

An Examination of the Effect of Moral Values on People's Desire for Benevolent Behaviors in the Context of the Corona Virus Case study: Kermanshah

Ali Moradi¹

Nejat Mohammadi Far²

Received: 01/10/2020

Accepted: 14/02/2021

Abstract

The main purpose of this study is to examine the effect of moral values on people's desire for benevolent behaviors in the context of the corona virus in Kermanshah. The statistical population is the total number of citizens who are 20 years and older in the city of Kermanshah, which is 2431782 people. Out of this statistical population, 360 people based on sampling with SPSS Sample Power software were selected using cluster sampling. Face validity was used to assess the validity of the research and Cronbach's alpha was used to estimate the reliability of the research instrument. Hypotheses were tested using correlation and regression indices. The findings suggest that moral values in the dimension of perfectionism ($r = 0.417$), dimension of avoiding wrong behaviors ($r = -0.158$), dimension of moral virtues ($r = 0.491$), dimension of forgiveness ($r = 0.208$) and in the dimension of moral identity ($r = 0.537$) and in general ($r = 0.492$) has a significant relationship with benevolent behaviors. Beta coefficient for the variable of moral identity is equal to (Beta = 0.35), for moral virtues is equal to (Beta = 0.29), for moral perfection is equal to (Beta = 0.18), for moral forgiveness is equal to (Beta = 0.16), for moral gratitude is equal to (Beta = 0.17) and for avoidance of misbehavior is equal to (Beta = -0.13). The amount of T is significant for these six variables at the 95% level.

Keywords

Moral values, moral virtues, benevolent behaviors, perfectionism, gratitude.

1. Associate Professor, Department of Sociology, Islamabad Gharb Branch, Islamic Azad University, Islamabad Gharb, Kermanshah, Iran. A_Moradi2020@iauaksh.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of Political Sciences, Faculty of Social Sciences and Humanities, Ardakan University, Ardakan, Yazd, Iran. nmohammadifar@ardakan.ac.ir

* Moradi, A., & Mohammadifar, N. (2021). An Examination of the Effect of Moral Values on People's Desire for Benevolent Behaviors in the Context of the Corona Virus, Case study: Kermanshah, Quarterly Journal of *Islam and Social Studies*, 8(31), pp. 150-183. Doi: 10.22081/jiss.2021.58974.1706

بررسی تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا (مورد مطالعه: کرمانشاه)

علی مرادی^۱

نجات محمدی‌فر^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۱۰

چکیده

هدف اصلی این مطالعه بررسی تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا در شهر کرمانشاه است. جامعه آماری، کل شهروندان ۲۰ سال به بالای شهر کرمانشاه است که تعداد آنها برابر ۸۵۵۵۲۳ نفر است. از این تعداد جامعه آماری، ۳۶۰ نفر بر اساس نمونه‌گیری با نرم‌افزار SPSS Sample Power مشخص و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. برای سنجش روایی پژوهش از روایی صوری، و برای برآورد پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده گردید. آزمون فرضیه‌ها با استفاده از شاخص همبستگی و رگرسیون انجام گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی در بُعد کمال‌گرایی ($r=0/417$)، بُعد اجتناب از رفتارهای نادرست ($r=-0/158$)، بُعد فضائل اخلاقی ($r=0/491$)، بُعد بخشش ($r=0/208$)، در بُعد هویت اخلاقی ($r=0/537$)، و در کل ($r=0/492$)، با رفتارهای خیرخواهانه ارتباط معناداری دارد. ضریب بتا برای متغیر میزان هویت اخلاقی برابر ۰/۳۵، میزان فضائل اخلاقی برابر ۰/۲۹، میزان کمال اخلاقی برابر ۰/۱۸، میزان بخشش اخلاقی برابر ۰/۱۶، میزان سپاس‌گزاری اخلاقی برابر ۰/۱۷، و میزان اجتناب از رفتارهای نادرست برابر ۰/۱۳- است. مقدار T برای این شش متغیر در سطح ۹۵ درصد معنادار است.

کلیدواژه‌ها

ارزش‌های اخلاقی، فضائل اخلاقی، رفتارهای خیرخواهانه، کمال‌گرایی، سپاس‌گزاری.

۱. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم انسانی واحد اسلام‌آباد غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام‌آباد غرب، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول).
A_Moradi2020@iauksh.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، یزد، ایران.
nmohammadifar@ardakan.ac.ir

* مرادی، علی؛ محمدی‌فر، نجات. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا؛ مورد مطالعه: کرمانشاه. فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی، ۸(۳۱)، صص ۱۵۰-۱۸۳.
Doi: 10.22081/jiss.2021.58974.1706

۱. مقدمه

شیوع ویروس کرونا و مرگ‌ومیر بالای ناشی از آن، بسیاری از جنبه‌های زندگی روزمره جوامع از جمله شیوه زندگی، تعامل با یکدیگر و انجام کسب و کار را به شدت تحت تأثیر قرار داده و ممکن است افراد به دلیل هشدارهای مداوم و پوشش کامل و لحظه‌ای رسانه‌ها در مورد شیوع این ویروس، دچار ترس، نگرانی، اضطراب و افسردگی شوند. به‌منظور کُند کردن شیوع ویروس، محدودیت‌هایی در استان‌ها و شهرها وضع شده که زندگی میلیون‌ها انسان و کسب و کار آنها را مختل کرده است. در حال حاضر، مرزهای بین‌المللی بسیاری از کشورها بسته شده است، سفرهای هوایی محدود شده است، مدارس و دانشگاه‌ها به صورت آنلاین تدریس می‌کنند، برگزاری مراسم و آیین‌های مذهبی لغو شده‌اند، مشاغل مختلف به حالت تعطیل یا نیمه‌تعطیل درآمده‌اند، اقتصاد بسیاری از کشورها در حال فلج شدن است و بازارهای بورس جهانی شاهد بزرگ‌ترین کاهش از زمان بحران مالی ۲۰۰۸ بوده‌اند. این تغییرات هرچند در بازه زمانی کوتاه اما با شدت بیشتری پیامدهای خود را نمایان ساخت و افراد را نه تنها از نظر جسمی، بلکه از نظر روانی، نگرشی و رفتاری نیز تحت تأثیر قرار داده است. از جمله تغییرات نگرشی و رفتاری حاصل از شیوع ویروس کرونا می‌توان به تغییر ارزش‌های اخلاقی و رفتارهای خیرخواهانه اشاره کرد.

ارزش‌ها اهداف فراموقعیتی، مطلوب و متفاوت در اهمیت هستند که به‌عنوان اصول راهنمایی‌کننده در زندگی اشخاص عمل کنند (Schwartz et al., 2000, p. 315). ارزش‌ها در انتخاب، تفسیر و توجیه رفتار خود و دیگران به کار می‌روند و افراد را به سمت انجام اقدامات اخلاقی و رفتارهای خیرخواهانه سوق می‌دهند (Hardy & Carlo, 2005, p. 340; Mayer et al., 2012, p. 158). ارزش‌های اخلاقی زیربنای رفتارهای اجتماعی و کنش‌های متقابل اجتماعی، احساسات مشترک و ریشه‌داری هستند که اعضای جامعه در آن سهیم هستند. از طرفی، رفتارهای خیرخواهانه بیان‌گر آن دسته از رفتارهایی است که با همدردی، امیدبخشی، مشکل‌گشایی و خدمت‌گزاری و نوع‌دوستی افراد در برابر دیگران همراه باشد (الهیاری بوزنجانی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۴۱). انسان‌ها از طریق رفتار نوع‌دوستانه و تعاون،

توانایی باورنکردنی در سازگاری و بقا دارند (Stankovska et al., 2020, p. 34). بنابراین می‌توان گفت خیرخواهی با رفتار تعاونی ارتباط دارد و رفتار خیرخواهانه باعث می‌شود افراد بیشتر با هم همکاری کنند (Valerio, 2014, p. 3).

در جامعه‌شناسی مدرن، اهمیت روابط اجتماعی در قالب دیدگاه سرمایه اجتماعی مطرح می‌شود. در واقع از طریق روابط و حمایت اجتماعی است که سرمایه اجتماعی به وجود می‌آید. حمایت‌های اجتماعی، افراد را قادر می‌سازد تا توانایی رویارویی با مشکلات روزمره و بحران‌های زندگی را داشته باشند (Crowell, 2004, p. 16). از جمله کارکردهای دیگر حمایت اجتماعی می‌توان به دسترسی به اطلاعات، خدمات و منابع مادی و دستیاری، کسب مهارت، مشاوره و ارائه راهکار و راهنمایی، کارکرد ضربه‌گیر در مقابل استرس‌ها، کارکرد نظارت و کنترل اشاره کرد (خیرالله‌پور، ۱۳۸۳، ص ۷۸). افرادی که از حمایت اجتماعی بالایی برخوردار هستند به هنگام مواجهه با فشارهای زندگی و رویدادهای فشارزا، فشار روانی کمتری را تجربه می‌کنند (ستوده، ۱۳۷۸، ص ۲۵۸).

