹۹	۱۶۱	
۶۵/۹۴	۱/۵۹	۱۰۰	۱۶۲	

جدول ۸- چارک‌بندی توزیع داده‌ها

متغیرها	چارک نخست	چارک دوم	چارک سوم
نگرش اخلاقی	۱۱۶	۱۳۱	۱۴۴

از آنجا که در این پژوهش ۱۰۹۳ آزمودنی شرکت کرده اند، هر چارک در بردارنده ۲۷۳ آزمودنی می‌باشد. چارک‌بندی و شناسایی نقاط ۲۵ درصد (سطح پایین)، ۵۰ درصد (متوسط) و ۷۵ درصد (سطح بالا) توزیع داده‌ها با توجه به غربال‌گری و ترتیب‌بندی داده‌ها صورت گرفت. بر این اساس، ابتدا توزیع داده‌ها برای مقیاس نگرش اخلاقی غربال و ترتیب‌بندی شد. سپس، نمرات مربوط به هر چارک ثبت گردید. نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد افرادی که در چارک نخست جای گرفته‌اند، در سطح پایینی قرار دارند؛ افرادی که در چارک دوم جای گرفته‌اند، در سطح متوسطی قرار دارند و افرادی که در چارک سوم قرار گرفته‌اند، در سطح بالایی هستند. در مقیاس نگرش اخلاقی کسانی که نمره ۱۱۶ یا کم‌تر گرفته‌اند، از این نظر در سطح پایینی قرار دارند؛ کسانی که نمره بین ۱۱۶ تا ۱۴۴ گرفته‌اند در سطح متوسط جای دارند و کسانی که نمره بیش‌تر از ۱۴۴ گرفته‌اند در سطح بالایی از نگرش اخلاقی قرار دارند. در مقیاس نگرش اخلاقی، حد پایین نمره ۱۱۶ و کم‌تر از آن، حد متوسط نمرات ۱۳۱ و حد بالای نمرات ۱۴۴ می‌باشد. نمره بین ۲۷ تا ۱۱۶؛ یعنی نگرش اخلاقی فرد ضعیف، نمره بین ۱۱۶ تا ۱۴۴؛ یعنی نگرش اخلاقی فرد متوسط و نمره بالاتر از ۱۴۴؛ یعنی نگرش اخلاقی فرد قوی است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف ساخت، اعتباریابی، رواسازی و هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی در میان نوجوانان انجام شد. نتایج نشان داد که مقیاس نگرش اخلاقی دارای روایی مناسب است. ضریب پایایی با روش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۴، و برای زیرمقیاس‌های شناختی، عاطفی، و رفتاری به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۹۰، ۰/۸۷ به دست آمد. نتایج حاصل از روایی سازه مقیاس نشان داد که ۲۷ گویه مقیاس مورد نظر روی سه عامل (شناختی، عاطفی، و رفتاری) دارای بارهای عاملی بودند. مقدار بارهای عاملی گزارش شده نشان می‌دهد که گویه‌های مقیاس حاضر با توان زیادی نگرش اخلاقی را اندازه‌گیری می‌کنند. بر اساس این نتایج مشخص شد که ۳ عامل شناختی، عاطفی، و رفتاری ارتباط مناسبی با سازه اصلی دارند. نتایج بیانگر آن است که مقیاس نگرش اخلاقی از روایی هم‌زمان مناسبی برخوردار است و سه عامل شناختی، عاطفی، و رفتاری می‌تواند به طور معناداری ۵۱/۱۷ درصد از واریانس سازه مورد نظر را پیش‌بینی کند. همچنین، اطلاعات هنجاری این مقیاس نشان داد کم‌ترین نمره خام ۵۸ و بیش‌ترین نمره خام ۱۶۲ می‌باشد. نقطه ۵۰ درصدی یا نقطه میانی در کل مقیاس نگرش اخلاقی نمره خام ۱۳۱ است که نمره Z معادل آن تقریباً نزدیک به صفر و نمره T معادل آن نیز تقریباً ۵۰ است. نمره ۱۰۷ یک انحراف معیار پایین‌تر از میانگین است و بدین ترتیب نمرات ۱۰۷ تا ۱۳۱ از نظر نگرش اخلاقی پایین‌تر از متوسط هستند و نمرات کم‌تر از ۱۰۷ از نظر نگرش اخلاقی ضعیف هستند. نمره خام ۱۴۹ یک انحراف معیار بالاتر از میانگین است و بدن ترتیب نمرات ۱۳۱ تا ۲۰۹ از نظر نگرش اخلاقی بالاتر از متوسط هستند و نمرات بالاتر از ۱۶۲ نشان دهنده‌ی بالاترین مقدار نگرش اخلاقی هستند.

