

مسئله اقتدار ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران: تنزل یا تداوم؟

خیام عزیزی مهر^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۲

چکیده

امروزه به کرات شاهد ادعای تضعیف ارزش‌های اخلاقی و از دست رفتن اقتدار آنها در جامعه هستیم؛ یافته‌های پیمایش‌های مختلف نیز در جهت تأیید این مدعا است. آیا واقعاً این اتفاق رخ داده و ارزش‌های اخلاقی در جامعه تضعیف شده‌اند؟ چنین مدعایی بر این پیش‌فرض استوار است که اقتدار آنها در گذشته بیش از امروز بوده است. مقاله حاضر به بررسی این ادعا می‌پردازد و بدین منظور از دو دسته داده استفاده می‌کند: نخست، داده‌های تاریخی که در سفرنامه‌ها و کتاب‌های تاریخ اجتماعی آمده و دوم یافته‌های پیمایش‌هایی است که در چند دهه اخیر انجام شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهند که ضعف اقتدار ارزش‌های اخلاقی در ایران مسئله‌ای خاص دوره کنونی نیست و دارای ریشه‌های تاریخی است. مقاله دو دسته عوامل را در تضعیف ارزش‌های اخلاقی و تشدید آنها مورد تأکید قرار داده است: نخست نظام‌های حکمرانی و نوع تعامل آن با جامعه؛ بدین معنا که نبود تعامل مناسب بین نظام حکمرانی با جامعه و نیروهای اجتماعی، ارائه قرائتی سیاسی و ایدئولوژیک از اخلاق، بهره‌گیری از قدرت در راستای منافع شخصی و گروهی، ضعف نهادهای اجتماعی سامان‌بخش و فقدان توافق عام اجتماعی درباره ارزش‌های اخلاقی سبب مخدوش شدن عدالت اجتماعی، سرکوب آزادی‌های فردی، و تحمیل تعهدات شخصی بر افراد شده که پیامد گریزناپذیر آن ممانعت از تقویت ارزش‌های اخلاقی در جامعه بوده است. دوم سرایت ارزش‌های بازاری به حوزه‌های اجتماعی و اخلاقی در دوره اخیر که عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی را تشدید کرده است.

واژگان کلیدی: ارزش‌های اخلاقی، تعامل حاکمیت با جامعه، رفتار اجتماعی، انسجام اجتماعی، ارزش‌های بازاری

مقدمه و بیان مسئله

امروزه گروه‌های مختلفی از تضعیف ارزش‌های اخلاقی و از دست رفتن اقتدار آنها در جهت دادن و هدایت رفتارهای افراد صحبت می‌کنند؛ در رسانه‌های اجتماعی، در گفتگوهای بین‌فردی، و هر جا که تعامل اجتماعی صورت بگیرد عمدتاً به این موضوع اشاره می‌شود. آنها معتقدند که کنش‌های اجتماعی، به سیاق سابق، متأثر از ارزش‌های اخلاقی نیست. پیمایش‌ها و نظرسنجی‌ها نیز یافته‌هایی را ارائه می‌کنند که هم‌سو با این ادعا است. اما آیا واقعاً چنین اتفاقی رخ داده است؟ آیا ارزش‌های اخلاقی در جامعه تضعیف شده‌اند؟ اگر پاسخ به این پرسش‌ها مثبت است، آنگاه ریشه‌های عدم اقتدار اخلاقی در جامعه چیست؟ چنین استدلال‌هایی بر این پیش‌فرض استوارند که اقتدار ارزش‌های اخلاقی در گذشته بیش از امروز بوده است. پاسخ به چنین پرسش‌هایی را نمی‌توان براساس بررسی یک مقطع زمانی کوتاه داد و با تحلیل آن ادعای تضعیف و یا از دست رفتن اقتدار ارزش‌های اخلاقی کرد. هرگونه ادعا در این باره مستلزم بررسی گذشته و وضعیت امروزی موضوع است. مقاله حاضر این مسئله را به بررسی می‌گذارد تا تحلیلی بر مدعای تضعیف ارزش‌های اخلاقی ارائه کند. بدین منظور، در گام نخست دامنه و مرز ارزش‌های اخلاقی ترسیم و حدود و ثغور آن مشخص می‌شود. پس از آن اشاره‌ای به وضعیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه امروزی می‌شود. برای این کار از یافته‌های پیمایش‌های انجام شده، که شاخص‌های مرتبط با اخلاق اجتماعی را سنجش کرده‌اند، استفاده می‌شود. پس از روشن شدن وضعیت امروزی آن، از روی منابع تاریخی، تصویری از پیشینه موضوع ارائه می‌شود تا در پرتو آن استدلال راجع به وضعیت امروزی بر یک بنیان تاریخی استوار باشد. سپس تحلیلی از چرایی مدعای تضعیف ارزش‌های اخلاقی ارائه می‌شود.

ارزش‌های اخلاقی؛ راهنمای انجام عمل درست

ارزش‌ها تعیین‌کننده امور مطلوب، معیاری برای تمیز خوب از بد و تصمیم‌گیری درمورد انجام عمل درست هستند و زاویه نگاه افراد و گروه‌ها را نسبت به مطلوبیت امور مختلف تنظیم می‌کند. آنچه که مطلوب و قابل قبول است بر مبنای ارزش‌ها تعیین می‌شود و بنابراین، امر اخلاقی را ارزش‌هایی تعیین می‌کند که از آنها به عنوان ارزش‌های اخلاقی یاد می‌شود. ارزش‌های

اخلاقی با آنکه دارای وجهی عام هستند، اما برخی از عناصر و میزان اقتدار آن از جامعه‌ای به جامعه‌ای دیگر فرق می‌کند. عناصر اخلاقی شامل «کدهای به‌شدت انتزاعی عام فرهنگی برای تشخیص درست-غلط، خوب و بد و مناسب و نامناسب» (ترنر، ۲۰۱۰: ۱۲۵) است که در هر فرهنگی حضور دارند. ارزش‌های اخلاقی یکی از پایه‌های اساسی نظم اجتماعی است و اقتدار آنها در تصمیم‌گیری‌ها، انتخاب‌ها و کنش‌های اجتماعی نمود پیدا می‌کند. زمانی که ارزش‌های اخلاقی تضعیف و اقتدار خود را از دست بدهند رفتارهای اخلاقی کاهش می‌یابد و نظم اجتماعی دچار از هم‌گسیختگی می‌شود؛ لذا نگرانی از تضعیف آنها از این باب است که پیرو آن نظم اجتماعی نیز دچار زوال و فرسایش می‌شود و بقای جامعه را به مخاطره می‌اندازد.

ارزش‌ها هرچند مطلوبیت و عدم مطلوبیت‌ها را تعیین می‌کنند، اما همه افراد ضرورتاً بر مبنای آنها عمل نمی‌کنند، بلکه عده‌ای براساس تشخیص و پنداشتی که از شرایط دارند، ارزش‌ها را متناسب با آن تنظیم می‌کنند؛ برای مثال در جوامع مختلف صداقت به‌عنوان یک ارزش اخلاقی مثبت تلقی می‌شود، اما افراد همواره صادق نیستند، بلکه در برخی موقعیت‌ها به تناسب منفعتی که از آن موقعیت نصیب‌شان می‌شود ممکن است به دروغ هم متوسل شوند. یعنی ارزش‌های فردی ضرورتاً با ارزش‌های عام اجتماعی تطابق ندارند. بنابراین، عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی تا یک میزانی قابل انتظار است و فراتر از آن تبدیل به مسئله و ناهنجاری می‌شود. هر چه تعداد افرادی که از ارزش‌های اخلاقی تخطی کنند بیشتر باشد، اقتدار آن ارزش‌ها در هدایت کنش‌های اجتماعی بیشتر تضعیف می‌شود.

برای فهم اینکه آیا میزان عدم پای‌بندی به ارزش‌های اخلاقی در یک جامعه معین تبدیل به مسئله شده یا خیر باید بر مبنای شواهد تجربی قضاوت کرد. شواهد تجربی عمدتاً از پژوهش‌ها بدست می‌آیند. در پژوهش‌ها معمولاً مصادیق ارزش‌های اخلاقی شناسایی و سنجش می‌شوند. حاجیان (۱۳۹۳) شاخص‌های اخلاقی را در دو بعد سلبی و ایجابی طرح کرده است؛ ایجابی شامل مواردی از قبیل امانت، درستی، هم‌دردی، انصاف، خیرخواهی، پرهیز از خشونت، راست-گویی، سودمند بودن، دلپذیر بودن، پرهیزکاری، سخاوت‌مندی، تسلط بر هوس، ایمان، اعتمادپذیری، تعهد، وظیفه‌شناسی، صداقت و شاخص‌های سلبی نیز مواردی مثل بدخواهی، زشت‌گویی، دروغ، غیبت، نفس‌پرستی و دزدی را شامل می‌شود. ربانی و شهابی (۱۳۸۹: ۹-۷۸)

با دسته‌بندی ارزش‌های اخلاقی آنها را دربردارنده ابعاد و شاخص‌های زیر می‌دانند: «ارزش‌های اخلاقی فرهنگی (صداقت، راست‌گویی، یک‌رنگی و اخلاص)؛ اجتماعی (درست‌کاری، خیرخواهی، کمک به دیگران و گذشت)؛ اقتصادی (امانت‌داری، پای‌بندی به قول و قرار)؛ و سیاسی (انصاف و عدالت)». در بررسی‌های تجربی مربوط به ارزش‌های اخلاقی از جمله پرسشنامه هاینر وود و چونگو تأکید شده که ارزش‌های اخلاقی شامل دو بعد مهم ارزش‌های اخلاقی فراگیر (صداقت، درست‌کاری، مسئولیت‌شناسی و تعهد) و اصول رهبری اخلاقی (عدالت، انصاف در تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات و اعتمادسازی) است (گل‌پرور و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۵). علاوه بر این، خسروی و باقری (۱۳۸۷) عناصری از قبیل ابراز خود در برابر ریاکاری، تواضع در برابر ترس، شجاعت در برابر گستاخی، عشق‌ورزی در برابر هوس‌بازی، فداکاری در مقابل خودباختگی، استقلال در مقابل خودسری و الگوگیری در مقابل تقلید را جز اعمال اخلاقی ذکر کرده‌اند (حاجیانی، ۱۳۹۳: ۸-۷۷). بدین ترتیب در این مقاله تنزل ارزش‌های اخلاقی به مثابه وضعیت آنومیکی تعریف می‌شود که شامل بی‌اعتمادی، تضعیف هنجارهای رفتار درست و غلط، احساس سردرگمی در میان افراد جامعه، عدم پای‌بندی افراد به تعهدات و عدم رفتار عادلانه از سوی نظام حکمرانی است.