بنابراین یکی از مسائلی که می‌توان به‌عنوان پیامدی برای شیوع ویروس کرونا دانست و امروزه تعمق و تفکر بر روی آن مهم به نظر می‌رسد، ارزش‌های اخلاقی و رفتارهای خیرخواهانه در این شرایط است. امروزه موضوعات خیر و عام‌المنفعه در جوامع مختلف رونق گرفته و برجسته‌شدن امور خیر در زندگی افراد، اهمیت پرداختن به این موضوع با رویکرد علمی را دوچندان نموده است. در کشور ما توجه به ارزش‌های اخلاقی و هنجارهای فرهنگی مانند احسان، محبت، نوع‌دوستی و دستگیری از فقرا و نیازمندان نیز برای شهروندان اهمیت زیادی دارد و این دستگیری و احسان را در مقاطع حیاتی و مواجهه با بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی ثابت کرده‌اند. همیاری و مشارکت مردم ایران در زلزله سرپل‌دهاب، کمک‌های خیرخواهانه و رفتارهای نوع‌دوستانه در سیل جنوب و هم‌اکنون فعالیت‌های داوطلبانه و خیرخواهانه در خدمت‌رسانی به مهار بیماری کرونا با دستگیری از نیازمندان، و کمپین‌های حمایتی از اقشار آسیب‌دیده اقتصادی را می‌توان نمونه‌های بارز تاریخی در کشور دانست. گستردگی و پویایی این مراسم و مناسک در فرهنگ ایرانی چنان است که به‌عنوان

یکی از نیازهای اساسی روح انسان ایفای نقش می‌کند. بنابراین هدف اساسی این مطالعه بررسی تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا در شهر کرمانشاه است.

۲. پیشینه پژوهش

بلورفرش و انصاری (۱۳۹۸) در مطالعه خود نشان دادند که از بین سه عامل نگرشی، هنجاری و کنترل رفتار ادراکی، نگرش با داشتن بیشترین فراوانی در تجربیات مدیران خیریه‌ها بیشترین تأثیر را بر بروز رفتار خیر در مردم دارد. در مطالعه عباسی و همکاران (۱۳۹۵) عامل «همدلی» یا توانایی درک احساسات و عواطف دیگران، با قانون‌شکنی خیرخواهانه ارتباط مثبت دارند. شیرخدایی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای نشان دادند که میان مردان و زنان در قصد کمک مالی به فعالیت‌های خیرخواهانه و میزان کمک مالی به فعالیت‌های خیرخواهانه تفاوت معناداری وجود ندارد. در مطالعه سیفی قوزلو و همکاران (۱۳۹۴) رابطه مثبت و معناداری بین اخلاق و ارزش‌های شخصی وجود دارد.

نتایج مطالعه یانگ و دیگران (Yang et al., 2020) نشان می‌دهد که بین حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار خیرخواهانه رابطه معناداری وجود دارد و حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبتی در پیش‌بینی رفتار خیرخواهانه ساکنان دارد. لون و دیگران (Lunn et al., 2020) در پژوهش خود دریافتند که حمایت‌های اجتماعی، برنامه‌های رفتاری و ارتباطات مؤثر در بحران، شامل سرعت، صداقت، اعتبار، همدلی و ترویج اقدامات فردی می‌تواند در راستای مبارزه با این بیماری مفید باشند. لی و دیگران (Li et al., 2019) در پژوهشی نشان دادند که همدلی شناختی، یک پیش‌بینی‌کننده مهم رفتار مشترک خیرخواهانه است. همچنین نقش درآمد خانواده به‌عنوان یک پیش‌بینی‌کننده قابل توجه از نوع شیفتگی افراد در بازی خیرخواهانه مشخص شد؛ به‌گونه‌ای که افراد با درآمد خانوادگی پایین‌تر تمایل به رفتار سخاوتمندانه بیشتری دارند.

یافته‌های استوبر و یانگ (Stoeber & Yang, 2016) حاکی از آن بود که کمال‌گرایی

اخلاقی یک ویژگی شخصیتی است به در هر دو فرهنگ آسیایی و غربی مرتبط است و تفاوت‌های فردی در نگرش اخلاقی، فراتر از کمال‌گرایی عمومی را توضیح می‌دهد. وایت و بیکرز (De Wit & Bekkers, 2016) در مطالعه‌ای نشان دادند که زنان به دفعات فراوان به مؤسسات خیریه کمک می‌کنند، ولی مقدار کمک آنها کمتر از مردان است. زنان بیشتر از مردان به ارزش‌های اجتماعی اهمیت می‌دهند. زنان مبلغ کمتری هدیه می‌کنند زیرا منبع درآمد اقتصادی آنها کمتر است. بنابراین توجه و اهمیت ارزش‌های اجتماعی در زنان بیشتر است و تفاوت‌های جنسیتی در این امر تأثیرگذار است. هابارد و دیگران (Hubbard et al., 2016) در مطالعه خود نشان دادند که اختلافات فردی و زندگی در امر خیرخواهانه یک عامل اقتصادی مهم است. آنها نشان دادند که منافع عمومی تاحدی از طریق رفتار نوع‌دوستانه تأمین می‌شود و بخش اعظم این امر از طریق افراد در ادوار بعدی زندگی اتفاق می‌افتد. کاپرارو و دیگران در مطالعه‌ای نشان دادند که خیرخواهی وجود دارد و شمار زیادی از مردم به این روش رفتار می‌کنند. همچنین خیرخواهی با رفتار تعاونی ارتباط و رابطه علی دارد. مثبت‌اندیشی در مورد رفتار خیرخواهانه باعث می‌شود افراد به‌طور معناداری بیشتر از ابتکار عمل برای تفکر بدخواهانه همکاری کنند. بنابراین افراد خیرخواه وجود دارند و بیشتر همکاری می‌کنند (Capraro et al., 2014).

۳. مباحث نظری

بسیاری از جامعه‌شناسان مانند هومن^۱ و دورکیم^۲ بر این باورند که رابطه مثبت بین ارزش‌های اخلاقی و تعهد افراد جامعه وجود دارد. در عصر طلایی (قرن هفدهم) اشخاص بسیار ثروتمند، فقرا را تأمین مالی می‌کردند، سیستم‌های فاضلاب محلی را نیز شهروندان ثروتمند شهرهای تجاری تأمین بودجه می‌کردند (مرادی، ۱۳۹۱، ص ۷۴)؛ گرچه کسی می‌تواند استدلال کند که فراهم‌سازی مسکن و بهداشت به‌عنوان نیازهای اساسی

1. Homans

2. Durkheim

بقا، راهبردی مؤثر برای کاهش تهدید و مخاطره‌ای بود که ثروتمندان از فقرا در زمان نابرابری قوی اجتماعی تجربه کرده بودند. ممکن است کسی نیز استدلال کند که چنین کمک‌هایی را احساس مسئولیت اجتماعی الهام می‌بخشد (که به انگیزش‌های مذهبی نزدیک است). هومن (Homans, 1974) اصل تعهد نجیبانه^۱ را برای این وضعیت بیان می‌کند. بر اساس این اصل، از کسانی که بیشتر درآمد دارند انتظار می‌رود که بیشتر به جامعه کمک کنند و از آن حمایت مالی کنند (Schuyt et al., 2000, p. 22).

۳-۱. دیدگاه سعدی در اخلاق و نوع دوستی

بررسی آثار سعدی نشان می‌دهد که آرای اخلاقی سعدی با هر سه نظریه اخلاقی تطابق دارد، ولی نمی‌توان او را در هیچ‌یک از این نظریات منحصر کرد؛ چون او شاعر است و یک شاعر به مقتضای حال خود و مخاطب خود، از نظریه‌های اخلاقی مختلفی در سخنان خود بهره می‌برد (فراخانی، ۱۳۹۱، ص ۲). سعدی در قلمرو انسان دوستی و تعلق خاطر به مصالح انسان‌ها و مهم‌شمردن خدمت خلق، بیشتر و بیشتر از انسان‌گرایان باخترزمین گام برداشته است. هنوز هم در هر جا و هر محفل و کنگره‌ای که سخنی از انسان و هم‌بستگی اندام‌وار بشریت در میان باشد این گفته سعدی سرلوحه و مقدمه کار و گفتار آن مجلس و آن جمع خواهد بود: (ترابی، ۱۳۷۶، ص ۱۵۲) «بنی آدم اعضای یکدیگرند/ که در آفرینش ز یک گوهرند»، یا «چو عضوی به درد آورد روزگار/ دگر عضوها را نماند قرار»، و همچنین «تو کز محنت دیگران بی‌غمی/ نشاید که نامت نهند آدمی» (سعدی، ۱۲۵۸، ص ۱۹۳).

سعدی خود نیز در باب اخلاق در موارد بسیار زیادی به پند و نصیحت انبای بشر می‌پردازد که مقصود وی راهنمایی و ارشاد خلق است؛ زیرا او آموزگاری است آگاه و پیری پخته و پرورده و سردوگرم‌چشیده، هنرمندی است روشن و آگاه و مُصلحی خیراندیش، طالب علمی است آزاده و شریف و خواهان حق و عدل، شیفته

1. Noblesse Oblige

ارزش‌های اصیل انسانی است و طرفدار خلق خدای و نیز مدافع بی‌ادعای همه آنچه مربوط به مردم و عوالم آنها است. خود وی در این زمینه چنین می‌گوید: «غالب گفتار سعدی طرب‌انگیز است و طبیعت‌آمیز و کوتاه‌نظران را بدین علت زبان طعن‌دراز گردد که مغز دماغ بیهوده‌بردن و دود چراغ بی‌فایده خوردن کار خردمندان نیست؛ و لیکن بر رأی روشن صاحب‌دلان که روی سخن در ایشان است پوشیده نماند که دُرّ موعظه‌های شافی را در سلک عبارت کشیده است و داروی تلخ نصیحت به شهد ظرافت برآمیخته تا طبع ملول ایشان از دولت قبول محروم نماند» (سعدی، ۱۲۵۸، ص ۱۹۳).