در راستای این پژوهش، می‌توان به پژوهش‌های انجام شده در زمینه ساخت و اعتباریابی مقیاس نگرش اخلاقی اشاره کرد. برای نمونه، پرل و ریچل (۵۳) پرسش‌نامه نگرش نسبت به اخلاق در کسب و کار براساس الگوی پنج بعدی یعنی ماکیاولیسم، داروینیسیم اجتماعی، نسبی‌گرایی اخلاقی، قانون‌گرایی و عینیت‌گرایی اخلاقی ساخت و اعتباریابی کردند. عبدالله‌پور و همکاران (۴۹) در پژوهشی خود از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته نگرش اخلاقی (۴۰ گویه‌ای) سود بردند. روایی محتوایی این پرسش‌نامه توسط ۱۰ نفر از صاحب‌نظران تعلیم و تربیت مورد بررسی قرار گرفت و روایی پرسش‌نامه نگرش اخلاقی را با معیار CVI ۰/۹۰ گزارش کردند. همچنین، ضریب همسانی این پرسش‌نامه با آلفای کرونباخ ۰/۸۶ گزارش شده است. معتمد چهرمی و دهقانی (۵۴) در پژوهش خود با عنوان نگرش دانشجویان نسبت به اصول اخلاق پزشکی از پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته نگرش نسبت به اصول اخلاق پزشکی (۱۸ گویه‌ای) سود بردند. این پرسش‌نامه نگرش نسبت به شش اصل اخلاقی در پزشکی را بررسی می‌کند (احترام به بیمار، صداقت، عدالت، مفید بودن، مضر نبودن، رعایت اصول محرمانگی). در این پرسش‌نامه از طیف لیکرت ۵ درجه‌ای به صورت کاملاً موافقم، نسبتاً موافقم، نظری ندارم، نسبتاً مخالفم و کاملاً مخالفم استفاده شده است. روایی محتوایی این پرسش‌نامه بر اساس نظر متخصصان با اعتبار ۰/۸۱ بررسی شد. ضریب همسانی با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۵ بدست آمده است. برای تعیین نگرش نسبت به هر سوال، میانگین پاسخ هر سوال با استفاده از مشخصه آماری میانگین با نمره بین ۱-۵ محاسبه شد. نمره میانگین هر سوال، با شاخص ترتیبی (۱-۲) نگرش منفی، (۲-۳) نگرش نسبتاً منفی، (۳) نگرش خنثی، (۳-۴) نگرش نسبتاً مثبت، (۴-۵) نگرش مثبت مقایسه شد. ستین (۵۵) در پژوهشی پایایی و روایی مقیاس تعیین نگرش برای کسب ارزش را روی ۳۲۵ دانش‌آموز سال آخر دبیرستان (۲۰۰ نفر دختر و ۱۲۵ نفر پسر) با روش تحلیل عاملی اکتشافی بررسی کرد. این مقیاس (۴۱ گویه‌ای) براساس طیف لیکرت ۵ درجه ساخته شده است که شامل ۵ عامل (کسب ارزش‌های ذهنی، رضایت از کسب ارزش‌ها، آمادگی برای کسب ارزش‌ها، اعتقاد به تلاش برای کسب ارزش‌ها، اعتقاد به نیاز به کسب ارزش‌ها) می‌باشد. ۲۵ گویه آن مثبت و ۱۶ گویه منفی هستند. ضریب همسانی این مقیاس با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۵ به دست آمده است. با وجود اینکه در پژوهش‌های مختلف، از جمله پژوهش‌های مذکور، نگرش اخلاقی با استفاده از مقیاس‌های پژوهشگر ساخته مورد بررسی قرار گرفته است، اما مقیاسی که بتواند سازه‌ی نگرش اخلاقی را در موقعیت‌های گوناگون زندگی بسنجد در مطالعات و پژوهش‌ها دیده نمی‌شود. این در حالی است که در این پژوهش، ساخت، اعتباریابی، و هنجاریابی مقیاس نگرش اخلاقی صورت گرفته است. به نحوی که این مقیاس می‌تواند در هر موقعیتی (کاری، تحصیلی، اجتماعی و خانواده) برای سنجش نگرش اخلاقی به منظور پیش‌بینی رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های آتی زندگی به کار رود.