روش تحقیق

این مقاله مدعای خود را با روش تحلیل ثانویه بررسی می‌کند. بدین منظور از دو دسته داده استفاده شده است. نخست داده‌هایی که از طریق پیمایش‌های ملی تولید شده‌اند. از آنجا که در اینجا از ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران صحبت می‌شود، به پیمایش‌هایی استناد می‌شود که این ارزش‌ها را در سطح ملی سنجش کرده‌اند، اما در پاره‌ای موارد هم به مطالعات انجام شده در محدوده خاصی از کشور نیز اشاره شده است. یکی از مهم‌ترین مطالعات ملی درباره ارزش‌ها «پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان» می‌باشد که تاکنون سه موج آن در سال‌های ۱۳۷۹، ۱۳۸۲ و ۱۳۹۴ انجام شده است. علاوه‌براین، پژوهش محسنی (۱۳۷۵)، طالبان (۱۳۸۸)، حاجیانی (۱۳۹۱)، گزارش وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران (۱۳۹۶) و ایسپا

(۱۳۸۴) نیز در سطح ملی انجام شده که از یافته‌های آنها نیز استفاده شده است.^۱ نکته دیگر در انتخاب پژوهش‌های مذکور این است که پرسش‌های مطرح شده در آنها به‌لحاظ محتوا بسیار به هم شبیه بوده و امکان مقایسه روند را طی سال‌های مختلف فراهم کرده‌اند. دسته دوم داده‌ها و اطلاعات مربوط به ویژگی‌های اخلاقی ایرانیان است که از کتب تاریخ اجتماعی و سفرنامه‌ها استخراج شده است. این داده‌ها و اطلاعات به ما کمک می‌کنند تا پیشینه موضوع را در ایران نشان دهیم. لازم به توضیح است که با توجه به تعداد نسبتاً زیاد سفرنامه‌ها و کتب مرتبط با تاریخ اجتماعی، حجم داده‌های بدست آمده از آنها زیاد بوده است، اما از بین آنها یک روند کلی از وضعیت ارزش‌های اخلاقی در ایران استخراج شده و در مقاله نیز سعی نمودیم به جای ارائه جزئیات ذکر شده در این منابع، روند کلی آن ترسیم و به منظور تقویت استدلال خود به برخی از این شواهد ارجاع داده شود. از آنجا که داده‌های استفاده شده در این مقاله یافته‌هایی است که قبلاً از پژوهش‌های دیگر بدست آمده‌اند و آن پژوهش‌ها نیز به طرق مختلف اعتبار تحقیق را تأمین کرده‌اند، لذا، اعتبار داده‌های ارائه شده در اینجا از پژوهش‌هایی گرفته شده که داده‌های آنها مبنای تحلیل‌های ما قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها

ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران

پژوهش‌های مختلفی شاخص‌های مرتبط با ارزش‌های اخلاقی را در ایران سنجش کرده‌اند، هرچند ممکن است مستقیماً از آنها به عنوان ارزش‌های اخلاقی نام نبرده باشند. با بررسی یافته‌های این پژوهش‌ها می‌توان تصویری از وضعیت اخلاقی جامعه بدست داد. در اینجا باید دو نکته را از هم تفکیک کرد. نخست سنجش هر یک از این شاخص‌ها به صورت واقعی در جامعه، یعنی، برای مثال، تا چه اندازه صداقت در جامعه رواج دارد، و دوم باور مردم به وجود ارزش‌های اخلاقی، یعنی مردم تا چه اندازه معتقدند این شاخص‌ها، مثلاً صداقت، توسط دیگران رعایت می‌شوند و اخلاقی عمل می‌کنند. به عبارتی دیگر، یکی سنجش واقعیت موجود و دیگری نگرش مردم نسبت

۱. یافته‌های مربوط به حاجبانی (۱۳۹۱) طالبان (۱۳۸۸)، محسنی (۱۳۷۵) و ایسپا (۱۳۸۴)، از حاجبانی (۱۳۹۳) گرفته شده‌اند.

به وجود آن است. در این پژوهش‌ها عمدتاً نگرش مردم درباره ارزش‌های اخلاقی سنجش شده نه میزان رواج آنها. نگرش و باور مردم درباره وجود آنها ممکن است با واقعیت موجود تطابق نداشته باشد ولی از آن جهت اهمیت دارد که اولاً این پنداشت‌ها عمدتاً نوعی فرافکنی رفتار خود فرد است و می‌تواند به واقعیت نزدیک باشد. دوم نشانگر تصویر جامعه در ذهن مردم است و مردم نیز بر مبنای این تصویر ذهنی دست به کنش می‌زنند، از این‌رو، هرچه پنداشت مردم منفی باشد احتمال بروز رفتارهایی در تعارض با ارزش‌های اخلاقی نیز افزایش می‌یابد.

جدول شماره ۱: وضعیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران بر مبنای پیمایش‌های ملی

(۱۳۷۵-۱۳۹۴)

ارزش‌ها	موج اول ۱۳۷۹		موج دوم ۱۳۸۲		موج سوم ۱۳۹۴		محسنی ۱۳۷۵		طلاییان ۱۳۸۸		حاجیانی ۱۳۹۱		گزارش وضعیت ۱۳۹۶	
	کم	زیاد	کم	زیاد	کم	زیاد	کم	زیاد	کم	زیاد	کم	زیاد	کم	زیاد
گذشت	۴۷٫۵	۲۲٫۹	۵۵٫۷	۱۲٫۹	۵۶٫۴	۹٫۲	۱۸٫۱	۴۵٫۵	۴۲	۱۸	۲۷٫۵	۴۴٫۷	۴۱٫۶	۲۰٫۷
امانتداری	۳۸٫۸	۲۶	۴۱٫۱	۱۶٫۹	۴۷	۱۲٫۱	—	—	۳۱	۲۴٫۷	۲۲٫۸	۴۵٫۸	۳۲٫۷	۲۵٫۲
انصاف	۵۳٫۷	۱۶٫۷	۵۶٫۲	۸٫۲	۵۵٫۱	۹	—	—	۴۲٫۵	۱۵٫۷	۲۲٫۵	۳۴٫۸	۴۰٫۹	۲۰٫۵
خیرخواهی و کمک به دیگران*	۳۴٫۳	۳۰٫۸	۳۶٫۵	۲۵٫۵	۴۱٫۱	۱۷٫۸	—	—	—	—	—	۱۹٫۴	۵۲٫۳	۲۶٫۳
صداقت و راستگویی**	۵۰٫۷	۱۸٫۱	۵۱٫۶	۸٫۹	۷۱٫۸	۸٫۶	۲۷٫۶	۱۳٫۴	۳۵	۱۶	۳۳	۳۴٫۱	۲۵٫۴	۴۶٫۷
پایبندی به قول و قرار	۴۲٫۱	۲۰٫۷	۴۹٫۱	۱۱٫۶	۴۰٫۴	۱۶٫۶	—	—	۳۵٫۵	۱۹٫۵	—	—	۳۳٫۲	۲۱٫۷
دورویی و نظاهر	۲۰٫۸	۶۴٫۸	۱۷٫۲	۶۸٫۲	۱۰٫۵	۶۴٫۸	۲۳٫۸	۳۴٫۷	۲۰٫۵	۵۱٫۵	۴۹	۲۴٫۶	۲۵٫۹	۴۴٫۰
تقلب و کلاهبرداری	۱۷٫۹	۶۹	۱۱٫۴	۷۴٫۷	۸٫۹	۶۸٫۱	۲۸٫۳	۴۲٫۹	۲۰٫۵	۴۶	—	—	۲۸٫۹	۴۲٫۱
تملق و چاپلوسی	۱۸	۶۴٫۶	۱۱٫۸	۷۲٫۸	۸٫۵	۶۶٫۳	—	—	۲۰٫۵	۴۵	۵۲٫۴	۲۲٫۸	۲۶٫۲	۴۴٫۸
پارتی‌بازی	۵	۸۷٫۱	۲٫۹	۸۸٫۱	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
ظلم و ستم***	۱۷٫۴	۵۱٫۶	۱۳٫۱	۵۲٫۲	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

یافته‌های پیمایش ایسپا (۱۳۸۴) که در سطح ملی انجام شده و فرهنگ سیاسی ایرانیان را مورد سنجش قرار داده نیز با یافته‌های بالا هم‌سو است که برخی از آنها در جدول زیر ارائه می‌شود.