۲-۳. دیدگاه قرآن و رفتارهای خیرخواهانه

مسائل اخلاقی قرآن در چهار محور اصلی است: الف. مسائل مرتبط با خدا، مانند خضوع و شکر منعم، ب. مسائل مرتبط با مردم، مانند تواضع و فداکاری، ج. مسائل مرتبط با خود انسان، مانند پاکسازی قلب، د. مسائل مرتبط با محیط‌زیست، مانند عدم اسراف و تخریب (بهرامی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۳۶). خداوند در قرآن کریم (سوره بقره) از مؤمنان خواسته است تا در راه خدا با اموال‌شان جهاد کنند و این اموال را در راه خدا انفاق کنند و با این انفاق نیازهای نیازمندان را برطرف کنند. خداوند در آیه ۲۵۴ این سوره می‌فرماید:

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید، از آنچه به شما روزی دادیم انفاق کنید، پیش از آنکه روزی فرا رسد که در آن نه دادوستدی است تا بتوانید سعادت و نجات از کيفر را برای خود خریداری کنید، و نه دوستی (و رفاقت‌های مادی سودی دارد)، و نه شفاعت (زیرا شما شایسته شفاعت نخواهید بود)، و کافران خود ستمگرند (هم به خودشان و هم به دیگران ستم می‌کنند).»

در این آیه از مؤمنان خواسته شده تا آنچه خدا به آنها روزی داده است در راه خدا انفاق کنند و چون برخی از مغروران به مال و جاه دچار توهم شده و آخرت را بر فرض قبول همسان دنیا می‌پندارند و خودشان را چون در دنیا در ناز و

نعمت می‌بینند، می‌پندارند که در عالم آخرت نیز منتعم خواهند بود (جوادی آملی، ۱۳۸۸).

۳-۳. دیدگاه امام علی علیه السلام و رفتارهای خیرخواهانه

یکی از شیوه‌های رفتاری امام علی علیه السلام رسیدگی به وضعیت نیازمندان جامعه بود که این شیوه می‌تواند راه‌گشای کارگزاران حکومتی در جامعه اسلامی امروزی باشد. امام علی علیه السلام در توزیع مطلوب اموال (بیت‌المال) دو ویژگی اساسی را مورد تأکید قرار می‌دادند: ۱. رعایت عدالت در تقسیم، و ۲. حبس نکردن حقوق عمومی. برای بیت‌المال نیز دو نوع مصرف را در نظر می‌گرفتند: الف. مصرف خاص، و ب. مصرف عام (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۱، ص ۴۰۱). یکی از مصادیق مصرف خاص بیت‌المال از دیدگاه امام علی علیه السلام، تأمین نیاز فقرا و مستمندان و از کارافتادگان است. با توجه به اینکه افراد جامعه با یکدیگر برابر نیستند، برخی توانایی جسمی و استعداد سرشار دارند و برخی ضعیف هستند، از این رو سطح درآمد با توجه به امکانات هر کس متفاوت است. برخی برای امرار معاش درآمد کافی ندارند و برخی معلول، بیمار، ورشکسته و از کارافتاده، و به عبارت جامع، نیازمندان. حقوق این‌گونه افراد چگونه باید استیفا شود و چه حقوقی در جامعه انسانی دارند؟ از منظر امام علی علیه السلام تأمین حقوق نیازمندان جامعه مستلزم برآورد نیاز، تأمین منابع مالی و سازوکاری برای حمایت از آنان است. حمایت از محرومان به معنای توزیع فقر در جامعه نیست، بلکه ریشه‌کنی فقر از جامعه است و موجب توسعه و عمران آن می‌شود. با حمایت از نیازمندان می‌توان آنها را به بازار کار و تولید کشاند تا رقابت سالم و صحیح پدید آید و بر حجم و کیفیت تولیدات افزوده شود (کاملی، ۱۳۸۶).

۴. فرضیه‌های پژوهش

۴-۱. فرضیه اصلی

- بین ارزش‌های اخلاقی و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.

۴-۲. فرضیه‌های فرعی

- میانگین ارزش‌های اخلاقی مردم (در همه ابعاد) در بستر ویروس کرونا بالاتر از حد متوسط است.
- میانگین میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا بالاتر از حد متوسط است.
- بین کمال‌گرایی و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.
- بین اجتناب از رفتار نادرست و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.
- بین فضائل اخلاقی و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.
- بین بخشش و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.
- بین سپاس‌گزاری و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.
- بین هویت اخلاقی و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه در بستر ویروس کرونا رابطه معنادار وجود دارد.

۵. روش‌شناختی پژوهش

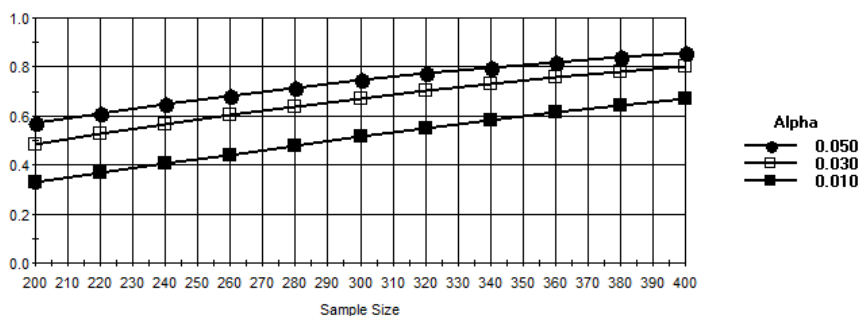
این مطالعه با استفاده از روش توصیفی و تکنیک پیمایش انجام پذیرفت. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه انجام گرفت. جامعه آماری شهروندان بالای ۲۰ سال شهر کرمانشاه در سال ۱۳۹۸ است که تعداد آنها بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن برابر ۲۴۳۱۷۸۲ نفر است. با توجه به حجم وسیع جامعه آماری، با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power تعداد ۳۶۰ نفر به‌عنوان نمونه برای مطالعه انتخاب گردید.

برای محاسبه حجم نمونه از پارامتر هم‌بستگی استفاده شد. در این راستا مقدار آلفا را ۰/۰۵، سطح اطمینان را ۰/۹۵ و مقدار پارامتر هم‌بستگی در جامعه آماری را بر اساس حداقل ۰/۱۵ شاخص هم‌بستگی در نظر گرفتیم. در واقع در انتخاب حجم نمونه برای این مطالعه، بر اساس تحلیل توان (آلفای ۰/۰۵) اقدام گردید. چون این تحلیل مبتنی بر آزمون فرضیه است، عمومیت بیشتری دارد.

جدول ۱: برآورد حجم نمونه بر اساس تحلیل توان در سطح آلفای‌های مختلف

Power as a Function of Sample Size, Alpha												
Tails = 2, Corr 1 = 0.150, Corr 2 = 0.000												
Alpha	N1=	200	220	240	260	280	300	320	340	360	380	400
	N2=	200	220	240	260	280	300	320	340	360	380	400
0.010		0.327	0.366	0.404	0.442	0.479	0.515	0.549	0.582	0.614	0.644	0.672
0.030		0.485	0.527	0.567	0.605	0.640	0.673	0.703	0.732	0.758	0.782	0.804
0.050		0.570	0.610	0.648	0.683	0.716	0.745	0.772	0.797	0.819	0.839	0.857

Power as a Function of Sample Size and Alpha



نمودار ۱: برآورد حجم نمونه بر اساس تحلیل توان در سطح آلفای‌های مختلف

برای سنجش روایی ابزار پژوهش، از روایی صوری و تحلیل عاملی با استفاده از معادلات ساختاری و برای برآورد پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده گردید. تعریف عملیاتی متغیرهای اصلی پژوهش و نحوه سنجش آنها به صورت زیر انجام گرفت:

الف. رفتارهای خیرخواهانه، بیانگر آن دسته از رفتارهایی است که با همدردی، امیدبخشی، مشکل‌گشایی و خدمت‌گزاری و نوع‌دوستی کارکنان در برابر دیگران همراه باشد. در این مطالعه تمایل به رفتارهای خیرخواهانه با استفاده از ۲۰ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت موردسنجش قرار گرفت.