به منظور تبیین یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که سازه نگرش اخلاقی می‌تواند انجام رفتارهای اخلاقی را از سوی افراد در موقعیت‌های گوناگون پیش‌بینی کند زیرا نگرش‌ها تأثیری هدایت‌کننده

و پویا بر رفتار دارند (۲۶). نگرش‌های مثبت در مورد رفتارهای اخلاقی و اخلاق، رفتارهایی را که در جهت حمایت یا تأیید موضوع نگرش است پیش‌بینی می‌کنند، و در مقابل نگرش‌های منفی پیش‌بینی‌کننده رفتارهای نامناسب نسبت به موضوع نگرش هستند. (۲۷). در این راستا می‌توان گفت که تصمیمات اخلاقی به شدت تحت تأثیر نگرش افراد نسبت به رفتار اخلاقی قرار دارند (۲۸).

هرچه نگرش افراد نسبت به اخلاق و رفتارهای اخلاقی نیرومند و مثبت باشد تمایل افراد به انجام رفتارهای اخلاقی در موقعیت‌های گوناگون زندگی افزایش می‌یابد. چرا که نگرش اخلاقی واکنش افراد را نسبت به رفتار اخلاقی از نظر شناختی، عاطفی، و رفتاری (آمادگی برای عمل) برانگیخته می‌کند. همین برانگیختگی نسبت به رفتارهای اخلاقی افراد را برای انجام‌شان آماده می‌سازد.

نگرش اخلاقی ضروری است زیرا قوانین و مقررات همیشه معضلاتی را که ممکن است در روابط تحلیلی رخ دهد پوشش ندهد (۳۰). زیرا نگرش اخلاقی تعیین‌کننده‌ی انگیزه و تعهد در عمل و توانایی پاسخگویی به دیگران می‌باشد و جنبه قابل توجهی از ارتباطات انسانی بشمار می‌رود (۳۴). با توجه به این که نگرش عبارت از آمادگی برای واکنش نسبت به یک موضوع، فرد، شی، وضعیت یا فکر می‌باشد، می‌توان گفت که نگرش در مورد اخلاق و رفتارهای اخلاقی یا به بیان دیگر، نگرش اخلاقی افراد را نسبت به معضلات اخلاقی و مسایل مربوط به رفتارهای اخلاقی از نظر شناختی، عاطفی و رفتار آماده پاسخگویی می‌کند. بر این اساس، افراد با نگرش اخلاقی با مشاهده

موقعیت‌هایی که رفتارهای غیراخلاقی (مانند بی‌عدالتی، ظلم) در حال وقوع است به احتمال زیاد بر اساس اطلاعات و دانسته‌هایشان در مورد اهمیت اخلاق (بعد شناختی) و به دلیل داشتن احساسات منفی نسبت به رفتارهای نامناسب و غیر اخلاقی (بعد عاطفی) برانگیخته می‌شوند و در عمل برای جلوگیری از معضلات اخلاقی واکنش نشان می‌دهند (بعد رفتاری).

ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش رضایت آگاهانه، مشارکت داوطلبانه، حق انصراف از پژوهش، عدم افشای اطلاعات، و رعایت حریم خصوصی مورد توجه قرار گرفت.

حامی مالی

هزینه‌های این مطالعه به وسیله نویسنده نخست مقاله تأمین شد.

مشارکت نویسندگان

نویسنده نخست، پژوهش‌گر اصلی، نویسنده دوم، استاد راهنما می‌باشند.

تعارض منافع

این پژوهش هیچ گونه تعارض منافی ندارد.