جدول شماره ۲: وضعیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران بر مبنای پیمایش ایسپا (۱۳۸۴)

مخالف	موافق	گویه‌ها
۶۷٫۱	۱۲٫۲	روزبه‌روز تعداد آدم‌های راستگو درستکار در جامعه ما افزایش می‌یابد
۷۵	۹	ظاهر و باطن مردم یکی است
کم	زیاد	گویه‌ها
۱۳٫۵	۶۸٫۷	چقدر مواظب هستید تا دروغ نگویید؟
۸٫۵	۸۳٫۵	چقدر مواظب حلال و حرام کردن هستید؟
۱۵٫۴	۶۳٫۶	چقدر مواظب هستید غیبت نکنید؟

جدول شماره ۳: وضعیت اعتماد در جامعه بر مبنای یافته‌های ملی

اسدی (۱۳۵۶)		ایسپا (۱۳۸۴)		سرمایه اجتماعی (۱۳۹۳)	
بلی	خیر	موافق	مخالف	زیاد	کم
۵۴٪	۴۵٪				
		۲۰,۴٪	۶۲٪		
				۱۷,۳٪	۳۵,۶٪

یافته‌های فوق نشان می‌دهند که مردم تصور و پنداشت مثبتی از کنش‌های دیگران ندارند و معتقدند که دیگران چندان پای‌بند به ارزش‌های اخلاقی نیستند. چنین تصویر ذهنی‌ای افراد را بر سر دوراهی تصمیم‌گیری اخلاقی قرار می‌دهد، بویژه زمانی که تضاد بین منافع فردی و جمعی وجود داشته باشد. جوادی یگانه و هاشمی (۱۳۸۴) نشان می‌دهند که دو سوم از پاسخ‌گویان در موقعیت دوراهی اجتماعی رفتار هم‌یارانه را انتخاب می‌کنند، اما از نظر پاسخ‌گویان حداکثر ۴۰ درصد مردم (دیگران) این‌گونه عمل خواهند کرد و هنگامی که پای منفعت مادی چشم‌گیر در میان باشد (مثل موقعیت‌های سیاسی و اقتصادی) این نسبت حتی به کمتر از ۲۰ درصد می‌رسد؛ یعنی پاسخ‌گویان هرچند مدعی‌اند در دوراهی‌ها به صورت اخلاقی عمل می‌کنند، اما اعتقاد دارند که دیگران این‌گونه عمل نمی‌کنند. از آنجا که مردم عمدتاً بر اساس پنداشت‌های ذهنی خویش عمل می‌کنند و با توجه به اینکه پنداشت منفی از شرایط دارند، خود آنها نیز معمولاً از جریان اصلی جامعه که به آن باور دارند، پیروی می‌کنند. به همین خاطر است که یافته‌های پژوهش امینی (۱۳۸۵) در شهر تهران نشان می‌دهد که ۴۱,۷ درصد پاسخ‌گویان تمایل کم و خیلی کم به رفتار دگروستانه و اندکی بیش از یک چهارم آنها (۲۶ درصد) به چنین رفتارهایی گرایش زیاد دارند. پنداشت از منفعت‌طلبی و اخلاقی عمل نکردن دیگران به میزانی است که در موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان ۵۴,۸ درصد از پاسخ‌گویان معتقدند «بیشتر مردم اگر موقعیتی گیرشان بیاید سر همدیگر را کلاه می‌گذارند».

در شرایطی که مردم پنداشت مطلوبی از ارزش‌های اخلاقی در جامعه ندارند، نوعی سردرگمی ایجاد، انسجام اجتماعی تضعیف و افراد در تشخیص آدم خوب از بد دچار شک و تردید می‌شوند. در موج اول ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان ۷۲,۶ درصد از پاسخ‌گویان با این

گزاره که «مردم واقعاً نمی‌دانند این روزها آدم خوب کیست و آدم بد کیست» موافق بوده‌اند. در موج دوم نیز ۷۸,۹ درصد پاسخ‌گویان در تشخیص آدم خوب از بد، ۷۰,۴ در تشخیص مسئولین دلسوز از مقام‌پرست، و ۶۲,۹ درصد نیز در رعایت قانون یا پارتی‌بازی دچار سردرگمی هستند. در موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نیز ۶۳,۴ درصد از پاسخ‌گویان در «تشخیص آدم خوب از بد» دچار سردرگمی هستند که دلالت بر سردرگمی نزدیک به دو سوم از جمعیت جامعه در شناخت دیگران دارد. معنای چنین وضعیتی این است که عدم اقتدارارزش‌های اخلاقی نوعی سردرگمی و دوراهی اجتماعی در جامعه ایجاد کرده و بر تعاملات اجتماعی سایه افکنده است؛ یعنی ما در جامعه با پدیده دوگانه عدم/اقتدار/ارزش‌های اخلاقی و سردرگمی/اجتماعی مواجه هستیم.

یافته‌های فوق از پایین بودن اقتدار ارزش‌های اخلاقی در جامعه حکایت دارند. ما در اینجا صحت این یافته‌ها را مفروض می‌گیریم. اما باید به این پرسش پاسخ گفت که آیا این وضعیت به معنای تضعیف و تنزیل ارزش‌های اخلاقی است یا اینکه در گذشته نیز ارزش‌های اخلاقی فاقد اقتدار لازم برای جهت‌دهی به رفتارها بوده‌اند؟ باور مردم بر این است که آنها نسبت به قبل تضعیف شده‌اند. اگر در گذشته وضعیت آنها بهتر از امروز بوده است می‌توان از به محاق رفتن آنها در دهه‌های اخیر صحبت کرد، در غیر این صورت باید استدلال درمورد تضعیف اقتدار ارزش‌های اخلاقی را با احتیاط مطرح کرد. انتظار و دورنمای آینده نیز در گرایش مردم به رعایت/عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی مؤثر است. یافته‌های موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نشان می‌دهد که بیش از سه چهارم پاسخ‌گویان (۷۹,۴ درصد) معتقدند که در ۵ سال آینده صفات اخلاقی منفی بیشتر خواهد شد و در مقابل ۷۱ درصد نیز معتقدند در مدت مذکور رواج ارزش‌های اخلاقی مثبت کمتر می‌شود. ۷۶ درصد از پاسخ‌گویان اعتقاد دارند که در ۵ سال آینده فاصله بین فقرا و ثروتمندان افزایش می‌یابد. بنابراین، با روند کنونی مردم بهبود وضعیت اخلاقی جامعه را انتظار ندارند.

میراث تاریخی ارزش‌های اخلاقی

برای ارائه هرگونه استدلالی درمورد وضعیت اخلاقی یک جامعه لازم است که، علاوه بر شرایط امروزی، الگوهای پیچیده و فرایندهای تاریخی آن را بازشناخت و در عین حال ساختارهای مقوم یا تضعیف‌کننده ارزش‌های اخلاقی را نیز مورد توجه قرار داد. طرح هر مدعایی درمورد تضعیف و از دست رفتن اقتدار ارزش‌های اخلاقی نیازمند توجه به میراث تاریخی آنها است. برای پاسخ به این پرسش که آیا ارزش‌های اخلاقی در ایران در دوران گذشته از اقتدار لازم برای جهت‌دهی به رفتارها برخوردار بوده و مردم به آنها پایبندی زیادی داشته‌اند یا خیر، فاقد داده‌هایی از جنس داده‌های بالا هستیم، اما منابعی هستند که می‌توان از لابه‌لای آنها تصویری از میزان پایبندی به این ارزش‌ها و اقتدار آنها را استخراج کرد. یکی از این منابع آثار مربوط به تاریخ اجتماعی و سفرنامه‌ها هستند، البته قدمت این سفرنامه‌ها نمی‌تواند کل تاریخ ایران را پوشش دهد، اما پرتوی بر وضعیت اخلاقی این جامعه در چند قرن اخیر می‌افکند.

هرچند منابع درمورد ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی دوران باستان محدود است، اما منابع در دسترس تاریخی از اخلاقی بودن و عملکرد اخلاقی ایرانیان در زمان مادها و هخامنشی خبر داده‌اند؛ برای مثال، هرودوت در وصف صداقت ایرانیان باستان می‌گوید: «ایرانی مجاز نیست از چیزی که عملش قبیح و غیرمجاز باشد سخن براند. در نظر آنها هیچ چیز شرم‌انگیزتر از دروغ گفتن نیست، از دروغ گذشته، قرض کردن هم در نزد آنها بغایت زشت و مکروه است و برای این زشتی علتی که بیان می‌کنند این است که می‌گویند آدم مقروض گاهی مجبور می‌شود دروغ بگوید» (جمال‌زاده، ۱۳۴۵: ۱۶). ادوارد براون (۱۳۸۴)، به کرات از مهمان‌نوازی ایرانیان می‌نویسد. کارلا سرنا نیز اشاره می‌کند که ایرانیان «مهمان‌نواز، خون‌گرم، ملایم، خلیق و مهربانند» (فراستخواه، ۱۳۹۴: ۴؛ به نقل از سرنا، ۱۳۶۳: ۷۶۶). گزنفون به این نکته اشاره می‌کند که ایرانیان با وجود شوخ طبعی همواره از اهانت و دشنام به یکدیگر خودداری می‌کردند، آنها به فرزندان خود تقوی و فضیلت و نیز رسم اعتدال و قناعت می‌آموختند و «صفات نیک خود را با تمام ثروت شام و آشور برابر نمی‌کنند». استرابون بر این نکته تأکید می‌کند که ایرانی‌ها به پسران راست‌گویی را می‌آموزند و مربیان آنان پاکدامن و درست‌کارند. وی همچنین از خوش‌رفتاری پارتی‌ها با اسیران و پذیرفتن پناهندگان به خود با آغوش باز و نگهداشت عهد و پیمان توسط

آنان صحبت می‌کند. فلاویوس یوسیفوس مورخ یهودی قرن اول میلادی نیز به پای‌بندی پارتی-ها به عهد و پیمان خود اشاره می‌کند. مارسلن مورخ یونانی در قرن چهارم میلادی از تسلط بر نفس بالای ایرانیان می‌گوید که همواره می‌کوشند هرگونه بدی و زشتی را از خود دور سازند و «در ایران برای پیمان‌شکن کیفرهای سخت معین شده است». وی البته پرگویی، خودستایی، مکر و تکبر، بی‌رحمی و بدگمان بودن آنان را نیز یادآوری می‌کند (مشکور، ۱۳۴۵: ۲۰۱-۱۹۶). بدین ترتیب، از منابع تاریخی موجود چنان برمی‌آید که ایرانیان باستان در تعامل با دیگران نگاهدار حقوق بوده‌اند و به قول خود وفادار بوده‌اند.