ب. ارزش‌های اخلاقی، در پژوهش حاضر، در یک ماتریس چهار در شش بر اساس دو بُعد پیامدی و هنجاری موردبررسی قرار می‌گیرد. در ضلع پیامدی می‌توان از اخلاقیات در مورد خدا، در مورد مردم، در مورد خود فرد و در مورد محیط‌زیست نام برد. در ضلع هنجاری هم می‌توان از کمال‌گرایی، اجتناب از رفتارهای نادرست، فضائل اخلاقی، بخشش، سپاس‌گزاری، هویت اخلاقی می‌توان نام برد. این ابعاد به شرح زیر تعریف می‌شوند (لازم به ذکر است که پرسش‌نامه‌ها ضمن اینکه به نوعی استاندارد بودند، اما با توجه به اینکه از ترکیب چند مقیاس استخراج شدند، ابتدا هنجاریابی و سپس روایی و پایایی آن نیز به دست آمد):

۱. هویت اخلاقی: برای اندازه‌گیری هویت اخلاقی، از مقیاس هویت اخلاقی آکوینو و رد استفاده شد (Aquino & Reed, 2002, p 1424). پاسخ‌گویان به لیستی از ویژگی‌های اخلاقی (دلسوزانه، منصفانه، دوستانه، سخاوتمندانه، مفید، صادقانه و مهربان) پاسخ دادند. برای بُعد بنیان‌های اخلاقی از مقیاس گراهام و دیگران (Graham et al., 2011) و همچنین خرده مقیاس یانگ و دیگران (Yang et al., 2015) استفاده شد. از مقیاس هیت و گراهام ابعادی شامل مراقبت/ آسیب، انصاف (عدالت)، وفاداری به گروه، احترام به مرجعیت و خلوص و پاکی، و از خرده مقیاس یانگ و دیگران نیز مؤلفه‌هایی مانند صداقت، مهربانی و احترام به دیگران و مفیدبودن استفاده گردید (سینی قوزلو و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۲۲).

۲. فضائل اخلاقی: برای اندازه‌گیری فضیلت‌ها از مقیاس فضیلت‌های کولی و دیگران استفاده شد. این مقیاس مؤلفه‌هایی مانند همدلی، توانمندی، دلسوزی و آرامش را موردسنجش قرار می‌دهد (Cawley et al., 2000).

۳. رویه‌های بخشش: برای اندازه‌گیری بخشش از مقیاس بخشش گیرارد و مولت استفاده شد (Girard & Mullet, 1997).

۴. کمال‌گرایی اخلاقی: ^۱ برای اندازه‌گیری کمال‌گرایی اخلاقی از مقیاس یانگ و دیگران (Yang et al., 2015) استفاده شد. برای سنجش این بُعد از ارزش‌های اخلاقی، از ضوابط شخصی برای گرفتن موازین اخلاقی شخصی و نگرانی درباره اشتباه‌ها به شرکت‌کنندگان گفته شد که این موارد معیارها و انتظارات اخلاقی را منعکس می‌کند و در مقیاس از ۱ (به‌شدت مخالف) تا ۵ (به‌شدت موافق) پاسخ می‌دهند (Girard & Mullet, 1997, p. 212).

۵. کنش سپاس‌گزاری: برای اندازه‌گیری کنش‌های سپاس‌گزاری، از مقیاس قدردانی واتکینز و دیگران (Watkins et al., 2006) استفاده شد. برای سنجش این مفهوم از مؤلفه‌هایی مانند گرفتن تقدیرنامه (سپاس‌گزاری و تقدیر) و مواردی از بدهکاری فرد، همچون مدیون‌بودن [احساس می‌کنید که مدیون هستید]، موظف‌بودن و احساس وظیفه استفاده گردید.

۶. اجتناب از رفتار نادرست: برای اندازه‌گیری قضاوت‌های رفتار اشتباه، از مقیاس اخلاقی‌سازی زندگی روزمره لویت و دیگران (Lovett et al., 2012) استفاده گردید. این مقیاس شامل مواردی است که رفتارهایی را توصیف می‌کند که ممکن است از نظر اخلاقی اشتباه قلمداد شود؛ مانند فریب، بی‌توجهی به دیگران، انجام‌ندادن کار خوب، تبلی، تخلفات بدنی، شامل رفتارهایی از جمله مصرف مواد خارجی مانند مواد مخدر، برخی از رفتارهای جنسی و بدرفتاری‌های عمدی بدن و رفتارهای منزجرکننده (دفاع کردن، شستن و...) است (Moore et al., 2012, p. 3).

1. Moral perfectionism.

۶. تحلیل عاملی برای ارزیابی روایی سازه

به منظور بررسی قابلیت اعتماد داده‌ها جهت انجام تحلیل عامل تأییدی، از آزمون کفایت نمونه‌برداری (KMO) استفاده گردید که مقدار آن در این ماتریس برای همه متغیرها و ابعاد آنها در حد قابل قبولی است، بنابراین نیازی به حذف هیچ گویه‌ای از این مجموعه نیست. جدول شماره ۲ آزمون‌های لازم برای روایی، با استفاده از تحلیل عاملی، و پایایی متغیرها، با استفاده از آلفای کرونباخ را نشان می‌دهد. در این جدول مقادیر آلفای کرونباخ برای اکثر متغیرها بیشتر از ۰/۷ بوده و بنابراین پایاب بودن ابزار اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. قاعده کیزر برای همه متغیرها معنادار است و نشان می‌دهد که مقادیر ویژه هر کدام از آنها بیشتر از یک است. می‌توان تشریح کرد که هر متغیر به عنوان یک عامل می‌تواند گویه‌ها را حول یک مقدار جمع و بر روی یک محور قرار دهد.

جدول ۲: ضریب روایی سازه (با استفاده از تحلیل عاملی) و

پایایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ

متغیر	متغیر / مؤلفه	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ	آزمون KMO	آزمون بارتلت	درجه آزادی	سطح معناداری
ارزش‌های اخلاقی	کمال‌گرایی	۱۴	۰/۶۷۴	۰/۶۳۵	۱۱۶۱/۹۵۷	۹۱	۰/۰۰۰
	اجتناب از رفتار نادرست	۱۶	۰/۹۵۴	۰/۹۳۶	۶۴۳۶/۶۳	۱۲۰	۰/۰۰۰
	فضائل اخلاقی	۱۲	۰/۸۴۸	۰/۸۶۵	۱۹۱۲/۸۳۲	۶۶	۰/۰۰۰
	بخشش	۱۳	۰/۷۵۰	۰/۷۹۸	۱۰۸۱/۸۴۲	۷۸	۰/۰۰۰
	سپاس‌گزاری	۱۲	۰/۷۳۶	۰/۷۶۰	۱۶۵۳/۲۱۸	۶۶	۰/۰۰۰
	هویت اخلاقی	۲۰	۰/۹۰۳	۰/۸۵۵	۳۶۱۰/۵۴۵	۱۹۰	۰/۰۰۰
	کل	۸۷	۰/۸۴۲	۰/۷۶۶	۲۴۸۴۷/۴۷۸	۳۷۴۱	۰/۰۰۰
	رفتارهای خیرخواهانه	۲۰	۰/۹۲۳	۰/۹۰۵	۴۳۳۳/۱۷۸	۱۹۰	۰/۰۰۰

۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها

بر اساس توصیف خصوصیات پاسخ‌گویان می‌توان گفت ۲۱۵ نفر (۵۹/۷ درصد) از آنها در گروه سنی زیر ۳۵ سال، ۱۲۲ نفر (۳۳/۹ درصد) در گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال و ۲۳ نفر (۶/۴ درصد) در گروه سنی بالاتر از ۴۵ سال قرار داشتند. در مورد درآمد پاسخ‌گویان گفته می‌شود که ۲۸ نفر (۷/۸ درصد) درآمد کمتر از سه میلیون تومان، ۱۰ نفر (۲۸/۱ درصد) درآمد بین سه تا پنج میلیون و ۲۰۲ نفر (۵۶/۱ درصد) از آنها درآمد بالای پنج میلیون تومان در ماه داشتند. در مورد وضعیت تحصیلی، نتایج نشان می‌دهد که ۱۲۱ نفر (۳۳/۶ درصد) دیپلم و زیر دیپلم، ۷۲ نفر (۲۰ درصد) فوق‌دیپلم، ۱۲۵ نفر (۳۴/۷ درصد) کارشناسی و ۴۲ نفر (۱۱/۷ درصد) دارای مدرک کارشناسی‌ارشد و دکتری بودند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ۶۵ نفر (۱۸/۱ درصد) از پاسخگویان مجرد و ۲۹۳ نفر (۸۱/۴ درصد) از آنها متأهل، و در نهایت در مورد جنسیت گفته می‌شود که ۲۲۷ نفر (۷۶/۹ درصد) مرد و ۸۳ نفر (۲۳/۱ درصد) آنها زن بودند.

نتایج نشان می‌دهد که از کل جمعیت مورد مطالعه، ۲۸۲ نفر (۷۸/۳ درصد) دارای رفتار خیرخواهانه بالا، ۶۲ نفر (۱۷/۲ درصد) دارای رفتار خیرخواهانه متوسط، و ۱۶ نفر (۴/۴ درصد) دارای رفتار خیرخواهانه پایین بودند؛ اما نتایج در کل نشان می‌دهد که میانگین رفتارهای خیرخواهانه در جمعیت مورد مطالعه پایین‌تر از میانگین مورد انتظار است، ولی از این میانگین کم، مقدار قابل توجهی از آنها تمایل بالایی به رفتارهای خیرخواهانه داشتند. این نتایج برای متغیر ارزش‌های اخلاقی و ابعاد آن به تفکیک در جدول بیان شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که گرایش به ارزش‌های اخلاقی در جامعه در حد نزدیک به متوسط مورد انتظار است و این میانگین برای ابعادی مانند اجتناب از رفتارهای نادرست و غیراخلاقی بیشتر از همه بوده است. همچنین نتایج برای بخشش و سپاس‌گزاری در حد متوسط جامعه است.