References

1. Bohner G, Wank M. Attitude and attitude change. Psychological Press. 2002.
2. Briñol P, Petty RE, Stavroski M. Structure and Function of Attitudes. Social Psychology. 2019. DOI: 10.1093/acrefore/9780190236557.013.320
3. Tezbasaran AA. Likert Type Scale Development Guide. Likert Tipi Olcek Gelistirme Kılavuzu. Ankara: Türk Psikologlar Dernegi. 1997.
4. Ranjbar M, Arani Gh, Jamshidi Rad M S. Villagers' Religious Attitude Style towards Behavior Management about Water in Two Areas of Fars and Isfahan Provinces (Izadkhast & Ramshe). Environmental Education and Sustainable Development. 2016; 4(4), 17-32.
5. Hester N, Gray K. The Moral Psychology of Race less, Genderless Strangers. Perspectives on Psychological Science. 2020; 15(2): 216–230
6. Bairaktarova D, Woodcock A. Engineering Student's Ethical Awareness and Behavior: A New Motivational Model. Science and Engineering Ethics. 2017; 23(4), 1129–1157
7. Carvalho AS, Pereira SM, Jácomo A, et al. Ethical decision making in pain management: a conceptual framework. J Pain Res. 2018; 11:967.
8. Ayala F J. The difference of being human: Morality. PANS. 2010; 107 (2): 9015–9022 <https://doi.org/10.1073/pnas.0914616107>
9. Smith E R, Mackie D M. Social Psychology. Macmillan Education Australia; New Ed edition. 1995.
10. Sparks JR, Hunt SD. Marketing researcher ethical sensitivity: conceptualization, measurement,

- and exploratory investigation. *J Mark.* 1998; 62 (2):92-109.
11. Goolsby JR, Hunt SD. Cognitive moral development and marketing. *J Mark.* 1992; 56 (1):55-68.
 12. Volkema RJ. Demographic, cultural, and economic predictors of perceived ethicality of negotiation behavior: a nine country analysis. *J Bus Res.* 2004, 57: 69-78.
 13. Liu G, Niu X, Lin L. Gender moderates the effect of darkness on ethical behaviors: An explanation of disinhibition. *Personality and Individual Differences.* 2018; 130: 96-101. doi: 10.1016/j.paid.2018.03.036.
 14. Baker TL, Hunt TG, Andrews MC. Promoting Ethical Behavior and Organizational Citizenship Behaviors: The Influence of Corporate Ethical Values. *Journal of Business Research.* 2006; 59, 489-857.
 15. Piff PK, Stancato DM, Cote S, Mendoza-Denton R, Keltner D. Higher social class predicts increased unethical behavior. *Proc National Acad Sci.* 2012; 109, 4086-4091.
 16. Lupuleac ZL, Lupuleac S, Rusu C. Changing ethical Behavior in Times of Economic Crisis In organizations". *Procedia Economics and Finance.* 2012; 3: 921-927.
 17. Trevino LT, Weaver G, Reynolds S J. Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management.* 2006; 32, 951-990.
 18. Ellertson CF. Felt Moral Obligation: An Alternative Foundation for Moral Behavior, Unpublished doctoral dissertation. Brigham Young University. 2010.
 19. Cheng C. The predictive effects of self-esteem, moral self, and moral reasoning on delinquent behaviors of Hong Kong young people. *International Journal of Criminology and Sociology.* 2014; 3, 133-145.
 20. Armstrong K. *Fields of blood: Religion and the history of violence.* Random House. 2015.
 21. Best H. *Environmental Concern and the Adoption of Organic Agriculture.* Society & Natural Resources. 2010. <https://doi.org/10.1080/089419208.02178206>.
 22. Cetin S. The attitude determination scale for value acquisition: a validity and reliability study. *Journal of Education and Practice.* 2017; 8(12).
 23. Azarbaijani M. *Social psychology with an attitude to Islamic sources.* Tehran, Samt Publications. 2003.
 24. Ghiasizadeh M. The relationship between mental health and academic performance with the Growth of moral judgment of female students. *Journal of Women and Culture.* 2012; 3 (10), 122-111.
 25. Mahdavi M S, Zarei A. Effective factors in adolescents' tendency towards moral values. *Iranian Sociological Studies.* 2011; 1(3): 21-2.
 26. Kadivar P. *Moral psychology.* Tehran, Publications: Agah. 2011.
 27. Allport D A. Phenomenal simultaneity and the perceptual moment hypothesis. *British Journal of Psychology.* 1968; 59(4), 395-406.
 28. Leonard L N, Cronan TP. Attitude toward ethical behavior in computer use: A shifting model. *Industrial Management+ Data Systems.* 2005; 105(5): 1150-1171. <https://doi.org/10.1108/02635570510633239>.
 29. Ellemers N, Pagliaro S, Barreto M. Morality and behavioural regulation in groups: A social identity approach. *European Review of Social Psychology.* 2013; 24(1), 160-193.