باوجود این، درباره دوره‌های بعد ما شاهد ادعای منابع تاریخی درباره عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی در میان ایرانیان هستیم و از شواهد ارائه شده توسط آنان چنین برمی‌آید که مسئله اخلاق و عدم پای‌بندی به آن در میان ایرانیان داستانی درازتر از سالیان اخیر دارد. پژوهشگران تاریخ اجتماعی ریشه این مسئله را در رسیدن افراد فاقد فضل و هنر به مناصب حکومتی و ظلم و ستم پادشان و حکام ردیابی می‌کنند که ارزش‌های اخلاقی را در جامعه کم‌رنگ کرده‌اند. راوندی اشاره می‌کند که «مردم بلادیده و ستم‌کشیده ایران برای ادامه حیات و نجات از گرسنگی و ستمگری دستگاه حاکم به امور و مسائل اخلاقی بی‌اعتنا شدند. دروغ‌گویی، تملق، خیانت و دیگر رذایل اخلاقی رواج یافت و بازار مردی و مردانگی رو به کساد نهاد» (راوندی، ۱۳۷۱: ۱۱۸). این ویژگی‌ها در آثار شعرا و ادبا و نویسندگان نیز انعکاس یافته است. ناصر خسرو از ابن‌الوقت بودن و ظاهربینی مردم شکایت و به مردم منافق، دروغ‌گو و ریاکار زمانه خود حمله می‌کند. در مرزبان‌نامه از ظاهربینی و مقام، پول و قدرت‌پرستی مردم سخن به میان آمده است. سعدی داستان‌هایی درباره رواج تملق و بزرگداشت توانگران دارد و از غیبت و عیب‌جویی مرسوم در میان مردم انتقاد می‌کند. انوری در زمانه خود شاهد وضعیت «تأثربرانگیز زندگی مردان شریف و پاکدامن و زندگی توأم با موفقیت و کامیابی افراد فاسد و بی‌هنر بوده است». سنایی به رواج بی‌اخلاقی در میان گروه‌های مختلف جامعه، از جمله پادشاهان، عالمان بی‌علم که احکام دین را برای تأمین منافع شخصی به زیان دیگران تعبیر و تفسیر می‌نمایند و خرقه-پوشان دروغین اشاره می‌کند (همان: ۶۸-۵۸). پند و اندرزهایی که این بزرگان در نوشته‌های خود ارائه کرده‌اند واکنشی به مفاسد اخلاقی اجتماع عصر خویش بوده که سراسر جامعه را

فراگرفته بوده است. در واقع، فساد مختص مردم عادی یا طبقه‌ای خاص نبوده، بلکه امیران، پادشاهان، و رهبران مردم بر همین سیاق بوده‌اند تا جایی که صاحبان قلم و اندیشه در اندرزنامه‌ها و نوشته‌های خود این صفات را به باد انتقاد گرفته‌اند.

مطابق با آنچه که در منابع تاریخی آمده است با غلبه مغولان بر ایران اقتدار ارزش‌های اخلاقی نه تنها تقویت نشد، بلکه شرایط هم‌سو با تضعیف بیشتر آنها بود؛ برای نمونه، داوسن در کتاب تاریخ مغول از غلبه فساد و انحطاط شرافت و نجابت در زمانه مغول صحبت می‌کند که افراد فاسد به مناصب حکومتی می‌رسیدند و در ازاء ستم و خیانت خود ارتقاء می‌یافته‌اند. البته جالب است کتاب اخلاق ناصری اشاره می‌کند که خود مغولان دروغ نمی‌گفتند. همچنین مهدی محقق به تسلط متملقان و چاپلوسان و مختثان اشاره می‌کند که سد راه فرزنانگان بودند. از آنجا که افراد کم‌خرد به مناصب می‌رسیدند راه ارتقاء خویش را از میان برداشتن رقبا می‌دانسته‌اند و به همین خاطر انواع تهمت‌ها را نثار آنها می‌کرده‌اند. این امر به تدریج ریا و تزویر و تهمت‌زنی را در جامعه نهادینه کرد. راوندی می‌گوید «در ایران مخصوصاً پس از حمله مغول اصول و مبانی اخلاقی و راه و رسم مردی و مردانگی و راستی و درستی و وفای به عهد و علاقه به گفتار و کردار نیک یعنی همان چیزی که اروپاییان اصول اخلاقی می‌خوانند در میان هم‌وطنان ما مخصوصاً در بین طبقه حاکم به طور محسوس سستی گرفت و کسانی که باید اخلاق و رفتار آنها سرمشق دیگران باشد حاضر شدند با دروغ‌گوئی و نفاق‌افکنی و عوام‌فریبی افراد یا جماعات را فریب دهند» (همان: ۶-۱۳۵).

وضعیت اخلاقی پس از مغولان نیز، مطابق با آنچه که مورخان ذکر کرده‌اند، آشفته به نظر می‌رسید. در این دوران اگر اندک کسانی هنوز به رذایل و فجایع آلوده نشده و عفت ذاتی و مناعت طبع و پاکی فطرت آنان را بر کنار نگاه داشته شرایط مساعدی نداشتند و عبید زاکانی با زیرکی خاصی این آشفتگی اخلاقی و وضع ناگوار روزگار را به تصویر می‌کشد. به گفته راوندی در عهد صفویه نیز بازار تملق و چاپلوسی رواج گرفت (همان: ۱۴۷). این موضوع از چشم بیگانگان دور نماند. شاردن (۱۳۷۴) از رایج بودن تملق، تقلب، مخفی‌کاری، دروغ‌گویی، پرگویی، قسم خوردن در میان ایرانیان یاد می‌کند. تاورنیه ایرانیان را ریاکاران و چاپلوسانی بزرگ می‌داند. زکریا شماس مورخ ارمنی ایرانیان را شهوت‌ران و نفس‌پرست می‌داند. موریه

(۱۳۸۷) ایرانیان را لافزن، متملق و دروغ‌گو و خودپسند می‌داند. واتسون ایرانیان را دارای غرور توخالی و «شوق دائمی به سودجویی نامشروع» توصیف می‌کند (همان: ۱۴۷-۱۶۰). در کنار اینها رشوه دادن نیز از اصول مرسوم مملکت‌داری در ایران بوده است. دادن رشوه و پیشکش در ایران تا قبل از مشروطیت عملی عادی و معمولی بود. به همین خاطر سولتیکوف روسی به عدم وجود درستکاری در میان ایرانیان اشاره می‌کند. گوینو (۱۳۸۵) از دورویی، نفاق و حقه‌بازی و رشوه‌گیری ایرانیان یاد می‌کند و میرزا ملکم خان تملق و چاپلوسی را به-عنوان علل انحطاط و عقب‌ماندگی ایران می‌داند. ترولر دروغ‌گویی و کتمان حقیقت، گول زدن و سر یکدیگر را کلاه گذاشتن به همراه «تلاش بی‌ملاحظه برای پول درآوردن و پیش رفتن و پامال کردن و عقب زدن دیگران» را از جمله خصیصه‌های ایرانیان می‌داند (همان: ۱۸۶-۱۴۷). همچنین سیولینو به ریا، زین‌العابدین مراغه‌ای از بی‌توجهی مردم به منفعت عمومی و عزت وطن، اولتاریوس از دروغ‌گویی و شهوت‌رانی، پولاک از ناسزاگویی، دروغ، نیرنگ و ریا و گروه از فقدان حس وظیفه‌شناسی و به فکر منافع خود بودن (فراستخواه، ۱۳۹۴) ایرانیان یاد می‌کنند. بدین ترتیب، آنچه از سخن مورخان، سیاحان و خارجیانی که از ایران دیدن کرده‌اند برمی‌آید نشان‌دهنده تضعیف اقتدار ارزش‌های اخلاقی در جامعه و توان آنها در جهت‌دهی رفتار افراد در مسیری اخلاقی است.

شاید سخن جمال‌زاده را بتوان جمع‌بندی مناسبی از نگرش خارجی‌ها نسبت به اخلاق در میان ایرانیان دانست که اشاره می‌کند خارجی‌ها ایرانیان را مردمی با استعداد و تمدن‌منش و خون‌گرم و باعاطفه می‌دانند ولی آنها درمورد اخلاق درونی که شامل رعایت شرایط راستی و درستی و شرافتمندی و حقیقت‌گویی و حقیقت‌جویی و امانت و فداکاری و جرأت و شجاعت و شهامت و نیکوکاری و خیرخواهی و جوانمردی است، بر ما ایراد گرفته‌اند (جمال‌زاده، ۱۳۴۵: ۲۵). انتساب چنین رفتارهای ضدارزشی به ایرانیان مختص خارجی‌ها نیست و خود ایرانیان نیز چنین ویژگی‌هایی را در جامعه تشخیص داده‌اند. فراستخواه (۱۳۹۴: ۴-۳۳) «دروغ، پنهان‌کاری، دورویی و تملق، خودپسندی، خرافات‌گرایی و فقدان روحیه تحقیق و پیشرفت» را از جمله خلیقات ایرانیان معرفی کرده است. مینوی از این موضوع شکوه دارد که همه «ایرانیان از دزدی و بدی دیگران شاکی هستند و در کاری که به دست خودشان است از دیگران کم نیستند»

(راوندی، ۱۳۷۱:). همچنین روزنامه اطلاعات، در شماره ۲۶ اسفند ۱۳۴۲ اشاره جالبی به موضوع دروغ‌گویی در ایران دارد:

«شما دیده‌اید و اگر ندیده‌اید حتماً شنیده‌اید که داریوش بزرگ در لوحه زرین خود دعا کرده است که خدا کشور او را از دروغ حفظ کند. معلوم نیست آن مرحوم چه ناخدمتی در پیشگاه خداوند کرده که دعایش وارونه مستجاب شده، یعنی خدا آفت دروغ را که مهلک‌ترین آفات است بر ملت او مسلط ساخته است. ما سلام و علیک‌مان با همدیگر دروغی و ساختگی است، قهرمان دروغ، مهرمان دروغ، کسب‌مان دروغ، تجارت‌مان دروغ، دفتر دستک‌مان دروغ و خلاصه دروغ و دروغ و دروغ است که از سراپای‌مان به زمین می‌بارد» (جمال‌زاده، ۱۳۴۵: ۳۴).