جدول ۳: توزیع درصد فراوانی پاسخ گویان بر حسب متغیرهای مستقل و وابسته^۱

شاخص‌ها	آماره	مقادیر پاسخ گویان			میانگین تابع گویه		میانگین استاندارد
		زیاد	تاحدودی	کم	نظری	واقعی	واقعی
رفتارهای خیرخواهانه	فراوانی	۲۸۲	۶۲	۱۶	۶۰	۳۹/۱۴	۳
	درصد	۷۸/۳	۱۷/۲	۴/۴			۱/۹۵
کمال‌گرایی	فراوانی	۸۱	۲۶۰	۱۹	۴۲	۳۵/۹۵	۳
	درصد	۲۲/۵	۷۲/۲	۵/۳			۲/۵۶
اجتناب از رفتار نادرست	فراوانی	۵۴	۹۹	۲۰۷	۴۸	۵۷/۹۴	۳
	درصد	۱۵/۰	۲۷/۵	۵۷/۵			۳/۶۲
فضائل اخلاقی	فراوانی	۸۶	۲۲۱	۵۳	۳۶	۳۱/۴۰	۳
	درصد	۲۳/۹	۶۱/۴	۱۴/۷			۲/۶۱
بخشش	فراوانی	۳۸	۲۵۲	۷۰	۳۹	۳۸/۵۳	۳
	درصد	۱۰/۶	۷۰	۱۹/۴			۲/۹۶
سپاس‌گزاری	فراوانی	۲۸	۱۹۵	۱۳۷	۳۶	۳۵/۵۱	۳
	درصد	۷/۸	۵۴/۲	۳۸/۱			۲/۹۵
هویت اخلاقی	فراوانی	۶۵	۱۸۱	۱۱۴	۶۰	۵۴/۷۸	۳
	درصد	۱۸/۱	۵۰/۳	۳۱/۷			۲/۷۳
کل	فراوانی	۱۴۳	۱۹۹	۱۸	۲۶۱	۲۵۷/۰۹	۳
	درصد	۳۹/۷	۵۵/۳	۵/۰			۲/۹۵

۱. نمرات تغییرات حداقل و حداکثری بر اساس بازه دامنه (یک تا سه) مبتنی بر گویه زیاد (سه)، تاحدودی (دو) و کم (یک) به دست آمده است.

فرضیه اول و دوم: میانگین ارزش‌های اخلاقی و تمایل رفتارهای خیرخواهانه بالاتر از حد متوسط قرار دارد.

جدول شماره ۴ نتایج شاخص‌های آمار استنباطی را برای متغیر میزان ارزش‌های اخلاقی و میزان تمایل به رفتارهای خیرخواهانه نشان می‌دهد. نتایج تحلیل تک‌متغیره برای رفتارهای خیرخواهانه با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای با مقدار $2/573$ و سطح معناداری $0/000$ ، نشان می‌دهد که میانگین به دست آمده از نمونه با حدوسط مقیاس تفاوت معناداری دارد. همچنین نتایج حاصل از فاصله اطمینان 95 درصد برای پارامتر میانگین نشان می‌دهد که با سطح اطمینان 95 درصد می‌توانیم بگوییم در جامعه آماری از حداقل منفی $0/01$ - درصد تا حداکثر مثبت $0/11$ درصد از افراد، رفتارهای خیرخواهانه برای‌شان مهم بوده است.

جدول ۴: نتایج شاخص‌های آمار استنباطی میزان ارزش‌های

اخلاقی و میزان تمایل به رفتارهای خیرخواهانه

آمار استنباطی				شاخص	ارزش‌های اخلاقی
فاصله اطمینان 95 درصد برای پارامتر میانگین		تفاوت معنادار میانگین با حدوسط مقیاس			
کران بالا	کران پایین	Sig.	آماره t		
$-0/97$	$-1/115$	$0/000$	$-28/197$	کمال‌گرایی	
$-0/377$	$-0/485$	$0/000$	$-15/761$	اجتناب از رفتار نادرست	
$0/734$	$0/508$	$0/000$	$10/764$	فضائل اخلاقی	
$-0/313$	$-0/454$	$0/000$	$-10/708$	بخشش	
$-0/030$	$-0/102$	$0/000$	$-1/081$	سپاس‌گزاری	
$0/027$	$-0/108$	$0/000$	$-1/180$	هویت اخلاقی	
$0/334$	$-0/187$	$0/000$	$-7/034$	کل	
$0/11$	$-0/010$	$0/000$	$-2/573$	رفتارهای خیرخواهانه	

فرضیه سوم تا ششم: بین ابعاد مختلف ارزش‌های اخلاقی و میزان تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۵، ضریب هم‌بستگی بین ابعاد متغیر ارزش‌های اخلاقی (کمال‌گرایی، اجتناب از رفتارهای نادرست، بخشش، سپاس‌گزاری، هویت اخلاقی) و میزان تمایل به رفتارهای خیرخواهانه را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی در بُعد کمال‌گرایی با مقدار هم‌بستگی $r = 0/417$ ، در بُعد اجتناب از رفتارهای نادرست ($r = 0/158$)، در بُعد فضائل اخلاقی ($r = 0/491$)، در بُعد بخشش ($r = 0/208$)، در بُعد سپاس‌گزاری ($r = 0/436$)، در بُعد هویت اخلاقی ($r = 0/537$) و کل ($r = 0/492$)، با رفتارهای خیرخواهانه ارتباط معناداری دارد. نتایج نشان می‌دهد که بین ارزش‌های اخلاقی و تمایل افراد به رفتارهای خیرخواهانه ارتباط معناداری وجود دارد و با افزایش ارزش‌های اخلاقی در جامعه، شاهد تقویت رفتارهای خیرخواهانه خواهیم بود. این نتیجه را در بستر شیوع کرونا در شهر کرمانشاه همانند سایر شهرهای ایران شاهد بودیم و کمک‌های مؤمنانه و خیرخواهانه در تمام ارگان‌ها و سازمان‌ها و بین مردم خیر، به وضوح مشخص و نمایان بود.

جدول ۵: ضریب هم‌بستگی بین متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر مستقل	ابعاد متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	شدت رابطه	سطح معناداری	نتیجه آزمون	نوع رابطه
ارزش‌های اخلاقی	کمال‌گرایی	رفتارهای خیرخواهانه	0/417	0/000	تأیید	مستقیم
	اجتناب از رفتار نادرست	رفتارهای خیرخواهانه	-0/158	0/000	تأیید	مستقیم
	فضائل اخلاقی	رفتارهای خیرخواهانه	0/491	0/000	تأیید	مستقیم
	بخشش	رفتارهای خیرخواهانه	0/208	0/000	تأیید	مستقیم
	سپاس‌گزاری	رفتارهای خیرخواهانه	0/436	0/000	تأیید	مستقیم
	هویت اخلاقی	رفتارهای خیرخواهانه	0/537	0/000	تأیید	مستقیم
	کل ارزش‌های اخلاقی	رفتارهای خیرخواهانه	0/492	0/000	تأیید	مستقیم

۱-۷. رگرسیون چندگانه

با توجه به اینکه در این مطالعه از تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر رفتارهای نوع دوست خیرخواهانه بحث شده است، لازم شد که میزان تأثیرگذاری متغیر مستقل و ابعاد آن بر متغیر وابسته مورد مطالعه و آزمون قرار گیرد. در این مرحله به منظور بررسی تأثیر همزمان متغیرهای مستقل و تنظیم معادله پیش‌بینی از تحلیل رگرسیون چندمتغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است. قبل از استفاده از رگرسیون، باید مفروضات اساسی این نوع تحلیل رگرسیونی را در نظر داشته باشیم:

یکی از پیش‌فرض‌های رگرسیون، مستقل بودن باقی‌مانده‌های هم‌جوار است. برای بررسی این پیش‌فرض رگرسیون از آزمون دوربین-واتسون ($Durbin-Watson = 1/645$) نشان می‌دهد که بین باقی‌مانده‌ها خودهمبستگی وجود ندارد. این نتیجه تصادفی بودن داده‌ها را نشان داده و بیان می‌کند که هر مورد مستقل از موارد دیگر است. از دیگر پیش‌فرض‌های رگرسیون هم‌خطی^۱ و یا هم‌خطی چندگانه^۲ است که توسط شاخص تحمل^۳ اندازه‌گیری می‌شود. نقطه برش شاخص تحمل بین صفر تا یک است. معیار مطلوب برای مقدار شاخص تحمل بیشتر از $0/4$ است که در این مطالعه برای همه متغیرها بیش از $0/70$ است و نشان‌دهنده این است که متغیرهای مستقل با هم دارای هم‌بستگی بالایی نیستند.

از دیگر شاخص‌هایی که پیش‌فرض هم‌خطی و یا هم‌خطی چندگانه را بررسی می‌کند، عامل تورم واریانس^۴ است. عامل تورم واریانس برای یک متغیر مستقل، نسبتی از تغییرات آن متغیر مستقل است که به وسیله سایر متغیرهای مستقل مدل رگرسیون خطی تبیین نمی‌شود. نقطه برش شاخص تورم واریانس بین یک تا بی‌نهایت است. معیار مطلوب برای عامل تورم واریانس کوچک‌تر از $2/5$ است. نتایج به دست آمده از این

1. Collinearity
2. Multicollinearity
3. Tolerance
4. Variance Inflation Factor (VIF)

شاخص برای همه متغیرهای مستقل بیشتر از یک و کمتر از ۱/۵ است و انتظار می‌رود که مقدار عامل تورم واریانس به سمت یک کاهش پیدا کند. با توجه به معیارهای فوق می‌توان از رعایت پیش‌فرض‌ها اطمینان پیدا کرد. نتایج نشان می‌دهد که تحلیل رگرسیون به لحاظ آماری بر اساس آزمون فیشر در سطح معناداری، روایی آماری لازم را کسب کرده است. جدول شماره ۶ نتایج حاصل از پیش‌فرض‌های آزمون رگرسیون را نشان می‌دهد.