30. Allphin C. An ethical attitude in the analytic relationship. *Journal of Analytical Psychology*. 2005; 50(4), 451-468.
31. Starc M. Ethics and the ethical attitude. *Jung journal*. 2017; 11(1), 47-52. doi: 10.1080/19342039.2017.1262683.
32. Olthuis G J. Who cares? An ethical study of the moral attitude of professionals in palliative care practice. Nijmegen: The Radboud University Nijmegen. 2007.
33. Gastmans C. Care as a moral attitude in nursing. *Nursing ethics*. 1999; 6(3), 214-223.
34. Solomon H M. Origins of the ethical attitude. *Journal of Analytical Psychology*. 2001; 46, 3, 443-54.
35. Erlandsson A. Individual Differences in Moral Attitudes: Disgust-Sensitivity Predicts Non-Consequentialistic Responses. *Educational studies*. 2012; 54 (133).
36. Bartels D M. Principled moral sentiment and the flexibility of moral judgment and decision making. *Cognition*. 2008; 108(2), 381-417.
37. Thomson J J. The Trolley Problem. *Yale Law Journal*. 1985; 94(6), 1395-1415.
38. Jafari MT. *Ethics and Religion*, Qom, Publications: Shia. 1975.
39. Smith ER, Mackie D. M. *Social Psychology*. Macmillan Education Australia; New Ed edition. 1995.
40. Franke G R, Nadler SS. Culture, economic development, and national ethical attitudes. *Journal of business research*. 2008; 61(3), 254-264.
41. Moosavi S, Borhani F, Mohsenpour M. Ethical attitudes of nursing students at Shahid Beheshti University of Medical Sciences. 2017; 2(1), 14-20.
42. Kantor J, Weisberg J. Ethical attitudes and ethical behavior: are manager's role models? *International Journal of Manpower*. 2002; 23 (8), 687 – 703.
43. Elder R, Price J, Williams G. Differences in ethical attitudes between registered nurses and medical students. *Nursing Ethics*. 2003; 10(2), 149-164.
44. Tayebi Abolhasani A, Khodabakhshi M, Azizian Khalkhooran Z. Factors Affecting Ethical Attitude toward Business (Case study: Female Students of Shahid Beheshti University). *Journal of Applied Sociology*. 2019; 30(70), 151-175.
45. Abdollahpour R, Pirani Z, Sarmadi MR, Seifi M. The effect of philosophy program for children (FABAK) on students' moral attitude and explanation of its components from the point of view of Qur'an. *Research on issues of Islamic education*. 2019; 27 (43), 113-143. <http://ensani.ir/fa/article/410292>.
46. Hasan Qalipour T, Dehghan Niri Mahmoud, Mir Mahdi S. Affecting Factors on Ethical Attitudes of Business Students. *Ethics in Science and Technology*. 2012; 6 (4):64-75
47. Green SB. How many subjects does it take to do a regression analysis? *Multivariate Behavioral Research*. 1991; 26, 499-510.
48. Cohen BH. *Explaining Psychological Statistics* (2nd Ed.). New York, NY: John Wiley Sons, Inc. 2001.
49. Kline P. *An easy guide to factor analysis*. New York, NY: Routledge. 1994.
50. Aquino K, Reed AII. The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2002, 83:1423-1440.
51. Azimpour A, Nisi AK, Shahni Yilagh M, Arshadi N, Bashlideh K. Validation of the "Importance for

- Moral Identity" scale of personality and individual differences. 2014; 2: 19-38.
52. Delfan Beiranvand A., Rashid Kh. Developing, validation, reliability and normalization of moral behavior scale among adolescents. Quarterly Journal of Transcendent Education. 2022, 2(3):110-127.
53. Preble JF, Reichel A. Attitudes towards Business Ethics of Future Managers. Journal of Business Ethics. 1988; 7 (12): 941-949.
54. Motamed-Jahromi M, Dehghani S. Students' Attitudes toward Principles of medical ethics and matching them with Islamic Ethics in Kerman University of Medical Sciences. JBUMS. 2014; 16 (7):29-35. URL: <http://jbums.org/article-1-4826-fa.html>.
55. Cetin S. The attitude determination scale for value acquisition: a validity and reliability study. Journal of Education and Practice. 2017; 8(12).