بررسی این منابع نشان می‌دهد که عدم پای‌بندی و تقید به ارزش‌های اخلاقی در میان ایرانیان مسئله‌ای مربوط به امروز نیست، بلکه در گذشته نیز این امر رواج داشته، به گونه‌ای که از چشم ناظران بیرونی و درونی پنهان نمانده است. از این‌رو، هرگونه استدلال درمورد تضعیف ارزش‌های اخلاقی در ایران امروز باید پیشینه آن را مدنظر قرار دهد. مرور منابع نشان می‌دهد که این ارزش‌ها در گذشته نیز اقتدار زیادی نداشته‌اند و مردم در عمل چندان به آنها پای‌بند نبوده‌اند. در اینجا شاید این استدلال مطرح شود که هرچند در گذشته نیز نقض هنجارها و ارزش‌های اخلاقی وجود داشته، اما امروز بیشتر شده است. در پاسخ به این استدلال می‌توان گفت آنچه که امروزه در عمل اتفاق افتاده این است که مردم با صراحت بیشتری این هنجارها را نقض می‌کنند و پدیده‌ای که در گذشته بیشتر در لایه‌های زیرین بوده امروزه آشکارتر شده و در عین حال به عنوان یک مسئله اجتماعی توجه نه فقط پژوهشگران و اندیشمندان، بلکه عموم مردم را به سوی خود جلب کرده است.

ریشه‌های عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی

همان‌طور که در بالا اشاره شد، عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی پدیده‌ای امروزی نیست. در اینجا مجال پرداختن کافی به ریشه‌های تاریخی و چرایی این موضوع فراهم نیست، اما می‌توان از برخی ایده‌های مطرح شده برای توضیح این مسئله کمک گرفت. سریع‌القلم (۱۳۸۶) استدلال می‌کند که مسئولیت‌پذیری فردی در ایران ضعیف است و این موضوع به گذشته تاریخی این سرزمین برمی‌گردد که در آن دادوستد آزاد، به شیوه اروپا و آمریکا، رواج نداشته و این موضوع

زمینه را برای عدم مسئولیت‌پذیری فراهم کرده است. قاضی مرادی (۱۳۹۹) حکومت استبدادی را مهم‌ترین عامل خودمداری ایرانیان می‌داند و در مقدمه کتاب «در پیرامون خودمداری ایرانیان» این‌گونه ادعا می‌کند که «ساختار حکومت‌ها پس از شکست انقلاب مشروطه چنان بود که حوزه عمومی مستقل از خود را بر نمی‌تابید. سیطره حکومت‌ها بر حوزه عمومی و تلاش برای حذف آن به اعمال سلطه بی‌واسطه حکومت بر مردم انجامید». کاتوزیان از عدم امنیت و بی‌اعتمادی به حکومت، احمدی علی‌آبادی (۱۳۸۶) به روان جمعی استبدادپرور ایرانی و فراستخواه (۱۳۹۴) از زمینه‌های نهادی این موضوع یاد و اشاره می‌کند که خلق و خوی مردم پاسخ آن‌ها به محیط نهادی، اجتماعی و جامعه و موقعیتی است که در آن قرار گرفته‌اند.

با وجود این که، در گذشته اقتدار اخلاقی در این جامعه بالا نبوده، اما امروزه به واسطه چند فرایند این امر تشدید شده است. ما در اینجا به دو عامل مهم می‌پردازیم؛ نخست نحوه حکمرانی، تعامل حاکمیت با مردم و ضعف نهادهای مدنی، دوم گسترش ارزش‌های جامعه بازار^۱. علاوه بر این، عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی در حال راه پیدا کردن به سطح گفتمان عمومی جامعه است. چنین امری ناشی از رشد فرایند بازاریابی انسان‌ها است که عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی را برجسته‌تر می‌کند. همچنین، باید به این نکته توجه داشت که تبیین ارزش‌های اخلاقی را علاوه بر سطح فردی، باید در سطح نهادی هم جستجو کرد و نهادها نقش مهمی در هدایت، ترویج یا تضعیف ارزش‌های اخلاقی دارند. به همین خاطر است که بخش عمده‌ای از بحث‌های مطرح شده در چرایی این خفگیات بر نهادها و تعامل بین افراد و این نهادها تأکید دارند.

نخست: نحوه حکمرانی و ضعف نهادهای مدنی

نظام حکمرانی و تعامل با جامعه: در ایران تعامل بین نهادهای حاکمیتی و تصمیم‌گیر با مردم همواره مبتنی بر نوعی بی‌اعتمادی بوده است. این بی‌اعتمادی زمینه را برای دور زدن ارزش‌های اخلاقی فراهم و توان نهادها برای هدایت و کنترل رفتارهای اخلاقی را تضعیف کرده است. در

۱. چیزی که از آن به عنوان جامعه بازار یاد می‌شود و به دست‌درازی ارزش‌های بازاری به قلمرو غیراقتصادی اشاره دارد که امور اخلاقی و اجتماعی را به سیطره خود درآورده است.

گذشته نظام حکمرانی مستبد و عمل کرد آن مردم را واداشت که برای در امان ماندن جان و مال خویش راهبردهای متفاوتی را در پیش بگیرند. از جمله این راهبردها عدم آشکار کردن خود و پنهان کاری بوده است. لذا، زمینه بروز ریا، دروغ، عدم مسئولیت‌پذیری و تعهد اجتماعی فراهم شده و وضعیت امروز نیز بی‌شبهت به آن نیست. شرایط نهادی ایران در طول تاریخ سبب شده که مردم به استراتژی «سازگاری» یا «تطبیق» برای کاستن از فشارهای وارده روی بیاورند؛ چیزی که بازرگان از آن به‌عنوان «سازگاری روحیه ایرانی» یاد می‌کند.

پیوند اخلاق با قانون/ایدئولوژیک: نظام حکمرانی معاصر تلاش کرده که اصول و ارزش‌های اخلاقی را به یک ایدئولوژی گره بزند و یک تفسیر رسمی از اخلاق و ارزش‌های اخلاقی را، که عمدتاً با سیاست و ارزش‌های سیاسی آن درهم‌تنیده است، جایگزین توافقی عمومی بر سر تعریف این ارزش‌ها کند. چنین موضوعی زمینه التقاط امر اخلاقی را با ارزش‌های سیاسی و قانون ایدئولوژیک ایجاد و مسئله اخلاق را تبدیل به مسئله‌ای سیاسی کرده است. سیاسی و ایدئولوژیک شدن امر اخلاقی برای اخلاقیات آسیب‌زا است. از نظر مسئولان اخلاقی شدن جامعه یعنی ترویج و تقید به یک قرائت خاص از اخلاق که همان قرائت رسمی حاکمیت است. از این‌رو تغییر ارزش‌ها و عدم اطاعت محض از ارزش‌های رسمی به بی‌اخلاقی تعبیر و در مقابل آن مقاومت صورت می‌گیرد؛ در صورتی که ضمانت اجرایی اخلاقیات و انصاف همان‌طور که دورکیم (۱۳۹۲) می‌گوید «عقیده مردم» است نه قانون.

ضعف ضمانت اجتماعی/ارزش‌های اخلاقی: در جامعه ما ضمانت اجرایی اجتماعی اخلاق ضعیف بوده و تلاش کافی برای تقویت آن صورت نگرفته است. وقتی که ضمانت‌های اجتماعی عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی کم‌رنگ شوند، «قدرت» عنصر تعیین‌کننده و تعریف امر اخلاقی وابسته به قدرت خواهد بود. با تبدیل شدن قدرت سیاسی به ضمانت اجرایی اخلاق، صاحبان قدرت به‌راحتی مرزهای اخلاق را در راستای منافع گروهی جابه‌جا و گروه‌های برخوردار از قدرت نقش مهمی در تعریف امر اخلاقی پیدا می‌کنند. لذا، هر امری تا جایی اخلاقی تلقی می‌شود که ارزش‌های سیاسی و منافع آنها را به خطر نمی‌اندازد، در غیر این‌صورت نه تنها غیراخلاقی، بلکه غیرقانونی و در نتیجه مستوجب برخورد قضایی است. علاوه بر این، پیوند قدرت با تعریف ارزش‌های اخلاقی مصادیق امر اخلاقی نیز تغییر می‌دهد. در ایران «از منظر

حاکمیتی و رسمی مصادیق ناامنی اخلاقی بدحجابی، فساد جنسی، ترویج مظاهر و مدهای غربی، فیلم‌های مستهجن، موسیقی مبتذل، اینترنت و به‌طور کلی ترویج مفاسد و بی‌بندوباری اخلاقی است» (حاجیان، ۱۳۹۳: ۸۳؛ به نقل از جاویدی، ۱۳۹۱: ۷۵-۱۳۰). یعنی از نگاه رسمی حاکمیتی تعاملات بین فردی و اجتماعی، از قبیل بدعهدی، دروغ‌گویی و نظایر آن، چندان مصادیق ناامنی اخلاقی به شمار نمی‌روند. به همین خاطر تلاش اصلی نظام حکمرانی در زمینه اخلاق معطوف به موارد فوق است نه اخلاق مدنی و تعاملات، در صورتی‌که اگر بر روی تقویت مواردی از قبیل مسئولیت‌پذیری و پایبندی به تعهدات تمرکز شود، موارد فوق نیز به عنوان پیامد چنین اخلاقیاتی از سوی جامعه رعایت خواهند شد.