جدول ۶: پیش‌فرض‌ها و آماره‌های برآورد و برازش مدل رگرسیون

نام آزمون	معادل لاتین	مقدار	درجه آزادی	معناداری
کولموگروف-اسمیرنف	Kolmogorov-Smirnov	۰/۱۵۲	۳۶۰	۰/۰۰۰
شاپیرو-ویلک	Shapiro-Wilk	۰/۸۴۲	۳۶۰	۰/۰۰۰
دوربین-واتسون	Durbin-Watson	۱/۶۴۵	استقلال خطاها از هم	
تولرانس	Tolerance	بیش از ۰/۷۰	عدم هم‌خطی چندگانه	
عامل تورم واریانس	Variance Inflation Factor = VIF	بین یک تا ۱/۵	عدم هم‌خطی چندگانه	
اعتبار آماری	آماره فیشر (ANOVA)	۵۰/۱۳۲	۰/۰۰۰	
مقدار ثابت یا آلفا	Constant یا عرض از مبدأ	-۲/۲۶۱	معکوس بودن شیب خط	

جدول شماره ۷ نتایج حاصل از ضریب رگرسیون را نشان می‌دهد. نتایج حاصل نشان می‌دهد که شش متغیر به ترتیب اهمیت وارد معادله رگرسیونی شده‌اند.

آزمون T نشان می‌دهد که ضریب بتا برای متغیر میزان هویت اخلاقی برابر ۰/۳۵، میزان فضائل اخلاقی برابر ۰/۲۹، میزان کمال اخلاقی برابر ۰/۱۸، میزان بخشش اخلاقی برابر ۰/۱۶، میزان سپاس‌گزاری اخلاقی برابر ۰/۱۷، و میزان اجتناب از رفتارهای نادرست برابر ۰/۱۳- است. مقدار T برای این شش متغیر در سطح ۹۵ درصد معنادار است.

جدول ۷: تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام

نام متغیر	ضرایب معیار نشده	ضریب معیار شده	آزمون مدل		ضریب تعیین	تورم واریانس	شاخص تولرانس
			معناداری	آزمون T			
	B	Beta			R ²	VIF	Tolerance
میزان هویت اخلاقی	۰/۳۵	۰/۳۵	۰/۰۰۰	۷/۶۶	۰/۲۸۹	۱/۳۷۳	۰/۷۲۸
میزان فضائل اخلاقی	۰/۵۱	۰/۲۹	۰/۰۰۰	۶/۵۷	۰/۳۶۱	۱/۳۴۵	۰/۷۴۳
میزان کمال اخلاقی	۰/۳۵	۰/۱۸	۰/۰۰۰	۴/۱۷	۰/۴۱۵	۱/۲۶۷	۰/۷۸۹
میزان بخشش	۰/۲۸	۰/۱۶	۰/۰۰۰	۳/۹۱	۰/۴۳۵	۱/۱۵۹	۰/۸۶۳
میزان سپاس‌گزاری	۰/۳۱	۰/۱۷	۰/۰۰۰	۳/۸۱	۰/۴۴۶	۱/۳۷۶	۰/۷۲۸
اجتناب از رفتارهای نادرست	-۰/۱۰۹	-۰/۱۳	۰/۰۰۳	-۳/۰۱	۰/۴۶۰	۱/۳۲۹	۰/۷۵۳

نتیجه گیری

روان‌شناسان، اقتصاددانان و دانشمندان علوم اجتماعی در سرتاسر جهان تلاش می‌کنند تا راه‌حل‌های مبتنی بر شواهد را برای حل چالش‌های ناشی از ویروس کرونا شناسایی کنند. برخی محققان به دنبال یافتن راه‌حل‌های مفیدی برای سیاست‌گذاران و عموم مردم، بدنه وسیعی از ادبیات علوم رفتاری موجود را استخراج کرده‌اند. همدلی، نوع‌دوستی و رفتارهای خیرخواهانه به‌عنوان صفات ذاتی انسان‌ها یکی از این راه‌حل‌هایی است که جامعه جهانی برای مقابله با شرایط اضطراری ناشی از محدود کردن ویروس کرونا به آنها پرداخته‌اند. رفتار خیرخواهانه به‌عنوان مؤلفه‌ای اخلاقی دیده می‌شود و عمل کمک به دیگران بدون انتظار نفع شخصی تعریف می‌شود. بر اساس برخی تحقیقات، رابطه مثبتی بین نوع‌دوستی و تعهد، رضایت شغلی، اعتماد، رفتار خیرخواهانه و ارزش‌های اخلاقی مشاهده شده است (Smith et al., 1983; Podsakoff et al., 2000; Mendonca & Kanungo, 2007; Furnham et al., 2016; Kanungo, 2001). بر این اساس هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر ویروس کرونا بر ارزش‌های اخلاقی و تمایل مردم به رفتارهای خیرخواهانه است.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر، از کل جمعیت مورد مطالعه ۷۸/۳ درصد دارای رفتار خیرخواهانه بالا، ۱۷/۲ درصد دارای رفتار خیرخواهانه متوسط، و ۴/۴ درصد دارای رفتار خیرخواهانه پایین بودند. ضریب هم‌بستگی بین ابعاد متغیر ارزش‌های اخلاقی و میزان تمایل به رفتارهای خیرخواهانه نشان می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی در بُعد کمال‌گرایی، اجتناب از رفتارهای نادرست، فضائل اخلاقی، بخشش، هویت اخلاقی و در کل بین ارزش‌های اخلاقی با رفتارهای خیرخواهانه ارتباط معناداری دارد. همچنین بر اساس نتایج پژوهش، تحصیلات و میزان درآمد بر رفتارهای خیرخواهانه تأثیر معنادار دارد. نتایج حاصل از ضریب رگرسیون نیز نشان می‌دهد که شش متغیر هویت اخلاقی، میزان فضائل اخلاقی، میزان کمال اخلاقی، میزان بخشش اخلاقی، میزان سپاس‌گزاری اخلاقی و میزان اجتناب از رفتارهای نادرست بر رفتارهای خیرخواهانه تأثیر معنادار داشته‌اند.

این نتایج با یافته‌های تجربی مطالعات بلورفرش و انصاری (۱۳۹۸) مبنی بر تأثیر نگرش بر بروز رفتار خیرخواهانه در مردم، عباسی و همکاران (۱۳۹۵) مبنی بر ارتباط همدلی یا توانایی درک احساسات و عواطف دیگران با قانون‌شکنی خیرخواهانه، سیفی قوزلو و همکاران (۱۳۹۴) مبنی بر رابطه معنادار بین اخلاق و ارزش‌های شخصی یانگ و دیگران، (Yang et al., 2020) مبنی بر رابطه معنادار بین حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار خیرخواهانه لون و دیگران، (Lunn et al., 2020) مبنی بر مفید بودن حمایت‌های اجتماعی، برنامه‌های رفتاری و ارتباطات مؤثر با بحران، شامل سرعت، صداقت، اعتبار، همدلی و ترویج اقدامات فردی در راستای مبارزه با بیماری کرونا، لی و دیگران (Li et al., 2019) مبنی بر نقش همدلی شناختی و درآمد بر رفتار خیرخواهانه کاپرارو و دیگران (Capraro et al., 2014) و مبنی بر مثبت‌اندیشی و همکاری در مورد رفتار خیرخواهانه در مواردی هم‌سو بود.

سعدی در قلمرو انسان‌دوستی و تعلق خاطر به مصالح انسان‌ها و مهم‌شمردن خدمت خلق، بیشتر و بیشتر از انسان‌گرایان باخترزمین گام برداشته است. هنوز هم در هر جا و هر محفل و کنگره‌ای که سخنی از انسان و هم‌بستگی اندام‌وار بشریت در میان باشد، این گفته سعدی سرلوحه و مقدمه کار و گفتار آن مجلس و آن جمع خواهد بود؛ آنجا که می‌فرماید: «بنی آدم اعضای یکدیگرند / که در آفرینش ز یک گوهرند»، یا «چو عضوی به درد آورد روزگار / دگر عضوها را نماند قرار»، و همچنین «تو کز محنت دیگران بی‌غمی / نشاید که نامت نهند آدمی». از منظر امام علی علیه السلام نیز تأمین حقوق نیازمندان جامعه، مستلزم برآورد نیاز، تأمین منابع مالی و سازوکاری برای حمایت از آنان است.