ضعف نهادی: پیچیدگی زندگی در دنیای مدرن وجود نهادها و انجمن‌هایی را می‌طلبد که که در سامان دادن به نظم اجتماعی و تحکیم پایه‌های ارزش‌های اخلاقی ایفای نقش کنند. در ایران از یک طرف وجود چنین نهادهایی ضعیف است و نهادهای موجود نیز جانب بی‌طرفی را رعایت نمی‌کنند و دغدغه آنها نه ارزش‌های اخلاقی، بلکه تشویق مردم به پیروی از ارزش‌های نظام سیاسی است. پیامد این امر شکل‌گیری نوعی تقابل در جامعه و به دنبال آن دوگانگی، قطبی شدن و سربرآوردن پدیده خودی و غیرخودی است. در چنین شرایطی هر کدام از طرفین این تقابل آن یکی را «دیگری» خویش می‌پندارد و سعی بر غلبه بر آن دارد. چیرگی این نگرش در جامعه فضای کنش را به یک بازی با حاصل جمع صفر برای بازیگران تبدیل کرده که هر کدام فقط به فکر برتری خویش هستند. ایرانیان به جای اقدام و تلاش عملی برای اصلاح این روندها، هر روزه این تصویر برساخته خویش را بازتولید می‌کنند. وقتی که افراد دیگران را به انواع بی‌اخلاقی‌ها و عدم رعایت هنجارها و ارزش‌های مطلوب متهم می‌کنند، در عین حال که با این کار قصد تمایز خود از دیگران را دارند (ایجاد دیگری و فاصله اجتماعی)، هم‌زمان بازتولیدکننده و تقویت‌کننده تصویری منفی از خود نیز هستند. آنها به‌جای تلاش برای غلبه بر این عوامل، استراتژی سازگاری را در پیش گرفته و دیگران را به بی‌اخلاقی متهم می‌کنند. از این‌رو، عمدتاً خود را نیازمند بازاندیشی و اصلاح نمی‌بینند و با اینکه از وضعیت شکایت دارند، با کنش‌های هر روزه خود آن را بازتولید می‌کنند و به‌دنبال تطبیق و سازگاری با وضع موجود و بهره‌گیری فردی از آن هستند و لذا تلاش جمعی برای غلبه بر این چالش‌ها صورت نمی‌گیرد.

تحدید آزادی‌های فردی: در جامعه‌ای که نهادهای آن مدام تلاش می‌کنند آزادی‌های فردی را محدود کنند فردگرایی اخلاقی تضعیف می‌شود. «فردگرایی اخلاقی مردم را خودخواه فرض نمی‌کند؛ تکیه‌اش بیشتر بر معنی آزادی است. از دیدگاه فردگرایی اخلاقی، آزادی من یعنی فقط وفادار به تعهداتی باشم که خودم به اختیار خودم پذیرفته‌ام» (سندل، ۱۳۹۳: ۲۱۲). تحمیل تعهدات شخصی بر افراد، فارغ از اختیار آنها و ملزم کردن‌شان به رعایت این تعهدات که عدم رعایت آنها رفتاری غیراخلاقی تلقی می‌شود خود عین بی‌اخلاقی است. زمانی که آزادی‌های فردی سرکوب می‌شوند و از فرد انتظار می‌رود به تعهداتی پای‌بند بماند که وی هیچ نقشی در پذیرفتن آنها ندارد و به وی تحمیل شده‌اند، فردگرایی اخلاقی رشد نمی‌کند. در عوض نوعی فردگرایی منفعت‌طلبانه یا خودخواهانه رواج یافته و از این منطقی پیروی می‌کند که باید منافع عمومی در خدمت منفعت فردی قرار بگیرد و اگر بین این دو تعارض بوجود بیاید اولویت با منافع فردی است. از آنجا که ارزش‌های اخلاقی عمدتاً مبتنی بر تعهد جمعی هستند در این حالت دیگر فضا و مجالی برای تعهد و مسئولیت جمعی باقی نمی‌ماند و ارزش‌های اخلاقی نیز جایگاهی در هدایت کنش‌های فردی و اجتماعی پیدا نمی‌کنند.

سست بودن پایه‌های عدالت: پنداشت و باور عمومی در ایران این است که عدالت در ابعاد مختلف ضعیف و نظام‌های حکمرانی عامل اصلی کم‌رنگ شدن آن هستند. براساس موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۶۸٫۸ درصد از پاسخ‌گویان معتقدند کسی که پول و پارتی نداشته باشد حقش پایمال می‌شود؛ ۴۰ درصد نیز با این گزاره که «قانون به صورت یکسان برای مردم و مسئولان اجرا می‌شود» مخالف هستند. علاوه بر این، ۷۴٫۶ درصد میزان اهمیت پارتی و آشنا در یافتن شغل را زیاد ارزیابی کرده‌اند. همچنین، ۴۶٫۷ درصد از پاسخ‌گویان معتقدند که قانون توسط مسئولان و وابستگان آنها به میزان کم رعایت می‌شود.^۱ این یافته‌ها دلالت بر این دارد که مردم نگرش مثبتی نسبت به اجرای عدالت در جامعه ندارند. نبود عدالت به یک معنا بر ضعف ارزش‌های اخلاقی دلالت دارد؛ زیرا بی‌عدالتی مستلزم زیرپا گذاشتن هنجارهای اخلاقی است و همان‌طور که سندل اشاره می‌کند، عدالت موضوعی

۱. البته یافته‌های موج‌های قبلی پیمایش مذکور نیز هم‌سو با این یافته‌ها هستند، اما در اینجا به خاطر نزدیکی زمانی داده‌های آخرین موج به امروز و نیز پرهیز از طولانی شدن مطالب، از اشاره به آنها اجتناب می‌شود.

اخلاقی است، «موقعی که می‌پرسیم آیا عدالت در جامعه برقرار است، درواقع، می‌پرسیم چیزهایی که برایشان ارزش قائلیم - درآمد و دارایی، حقوق و وظایف، اختیارات و فرصت‌ها، مقام‌ها و افتخارات - در آن جامعه چطور توزیع می‌شوند» (سندل، ۱۳۹۳: ۱۹). در شرایطی که مردم تصور و پنداشت مثبتی از چگونگی توزیع این موارد نداشته باشند، آن را نوعی بی‌اخلاقی تلقی می‌کنند و نهادهایی که باید مروج اخلاق‌گرایی باشند، از نظر آنها زایل‌کننده اخلاق هستند. با چنین پنداشتی از نهادها، که خود را پاسدار اخلاق و ارزش‌های اخلاقی می‌دانند، مردم تأکید آنها بر ارزش‌های اخلاقی را فقط سرپوشی بر رفتارهای ضداخلاقی می‌پندارند.

عدم تناسب پاداش با تلاش: در کنار موارد بالا، مشاهدات هم نقش مهمی در جهت‌دهی به تصمیم‌گیری‌ها دارند. وقتی که افراد مشاهده می‌کنند دیگران از راه‌های میان‌بر و بدون زحمت دستاورد بیشتری کسب می‌کنند به تدریج تمایل به پای‌بندی به ارزش‌های اخلاقی کاهش می‌یابد. امروزه مردم به کرات چنین رفتارهایی را در سطوح مختلف مشاهده می‌کنند و باور قبلی آنها مبنی بر عدم التزام دیگران به ارزش‌های اخلاقی تقویت می‌شود. لذا، خود نیز به سمت چنین اعمالی سوق داده می‌شوند. به همین خاطر است که ۳۹٫۲ درصد از پاسخ‌گویان در موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان معتقدند افراد عادی هرچقدر تجربه و تخصص داشته باشند نمی‌توانند به مقامات بالا برسند و ۳۶٫۷ درصد نیز معتقدند که بیشتر ثروتمندان ایران از طرق غیرقانونی یا رانت و پارتی به این ثروت دست یافته‌اند.

بهره‌گیری نامناسب از قدرت: برای پی بردن به میزان رعایت ارزش‌های اخلاقی نه فقط به رفتار مردم بلکه باید به شیوه به‌کارگیری قدرت نیز نگاه کرد؛ زیرا اخلاق مانعی بر سر راه «بهره‌گیری از قدرت» است (دورکیم، ۱۳۹۲: ۱۱). در جامعه‌ای که مردم شاهد سوءاستفاده از قدرت هستند، می‌توان گفت در آن جامعه اخلاق ضعیف است و ارزش‌های اخلاقی اقتدار لازم را ندارند. باور عمومی مردم بر این است که در جامعه ما از قدرت در راستای منافع فردی و گروهی استفاده می‌شود. حاجیان (۱۳۷۷) در پژوهشی نشان داد که ۳۱٫۹ درصد از پاسخ‌گویان (طبقه متوسط شهر تهران) معتقدند که مسئولین بالای کشور اصلاً دارای صداقت نیستند و ۲۴٫۱ درصد نیز صداقت آنها را کم بیان کرده‌اند. در موج سوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان ۴۶٫۷ درصد از پاسخ‌گویان معتقدند که قانون به میزان کم توسط مسئولان و بستگان آنها رعایت می‌شود و میزان مشابه برای ثروتمندان ۵۹٫۹ درصد و دستگاه‌های حکومتی/دولتی نیز ۴۰٫۴

درصد است. همچنین ۴۰ درصد از آنها معتقدند که قانون در مورد مردم و مسئولان یکسان اجرا نمی‌شود. چنین یافته‌هایی بیانگر سوءاستفاده از قدرت، از منظر افراد، در راستای منافع گروه‌هایی است که دسترسی بالاتری به منابع قدرت دارند.

دوم: ارزش‌های بازاری و نظم اخلاقی

بر مبنای شواهد تاریخی و تجربی می‌توان ادعا کرد که ارزش‌های اخلاقی در ایران فاقد اقتدار لازم برای جهت‌دهی به رفتارهای افراد است. سازوکار بنیادی چنین منطقی و تشدید آن را، در کنار ریشه‌های تاریخی این پدیده، باید در سیطره یافتن «ارزش‌های بازاری» جستجو کرد؛ ارزش‌های بازاری ویژگی‌هایی از قبیل سودجویی، محاسبه‌گری، پیگیری نفع شخصی و همان‌طور که گری (۱۹۹۵) اشاره می‌کند دفاع مداوم از «تقدم اخلاقی فرد»، را در برمی‌گیرد. سیطره چنین ارزش‌هایی که از آن به عنوان «جامعه بازار»^۱ یاد می‌شود شکل جدیدی از نظم اجتماعی را بر زندگی تحمیل می‌کند که در جهت تضعیف ارزش‌های اخلاقی عمل می‌کند؛ یعنی جامعه‌ای که در آن ارزش‌های اخلاقی، جمعی و سنتی (سندل، ۱۳۹۵) تضعیف شده و جای آن را «پول-پرستی» و «پول‌محوری» می‌گیرد. تأکید بر این ارزش‌ها، جامعه را از نظم سنتی و آنچه که اخلاق جمعی خوانده می‌شود تهی می‌کند و از آنجا که فردگرایی شدیدی بر انسان‌ها سیطره می‌یابد و خصوصیات اخلاقی دیرپای از میان می‌رود انسان در جامعه بازار تبدیل به موجودی «جامعه-زدایی شده»^۲ می‌شود. در این شرایط پول است که می‌تواند به افراد هویت و جایگاه ببخشد، از این‌رو، محاسبه‌گری اقتصادی بر سایر ارزش‌های اخلاقی تقدم می‌یابد. سیطره چنین ارزش‌هایی باعث شده افراد در پیمایش وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران (۱۳۹۶) مهم‌ترین عامل بدبختی را نداشتن «پول و ثروت» عنوان کرده‌اند.

تسلط شکل افراطی محاسبه‌گری، در صورت نبود نهادهای سامان‌بخش (یا به تعبیر دورکیم «اصناف») می‌تواند «منشأ انحطاط اخلاق عمومی» باشد و «اگر نظم و قاعده‌ای در امور اقتصادی ایجاد نشود آثار و نتایج آن از حد قلمرو اقتصاد خارج خواهد شد و نوعی کاهش حس اخلاقی در

1. Market society

۲. این اصطلاح را اسلیتر و تونکس (۱۳۹۴) در کتاب «جامعه بازار؛ بازار و نظریه اجتماعی مدرن» برای اشاره به نگرش فردگرایانه اقتصاد بازار به انسان به کار می‌برند که انسان را موجودی «جامعه‌زادی شده» تلقی می‌کنند.

عموم مردم را به دنبال خواهد داشت» (دورکیم، ۱۳۹۲: ۱۲). امروزه نظامی در جامعه ایران در حال سلطه است که به لحاظ تاریخی از دل نوع نظام حکمرانی و تعامل آن با شهروندان برآمده و با ارزش‌های جامعه بازار تقویت شده است. همان‌طور که در بالا اشاره شد، فقدان و ضعف نهادهای واسطه در ایران، خلأیی است که در نبود آن ارزش‌های جامعه بازار توانسته‌اند بر زندگی اجتماعی سیطره یابند و در جهت انحطاط اخلاق عمومی عمل کنند. در این حالت آنچه قبلاً تعهد اخلاقی بود، حالا رابطه‌ای بازاری شده است. بازاری شدن هنجارهای غیربازاری یا به حاشیه رانده شدن آنها سبب افت روحیه نوع‌دوستی و تغییرات در ارزش‌ها می‌شود. صورت حاد این موضوع جایی است که رفتارهایی که ارزش‌های اخلاقی را نادیده می‌گیرند کمتر «نگ اخلاقی» به حساب می‌آیند و افراد از چنین عملی احساس شرم نمی‌کنند و چه‌بسا پاداش هم کسب کنند. پیامد این امر سودجویی، عدم مسئولیت‌پذیری فردی و جمعی، منفعت‌طلبی فردی و رعایت نکردن تعهدات اخلاقی است که کم‌وبیش مبتلابه جامعه امروز ما است. لذا، مهم‌ترین دغدغه افراد نه اخلاق بلکه مسائل اقتصادی می‌شود، که در پیمایش‌های یادشده هم تأیید شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه شاهد عدم تعادل بین تعهدات فردی و اجتماعی در جامعه هستیم و افراد سعی دارند که ارزش‌های اجتماعی را در جهت منافع شخصی مصادره کنند؛ مورخان نیز تصویری مشابه این وضعیت از جامعه ایران در گذشته ارائه کرده‌اند و بر مبنای یافته‌های پیمایش‌های مختلف درباره نگرش‌های مردم، افراد نیز پنداشتی هم‌سو با گزاره فوق از جامعه دارند. بنابراین، هرچند افراد بر این باورند که دیگران پای‌بند به ارزش‌های اخلاقی نیستند، اما پنداشت از تضعیف اقتدار اخلاقی در جامعه ایران مختص به وضعیت امروزی نیست، بلکه دارای ریشه تاریخی است که در گذشته نیز کم‌وبیش رایج بوده است. این وضعیت نوعی سردرگمی در افراد ایجاد کرده و آنها را در تشخیص درست از نادرست یا مطلوب از نامطلوب (که همان ارزش‌های اخلاقی هستند) دچار تردید ساخته است. مردم از یک طرف باور دارند که دیگران ارزش‌های اخلاقی را رعایت نمی‌کنند، از طرف دیگر معتقدند که رعایت این ارزش‌ها برای سعادت ضروری است (برای نمونه، در موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان رعایت ارزش‌های

اخلاقی به عنوان مهم‌ترین عامل خوشبختی از سوی مردم ذکر شده است). در عین حال باور دارند که اگر آنها پای‌بند به اخلاقیات بمانند، از آنجا که دیگران چندان تقیدی به اخلاقیات ندارند، متضرر خواهند شد^۱. این امر ناشی از غلبه منطق بازاری است که اخلاق را با چنین معیارهایی سنجش می‌کند، در حالی که رعایت اخلاقیات یک الزام برای زندگی بهتر است، نه ابزاری برای محاسبات مبتنی بر سود و زیان. به‌طور کلی، مردم ارزش‌های اخلاقی را به‌صورت عام می‌پسندند، ولی در دوراهی‌های اجتماعی که مستلزم انتخاب اخلاقی است به آن عمل نمی‌کنند. در چنین شرایطی مردم شرط دوام آوردن را «سازگاری» می‌دانند. از یک طرف در پی سازگاری با شرایطی هستند که اتفاقاً خود از آن ناراضی‌اند و از طرف دیگر مدام از آن انتقاد می‌کنند تا این تلقی را ایجاد کنند که دیگران اخلاقیات را رعایت نمی‌کنند؛ یعنی به به فرافکنی متوسل می‌شوند.

اخلاق مربوط به یافتن راه‌هایی برای چگونگی بهتر زیستن در کنار یکدیگر و، به تعبیری، نوعی سیاست زندگی است. پس ارتقاء جایگاه و اقتدار ارزش‌های اخلاقی را باید به مثابه اقدامات مربوط به سیاست زندگی در نظر گرفت. نکته‌ای که نباید از آن غفلت کرد تفکیک بین فرد (افراد) بی‌اخلاق و جامعه غیراخلاقی است. در جامعه امروزی به نظر می‌رسد بیش از اینکه افراد بی‌اخلاق باشند شرایط بیرونی و پنداشت از آن است که افراد را وادار به رفتار غیراخلاقی می‌کند؛ مدعای آن این است که افراد در سطح ذهنی و نگرشی ارزش‌های اخلاقی را تأیید و آرزوی تقویت آن در جامعه و در تعاملات انسانی را دارند، اما در عین حال دیگران را محکوم به بی‌اخلاقی می‌کنند و در نتیجه برای متضرر نشدن از شرایط، خود نیز دست به عمل و رفتار غیراخلاقی می‌زنند. بدین ترتیب، زیرپا گذاشتن موازین اخلاقی به بخشی از فرهنگ و شیوه زیست اجتماعی تبدیل شده که نه تنها تنبیه و مجازات بالایی به همراه ندارد، بلکه در مواردی با پاداش همراه است.

از طرف دیگر نهادهای حکمرانی سعی در ترویج ارزش‌هایی خاص و تحمیل آنها بر افراد دارند که فراتر از آن کمتر به رسمیت شناخته می‌شود. بنابراین، متناسب با آنچه فراستخواه عنوان

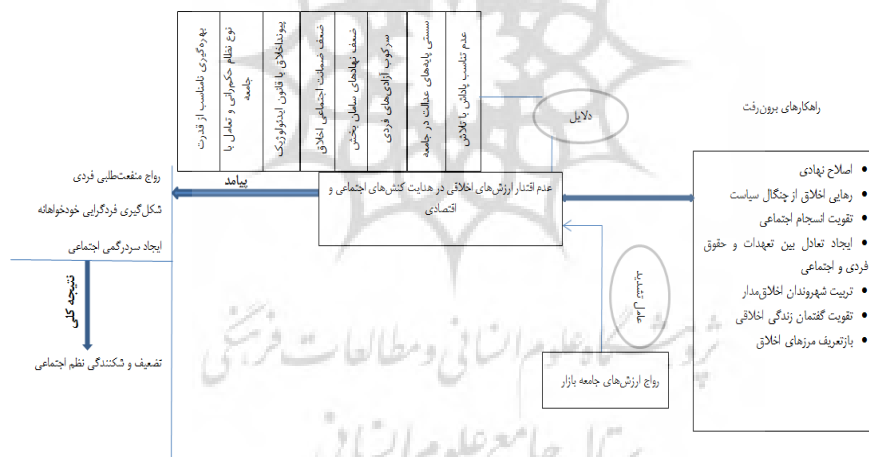
۱. شرایطی مشابه معمای زندانی که هر یک از طرفین به خاطر بی‌اعتمادی به طرف مقابل، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که به ضرر هر دو تمام می‌شود.