نتایج این مطالعه در راستای ادبیات نظری و دیدگاه‌های اجتماعی و مذهبی، هم‌سو است. از آنجا که در بستر شیوع کرونا در شهر کرمانشاه، همانند سایر شهرها و محیط‌های اجتماعی، بسیاری از کسب‌وکارها نیمه‌تعطیل شدند و از طرفی بسیاری از اقشار به‌خصوص پایین‌دست درآمد خود را تاحدی از دست دادند، و از طرفی هراس اجتماعی ناشی از شیوع این ویروس در جامعه، بسیاری از مردم را درگیر استرس و اضطراب کرده بود، توجه به ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان مرهمی بر زخم‌های مردم و

مولد احساس امنیت شهروندان نقش حائز اهمیتی پیدا کرد. این تأثیرگذاری در نتایج گفتارهای تاریخی مقام معظم رهبری در این بستر، به صورت کمک‌های مؤمنانه و خیرخواهانه تجلی پیدا کرد و همین ارزش‌های اخلاقی نیروی محرکه بسیاری از اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی در حرکت‌های اخلاقی داوطلبانه تحت عنوان رفتارهای خیرخواهانه گردید. بنابراین بر اساس نتایج پژوهش می‌توان گفت ارزش‌های اخلاقی و تمایل به رفتارهای خیرخواهانه می‌تواند در مهار و کاهش فشارهای ناشی از ویروس کرونا مفید واقع شود که در این میان در جامعه ما با توجه به دینداری افراد و ارزش‌های دینی، این مسئله می‌تواند مؤثرتر واقع شود.

پیشنهادها و راهکارها

با توجه به نتایج پژوهش حاضر می‌توان راهکارهایی را برای افزایش حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تأکید بر ارزش‌های اخلاقی و تمایل به رفتارهای خیرخواهانه در بین افراد جامعه ارائه داد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. به اشتراک گذاشتن ارزش‌های اخلاقی و رفتارهای نوع‌دوستانه برای مقابله با ویروس کرونا و درک خطر واقعی برای افراد و نزدیکان آنها جهت کاهش اضطراب ناشی از شیوع این ویروس.

۲. بخشش و جوشش مهربانی افراد جامعه در قبال سایر هم‌نوعان در شرایط کرونایی (مانند صدقه، ایثار و فداکاری، بخشش یک یا چند ماه اجاره یا پایین آوردن مبلغ اجاره، کمک مالی به افراد نیازمند، توزیع رایگان ماسک و دیگر اقلام موردنیاز در شرایط کنونی و...).

۳. افزایش اقدامات خیرخواهانه از قبیل ارسال کمک‌های انسان‌دوستانه به محرومان و نیازمندان و آسیب‌دیدگان.

۴. اجتناب از رفتارهای نادرست و اشتباه در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا، مانند عدم رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی، نزدن ماسک هنگام حضور در جامعه و اماکن عمومی، گرفتن مهمانی (عروسی، تولد، عزا و هر نوع دورهمی بزرگ و کوچک)،

رعایت نکردن موارد ایمنی و بهداشتی برای دیگران در منزل یا محل کار، نگرفتن جلوی دهان و بینی هنگام عطسه و سرفه در هر مکانی، حتی در صورت نداشتن علائم ابتلا به کرونا، سالم فرض کردن خود و اطمینان صددرصدی از سلامت خود یا حتی دیگران، پنهان کردن علائم مشکوک ابتلا به کرونا، چه به صورت خفیف یا شدید، حضور در جامعه در صورت ابتلا به ویروس کرونا و آلوده کردن دیگران.

۵. تشکر و قدردانی از پیش گامان مبارزه با کرونا، مانند پزشکان، پرستاران و به طور کلی کادر درمانی.

۶. شکرگزاری و دعا و نیایش به درگاه الهی برای خلاصی از بیماری کرونا.

فهرست منابع

* قرآن کریم.

۱. بلورفرش، علی؛ انصاری، محمداسماعیل. (۱۳۹۸). بررسی عوامل بروز رفتار خیرخواهانه با رویکرد پدیدارشناسی در شهر اصفهان. فصلنامه تربیت اسلامی، ۱۴(۳۰)، صص ۱۹-۷.
۲. بهرامی پور، ذبیح‌الله؛ بوستانی پور، علیرضا؛ بوستانی پور، معصومه. (۱۳۹۷). میزان گرایش دانشجویان به هنجارهای اخلاقی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۳(۱)، صص ۱۴۴-۱۳۵.
۳. جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۸۸). مؤمنان و حمایت از نیازمندان. مجله پاسدار اسلام، ۱(۳۳۶)، صص ۸-۱۲.
۴. ترابی، علی اکبر. (۱۳۷۶). جامعه‌شناسی ادبیات فارسی. تبریز: فروغ آزادی.
۵. خیرالله پور، اکبر. (۱۳۸۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت روانی با تأکید بر سرمایه اجتماعی؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی (استاد راهنما: محمداصداق مهدوی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جامعه‌شناسی.
۶. الهیاری بوزنجانی، احمد؛ رعنائی کردشولی، حبیب‌الله؛ محمدی، نوراله؛ شهیدیان، زهراسادات. (۱۳۹۶). ساخت مقیاس سنجش رفتارهای شهروندی سازمانی مبتنی بر آموزه‌های دینی، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت اسلامی، ۲۵(۱)، صص ۵۶-۳۵.
۷. ستوده، هدایت‌الله. (۱۳۷۸). روان‌شناسی اجتماعی. تهران: انتشارات آوای نور.
۸. سعدی شیرازی، شیخ مصلح‌الدین. (۱۲۵۸). گلستان. تبریز: انتشارات مرسل.
۹. سیفی قوزلو، سید جواد؛ حمیدی، امید؛ شریفی، گشاو؛ خلیلی، شیوا. (۱۳۹۴). رابطه بین اخلاق، ارزش‌های شخصی و رضایت زناشویی در بین زوجین در شهر مغان. مشاوره و روان‌درمانی خانواده، ۱(۱۷)، صص ۱۳۹-۱۱۵.

۱۰. شیرخدائی، میثم؛ فرزام، فرزانه؛ فتحی، رزیتا؛ طهماسبی روشن، ندا؛ خلیلی پالندی، فرشته. (۱۳۹۴). بازاریابی فعالیت‌های خیرخواهانه: تبیین نقش جنسیت در جوانان. فصلنامه علمی مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۳(۴)، صص ۱۸۰-۱۵۳.
۱۱. عباسی، طیبه؛ نوریان، عباس؛ خزائی، جواد. (۱۳۹۵). بررسی عوامل فردی موثر بر قانون‌شکنی خیرخواهانه در محیط کار. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۴(۲۰)، صص ۷۵-۱۰۳.
۱۲. کاملی، ابراهیم. (۱۳۸۶). امام علی و نیازمندان. مجله فرهنگ کوثر، ۱(۷۱)، صص ۷-۱۲.
۱۳. قراخانی، شادی. (۱۳۹۱). سعدی و نظریه‌های اخلاقی (استاد راهنما: امیر مومنی هزاوه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه زنجان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه فلسفه.
۱۴. محمدی ری‌شهری، محمد. (۱۳۸۱). سیاست‌نامه امام علی (مترجم: مهدی مهریزی). قم: سازمان چاپ و نشر دارالحدیث.
۱۵. مرادی، گل‌مراد. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل اقتصادی-اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان؛ مورد مطالعه: شرکت نفت کرمانشاه. پایان‌نامه دکتری. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهاقان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گروه جامعه‌شناسی.
16. Aquino, K., & Reed, A., II. (2002). the self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, (83), pp. 1423-1440.
17. Capraro, V., Smyth, C., Mylona, K., & Niblo, G. A. (2014). Benevolent characteristics promote cooperative behaviour among humans. *PLoS One*, 9(8), pp. 1-6.
18. Cawley, M. J., III, Martin, J. E., & Johnson, J. A. (2000). A virtues approach to personality. *Personality and Individual Differences*, (28), pp. 997-1013.
19. De Wit, A., & Bekkers, R. (2016). Exploring gender differences in charitable giving: The Dutch case. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(4), pp. 741-761.
20. Furnham, A., Treglown, L., Hyde, G., & Trickey, G. (2016). The bright and dark side of altruism: Demographic, personality traits, and disorders associates with altruism. *Journal of Business Ethics*, (134), pp. 359-368.

21. Girard, M., & Mullet, E. (1997). Forgiveness in adolescents, young, middle-aged, and older adults. *Journal of Adult Development*, (4), pp. 209-220.
22. Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, (101), pp. 366-385.
23. Hardy, S. A., & Carlo, G. (2005). Identity as a source of moral motivation. *Human development*, 48(4), pp. 232-256.
24. Hubbard, J., Harbaugh, W. T., Srivastava, S., Degras, D., & Mayr, U. (2016). A general benevolence dimension that links neural, psychological, economic, and life-span data on altruistic tendencies. *Journal of Experimental Psychology: General*, 145(10), pp. 1351.
25. Kanungo, R. N. (2001). Ethical values of transactional and transformational leaders. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18(4), pp. 257-265.
26. Li, Z., Yu, J., Yang, X., & Zhu, L. (2019). Associations between empathy and altruistic sharing behavior in Chinese adults. *The Journal of general psychology*, 146(1), pp. 1-16.
27. Lovett, B. J., Jordan, A. H., & Wiltermuth, S. S. (2012). Individual differences in the moralization of everyday life. *Ethics & Behavior*, (22), pp. 248-257.
28. Lunn, P. D., Belton, C. A., Lavin, C., McGowan, F. P., Timmons, S., & Robertson, D. A. (2020). Using Behavioral Science to help fight the Coronavirus. *Journal of Behavioral Public Administration*, 3(1), pp. 1-15.
29. Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. *Academy of Management Journal*, 55(1), pp. 151-171.
30. Mendonca, M., & Kanungo, R. N. (2007). *Ethical leadership*. New York: Open University Press.