می‌کند، «امر اخلاق عمومی در جامعه ما ایدئولوژیک شده و نوعی «اخلاق محتسبی» به جای اخلاق اجتماعی نشسته است. [در صورتی‌که] اخلاق نوعی وجدان اجتماعی و آگاهی جمعی است» (فراستخواه، ۱۳۹۴: ۸-۱۹۷) و نمی‌توان آن را رسمی و از بالا تعریف کرد. وقتی اخلاق به را به‌عنوان آگاهی جمعی تعریف کنیم، با ذهنیات مردم و آنچه که در ذهن آنها می‌گذرد سروکار داریم و اقدامات دستوری در تعریف اخلاقیات راه به جایی نمی‌برد. لذا، ضمانت اجرایی اخلاقیات و انصاف همان طور که دورکیم می‌گوید باید «عقیده مردم» باشد.

نکته دیگر اینکه در سطح کلان کشوری موضوعات اخلاقی از جایگاه چندانی برخوردار نیستند، مگر در چهارچوب همان قرائت و تعریف رسمی. در گفتمان‌های رسمی مباحث امنیتی و سیاسی بر سایر مسائل غلبه و در مورد زندگی شهروندان گفتمان اقتصادی چیرگی دارد^۱ و جایگاه چندانی برای موضوعات اخلاقی و اجتماعی به صورت مستقل وجود ندارد، بلکه به-عنوان تابعی از اقتصاد مطرح می‌شوند. در گفتمان‌های مختلف به شدت و به کرات امور مربوط به سیاست خارجی و مدیریت اقتصادی مورد بحث قرار می‌گیرد، اما جای بحث از لحاظ سیاسی بی‌طرفانه در مورد «زندگی خوب و اخلاقی» به شدت خالی است و پرداختن به یک گفتمان خاص که قرابت چندانی با واقعیات زندگی ندارد به جای این مباحث نشسته است. می-توان ادعا کرد جاهایی هم که وارد مباحث اخلاقی و اجتماعی شده‌اند، بیش از آنکه تلاش برای حل این مسائل و تقویت اخلاق مدنی باشد، بیشتر یک کنش سیاسی است. وقتی که ارزش‌های اخلاقی با گفتمان سیاسی حاکمیت امتزاج پیدا کند، مردم مسائل و تنزل ارزش‌های اخلاقی را به پای نظام سیاسی حاکم خواهند نوشت، بنابراین باید پای سیاست را از این مسائل بیرون کشید و به جای اینکه مسائل اخلاقی را سیاسی کرد، باید مسائل سیاسی را اخلاقی نمود. در مجموع، پیامد عدم اقتدار ارزش‌های اخلاقی در جامعه ما تضعیف انسجام اجتماعی، رواج فساد در سطوح مختلف، رشد منفعت‌طلبی فردی، شکل‌گیری فردگرایی خودخواهانه و ایجاد سردرگمی اجتماعی است.

۱. برای نمونه در گزارش وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران ۶۹،۲ درصد پاسخگویان مهم‌ترین مشکل کشور را مشکلات اقتصادی، بیکاری، فقر و نبود امکانات رفاهی ذکر کرده‌اند.

بدین ترتیب، مطابق آنچه که در تصویر زیر نمایش داده شده است، امروزه با وضعیت عدم اقتدار لازم ارزش‌های اخلاقی در جهت‌دهی به کنش‌های اجتماعی و اقتصادی هستیم که این امر در پنداشت افراد از شرایط جامعه نیز جای گرفته است. دلایل این پدیده، به‌عنوان یک ره‌آورد تاریخی به نحوه تعامل نظام‌های حکمرانی با جامعه و ضعف و فقدان نهادهای انسجام‌بخش و واسط برمی‌گردد و امروزه رواج ارزش‌های بازاری به حوزه تعاملات و کنش‌های اجتماعی آن را تشدید کرده است. آنچه که از پس این شرایط ایجاد شده تضعیف انسجام اجتماعی، شیوع فساد، رواج منفعت‌طلبی فردی، فردگرایی خودخواهانه و سردرگمی اجتماعی است که شکنندگی نظم اجتماعی محصول نهایی آن است. برون‌رفت از این وضعیت نیازمند اصلاحات نهادی، رهایی اخلاق از چنگال سیاست، تقویت انسجام اجتماعی، ایجاد توازن بین تعهدات و حقوق فردی و اجتماعی، تقویت گفتمان اخلاقی، تربیت شهروندان اخلاق‌مدار و بازتعریف مرزهای اخلاقی است.



شکل شماره ۱: وضعیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه

منابع

- احمدی علی‌آبادی، کاوه (۱۳۸۶). زیباشناسی تطبیقی در خانواده‌های ایرانی و غربی، سایت انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- اسدی، علی (۱۳۵۶). گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران؛ گزارشی از یک نظرخواهی ملی در سال ۱۳۵۳، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، تهران.
- اسلیتر، دان و فران تونکس (۱۳۹۴). جامعه بازار: بازار و نظریه اجتماعی مدرن، ترجمه حسین قاضیان، تهران، نشر نی.
- امینی، سعیده (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق با تأکید بر دگردوستی در بین شهروندان تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.
- ایسپا (۱۳۸۴). فرهنگ سیاسی ایرانیان، تهران، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران.
- براون، ادوارد گرانویل (۱۳۸۴). یک سال در میان ایرانیان، ترجمه مانی صالحی علامه، تهران، نشر اختران.
- جاویدی، مجتبی (۱۳۹۱). امنیت اخلاقی از دیدگاه رهبری: بررسی مفهوم، ابعاد و راهکارهای تحقق امنیت اخلاقی در جامعه، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- جمال‌زاده، محمد (۱۳۴۵). خلیقات ما ایرانیان، مجله مسائل ایران.
- جوادی یگانه، محمدرضا و سیدضیاء هاشمی (۱۳۸۴). تعارض نفع فردی و نفع جمعی (دوراهی اجتماعی) و عوامل مؤثر بر آن، نامه علوم اجتماعی، ۱۱(۴) (پیاپی ۲۶)، ۱۴۱-۱۷۴.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی اخلاق (تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران)، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۷). رضایت سیاسی در طبقه متوسط شهری، ایران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- خسروی، زهره و خسرو باقری (۱۳۸۷). راهنمای درونی کردن ارزش‌های اخلاقی از طریق برنامه درسی، مطالعات برنامه درسی، ۳(۸)، ۸۱-۱۰۵.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۷۹). موج اول، پیمایش ملی ارزش‌ها نگرش‌های ایرانیان، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۰.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۲.

- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۴). پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج سوم، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، زمستان ۱۳۹۵.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز ملی رصد اجتماعی وزارت کشور (۱۳۹۳). سنجش سرمایه اجتماعی کشور، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، زمستان ۱۳۹۵.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۵). گزارش وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، زمستان ۱۳۹۶.
- دورکیم، امیل (۱۳۹۲). درباره تقسیم کار اجتماعی، ترجمه باقر پرهام، تهران، نشر مرکز.
- ربانی خوراسگانی و رسول و سیامک شهابی (۱۳۸۹). بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان، مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، ۲(۵)، ۷۷-۹۲.
- راوندی، مرتضی (۱۳۷۱). تاریخ اجتماعی ایران، جلد ششم؛ مناظری از زندگی اجتماعی و خانواده در ایران، تهران، نشر نگاه.
- روزنامه اطلاعات، شماره ۲۶، اسفند ۱۳۴۲.
- سرنا، کارلا (۱۳۶۳). مردم و دیدنی‌های ایران، ترجمه غلام‌رضا سمیعی، تهران، نشر نو.
- سریع‌القلم، محمود (۱۳۸۶). فرهنگ سیاسی ایران، تهران، پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- سندل، مایکل (۱۳۹۳). عدالت؛ کار درست کدام است؟، ترجمه حسن افشار، تهران، نشر مرکز.
- سندل، مایکل (۱۳۹۵). آنچه با پول نمی‌توان خرید، ترجمه حسن افشار، تهران، نشر مرکز.
- شاردن، ژان (۱۳۷۴). سفرنامه شاردن، ترجمه اقبال یغمایی، تهران، نشر توس.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۸۸). پیمایش ملی سنجش دینداری در ایران، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، گزارش طرح پژوهشی منتشر نشده.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۴). ما ایرانیان؛ زمینه‌کاوری تاریخی و اجتماعی خلیقات ایرانیان، تهران، نشر نی.
- قاضی‌مرادی، حسن (۱۳۹۹). در پیرامون خودمداری ایرانیان، تهران، نشر اختران.
- گل پرور، محسن، خیرالله حسین‌زاده و اصغر آقایی (۱۳۸۹). بررسی اثرات رفتارهای غیراخلاقی مدیران در سازمان، اخلاق در علوم و فناوری، ۵(۳-۴)، ۱۵-۲۴.
- گوینو، ژوزف کنت دو (۱۳۸۵). سه سال در ایران، ترجمه ذبیح‌الله منصوری، تهران، نگارستان کتاب.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۵). بررسی آگاهی و نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی فرهنگی در ایران، معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- مشکور، محمدجواد (۱۳۴۵). اخلاق ایرانیان در پیش از اسلام، دو ماهنامه بررسی‌های تاریخی، ۵ و ۶، ۱۸۹-۲۱۰.
- موریه، جیمز جاستی نین (۱۳۸۷). سرگذشت حاجی بابای اصفهانی، ترجمه حبیب اصفهانی، تهران، نشر مرکز.
- Gray, John (1995) Liberalism. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995
- Turner J.H. (2010) Natural Selection and the Evolution of Morality in Human Societies. In: Hitlin S., Vaisey S. (eds.) Handbook of the Sociology of Morality. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6896-8_7