31. Moore, C., Detert, J. R., Klebe Treviño, L., Baker, V. L., & Mayer, D. M. (2012). Why employees do bad things: Moral disengagement and unethical organizational behavior. *Personnel Psychology*, (65), pp. 1-48.
32. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), pp. 513-563.
33. Schuyt, T.; Smit, J.; Bekkers, B. (2000). *Constructing a Philanthropy-scale: Social Responsibility and Philanthropy*. Vrije Universities, Department of Philanthropy, Faculty of Social Sciences, Amsterdam, the Netherlands.
34. Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), pp. 653-663.
35. Stankovska, G., Memedi, I., & Dimitrovski, D. (2020). Coronavirus COVID-19 disease, mental health and psychosocial support. *Society Register*, 4(2), pp. 33-48.
36. Stoeber, J., & Yang, H. (2016). Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: Further investigations. *Personality and Individual Differences*, (88), pp. 6-11.
37. Watkins, P. C., Scheer, J., Ovnicek, M., & Kolts, R. (2006). The debt of gratitude: Dissociating gratitude and indebtedness. *Cognition and Emotion*, (20), pp. 217-241.
38. Yang, C., Wang, Y., Wang, Y., Zhang, X., Liu, Y., & Chen, H. (2020). The Effect of Sense of Community Responsibility on Residents' Altruistic Behavior: Evidence from the Dictator Game. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), p. 460.
39. Yang, H., Stoeber, J., & Wang, Y. (2015). Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: A preliminary investigation. *Personality and Individual Differences*, 75, pp. 229-233.

40. Crowell, L. F. (2004). Weak ties: a mechanism for helping women expand their social networks and increase their capital. *The Social Science Journal*, 41(1), pp. 15-28.
41. Schwartz, S. H., Sagiv, L., & Boehnke, K. (2000). Worries and values. *Journal of personality*, 68(2), pp. 309-346.

References

* The Holy Quran.

1. Abbasi, T., & Manourian, A., & Khazaei, J. (1395 AP). Investigating the individual factors affecting benevolent law-breaking in the workplace. *Quarterly Journal of Organizational Behavior Studies*, 4(20), pp. 75-103. [In Persian]
2. Alhayari Buzanjani, A., & Ranaei Kurdsholi, H., & Mohammadi, N., & Shahidian, Z. (1396 AP). Construction of a scale for measuring organizational citizenship behaviors based on religious teachings, *Journal of Islamic Management*, 25(1), pp. 35-56. [In Persian]
3. Aquino, K., & Reed, A., II. (2002). the self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, (83), pp. 1423-1440.
4. Bahramipour, Z., & Bustanipour, A., & Bustanipour, M. (1397 AP). The tendency of students to moral norms. *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, 13(1), pp. 135-144. [In Persian]
5. Bolour foroush, A., & Ansari, M. I. (1398 AP). Analysis of Emerging Well-Being Behavior in Isfahan City; a Phenomenological Approach. *Journal of Islamic Education*, 14 (30), pp. 7-19.
6. Capraro, V., Smyth, C., Mylona, K., & Niblo, G. A. (2014). Benevolent characteristics promote cooperative behaviour among humans. *PLoS One*, 9(8), pp. 1-6.
7. Cawley, M. J., III, Martin, J. E., & Johnson, J. A. (2000). A virtues approach to personality. *Personality and Individual Differences*, (28), pp. 997-1013.
8. Crowell, L. F. (2004). Weak ties: a mechanism for helping women expand their social networks and increase their capital. *The Social Science Journal*, 41(1), pp. 15-28.
9. De Wit, A., & Bekkers, R. (2016). Exploring gender differences in charitable giving: The Dutch case. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(4), pp. 741-761.

10. Furnham, A., Treglown, L., Hyde, G., & Trickey, G. (2016). The bright and dark side of altruism: Demographic, personality traits, and disorders associates with altruism. *Journal of Business Ethics*, (134), pp. 359-368.
11. Girard, M., & Mullet, E. (1997). Forgiveness in adolescents, young, middle-aged, and older adults. *Journal of Adult Development*, (4), pp. 209-220.
12. Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, (101), pp. 366-385.
13. Hardy, S. A., & Carlo, G. (2005). Identity as a source of moral motivation. *Human development*, 48(4), pp. 232-256.
14. Hubbard, J., Harbaugh, W. T., Srivastava, S., Degras, D., & Mayr, U. (2016). A general benevolence dimension that links neural, psychological, economic, and life-span data on altruistic tendencies. *Journal of Experimental Psychology: General*, 145(10), pp. 1351.
15. Javadi Amoli, A. (1388 AP). Believers and supporting the People in need. *Journal Pasdare Islam*, 1(336), pp. 8-12. Hawzah information website. [In Persian]
16. Kameli, I. (1386 AP). Imam Ali and the needed people. *Farhang Kowsar Journal*, 1(71), pp. 7-12. [In Persian]
17. Kanungo, R. N. (2001). Ethical values of transactional and transformational leaders. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18(4), pp. 257-265.
18. Khairullahpour, A. (1383 AP). *Investigating social factors affecting mental health with emphasis on social capital; Case study: Students of Shahid Beheshti University* (Supervisor: Mohammad Sadegh Mahdavi). Master Thesis. Shahid Beheshti University, Faculty of Literature and Humanities, Department of Sociology. [In Persian]
19. Li, Z., Yu, J., Yang, X., & Zhu, L. (2019). Associations between empathy and altruistic sharing behavior in Chinese adults. *The Journal of general psychology*, 146(1), pp. 1-16.
20. Lovett, B. J., Jordan, A. H., & Wiltermuth, S. S. (2012). Individual differences in the moralization of everyday life. *Ethics & Behavior*, (22), pp. 248-257.

21. Lunn, P. D., Belton, C. A., Lavin, C., McGowan, F. P., Timmons, S., & Robertson, D. A. (2020). Using Behavioral Science to help fight the Coronavirus. *Journal of Behavioral Public Administration*, 3(1), pp. 1-15.
22. Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. *Academy of Management Journal*, 55(1), pp. 151-171.
23. Mendonca, M., & Kanungo, R. N. (2007). *Ethical leadership*. New York: Open University Press.
24. Mohammadi Reyshahri, M. (1381 AP). *Imam Ali Policy*. (M. Mehrizi, Trans.). Qom: Dar al-Hadith Publishing Organization. [In Persian]
25. Moore, C., Detert, J. R., Klebe Treviño, L., Baker, V. L., & Mayer, D. M. (2012). Why employees do bad things: Moral disengagement and unethical organizational behavior. *Personnel Psychology*, 65, pp. 1-48.
26. Moradi, G. (1391 AP). *Investigating the effect of socio-economic factors on employees' social responsibility; Case study: Kermanshah Oil Company*. PhD Thesis. Islamic Azad University, Dehaghan Branch, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Sociology. [In Persian]
27. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), pp. 513-563.
28. Qarakhani, Sh. (1391 AP). *Saadi and Ethical Theories* (Supervisor: Amir Momeni Hazaveh). Master Thesis. Zanzan University, Faculty of Literature and Humanities, Department of Philosophy. [In Persian]
29. Saadi Shirazi, M. (1258 AP). *Golestan*. Tabriz: Mursal Publications. [In Persian]
30. Schuyt, T.; Smit, J.; Bekkers, B. (2000). *Constructing a Philanthropy-scale: Social Responsibility and Philanthropy*. Vrije Universities, Department of Philanthropy, Faculty of Social Sciences, Amsterdam, the Netherlands.
31. Schwartz, S. H., Sagiv, L., & Boehnke, K. (2000). Worries and values. *Journal of personality*, 68(2), pp. 309-346.

32. Seifi Qozlu, S. J., & Hamidi, O., & Sharifi, G., & Khalili, S. (1394 AP). The relationship between morality, personal values and marital satisfaction among couples in Moghan. *Journal of Family counseling and psychotherapy, 1*(17), pp. 115-139. [In Persian]
33. Shirkhodaei, M., & Farzam, F., & Fathi, R., & Tahmasebi Roshan, N., & Khalili Palandi, F. (1394 AP). Marketing charitable activities: Explaining the role of gender in youth. *Journal of Social Psychological Studies of Women, 13*(4), pp. 153-180. [In Persian]
34. Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology, 68*(4), pp. 653-663.
35. Sotudeh, H. (1378 AP). *Social Psychology*. Tehran: Avaye Noor Publications. [In Persian]
36. Stankovska, G., Memedi, I., & Dimitrovski, D. (2020). Coronavirus COVID-19 disease, mental health and psychosocial support. *Society Register, 4*(2), pp. 33-48.
37. Stoeber, J., & Yang, H. (2016). Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: Further investigations. *Personality and Individual Differences, 88*, pp. 6-11.
38. Torabi, A. A. (1376 AP). *Sociology of Persian Literature*. Tabriz: Forough Azadi. [In Persian]
39. Watkins, P. C., Scheer, J., Ovnicek, M., & Kolts, R. (2006). The debt of gratitude: Dissociating gratitude and indebtedness. *Cognition and Emotion, 20*(2), pp. 217-241.
40. Yang, C., Wang, Y., Wang, Y., Zhang, X., Liu, Y., & Chen, H. (2020). The Effect of Sense of Community Responsibility on Residents' Altruistic Behavior: Evidence from the Dictator Game. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(2), p. 460.
41. Yang, H., Stoeber, J., & Wang, Y. (2015). Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: A preliminary investigation. *Personality and Individual Differences, 75*(75), pp. 229-233.