

مدل‌های مفهومی دین‌داری، در نهایت فهرستی از معرف‌های دین‌داری و یک دسته‌بندی از این معرف‌ها در قالب ابعاد ارائه می‌کنند. مسئله اصلی این پژوهش ارزیابی و اصلاح این دسته‌بندی براساس مشاهدات تجربی است. ادعای پژوهش حاضر این است که اگر دقت لازم در ساخت سنجه انجام بگیرد، نتایج تجربی حاصله، با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل عاملی اکتشافی امکان ارزیابی و در نتیجه اصلاح دسته‌بندی معرف‌ها در مدل مفهومی مبنایی اولیه را خواهد داشت. ادعای دیگر پژوهش این است که با استفاده از رویکردهای شبکه‌ای، امکان تحلیل روابط مستقیم معرف‌های دین‌داری با یکدیگر فراهم است و می‌توان از قید ارائه ابعاد در مدل‌سازی مفهومی دین‌داری صرف‌نظر کرد.

در تحلیل عاملی تأییدی، سنجه حاصل از مدل مختار، مدل شجاعی‌زند، پس از ادغام دو بعد ایمانیات و اعتقادات مورد تأیید تجربی قرار گرفت. در تحلیل عاملی اکتشافی، یک عامل اصلی که حدود نیمی از کل دین‌داری را توصیف می‌کند در کنار سه عامل کوچک کشف شد. در روش شبکه‌مبنا نشان داده شد که اولاً اعتقادات و ایمانیات در مقایسه با شریعت و عبادیات، در ساختار دین‌داری جامعه هدف، از مرکزیت و اهمیت بالاتری برخوردارند و ثانیاً به‌طور کلی مرکزیت و اهمیت شریعت در آقایان در مقایسه با خانم‌ها و مرکزیت و اهمیت عبادیات در خانم‌ها در مقایسه با آقایان بیشتر است.

■ واژگان کلیدی:

ساختار دین‌داری، سنجش دین‌داری، تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل آماری شبکه‌مبنا

## مطالعه تجربی ارتباطات بین

## معرف‌های دین‌داری

با استفاده از سه روش تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل عاملی

اکتشافی و یک روش شبکه‌مبنا

### مجید هادوی

دانش‌آموخته مقطع دکتری دانشکده عمران دانشگاه صنعتی شریف  
mjdhdv@gmail.com

### سعید نریمان

عضو هیئت علمی شورای عالی انقلاب فرهنگی  
saeednariman@gmail.com

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

مدل‌های نظری - مفهومی معمولاً متأثر از رویکردهای بنیادی علوم انسانی، دینی، فلسفی و کلامی هستند. مدل‌های مفهومی دین‌داری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و وابستگی زیادی به برداشت مولفان مدل از این رویکردهای بنیادی دارند. به‌عنوان مثال برخی مدل‌های مفهومی دین‌داری صرفاً براساس قرآن (جمشیدی‌ها و آخوندی، ۱۳۹۵) برخی براساس تلفیق نظرات اندیشمندان غربی و اسلامی (خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۷ و خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹) و برخی دیگر بر اساس تلفیق مبانی دینی با مبانی علوم اجتماعی (طالبان، ۱۳۸۸) ساخته شده‌اند.

شجاعی‌زند (۱۳۸۴) الگوی اکثر مدل‌های نظری دین‌داری را غیربومی و عمدتاً پرورش‌یافته در بستری مسیحی یا یهودی می‌داند. وی با رویکرد نظری و مطالعه ساختارهای ابعاد دین‌داری غربی، مبتنی بر ابعاد وجودی انسان، ساختار دین‌داری را به پنج بعد اعتقادات، ایمانیات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات تقسیم می‌کند. وی این تقسیم‌بندی، یا هر تقسیم‌بندی قاطع دیگری بین ابعاد دین‌داری را صرفاً یک «فعالیت ذهنی - اعتقادی» می‌داند و آن را به‌منظور مبنا داشتن سنجه‌های دین‌داری ضروری می‌داند. (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۵۷) وی مدل خود را از نظر سطح‌بندی مقیاس‌ها و ابعاد به مدل استارک و گلاک، از نظر شکل اصلی و فرعی کردن ابعاد به مدل کینگ و هانت و از نظر شکل متمایز ساختن ابعاد محوری از ابعاد حاشیه‌ای به مدل کورن‌وال و همکاران شبیه دانسته است. (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۵۰)

این مدل‌ها در کنار مدل‌های متعدد غربی مبنایی برای تولید متعدد سنجه‌های بومی دین‌داری قرار گرفته‌اند. (سراج‌زاده، ۱۳۷۸؛ شجاعی‌زند و دیگران، ۱۳۸۵؛ سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۶؛ سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸ و خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹) برخی از این سنجه‌های بومی دین‌داری صرفاً با هدف گزارش وضعیت دین‌داری یک جامعه هدف به کار گرفته شده‌اند، اما برخی نیز به بررسی تجربی مدل مبنایی خود پرداخته (سراج‌زاده، ۱۳۷۸؛ شجاعی‌زند و دیگران، ۱۳۸۵؛ سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۶ و ۱۳۸۸) و گروهی دیگر به‌صورت تجربی مدل عملیاتی نهایی خود را اصلاح یا از ابتدا طراحی می‌کنند. (خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۷؛ خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹ و امیدیان و دیگران، ۱۳۹۶)

روند کلی در سنجش دین‌داری معمولاً با طراحی یا اختیار مدل مفهومی، که در آن ابعاد دین‌داری مشخص می‌شوند، آغاز شده، در مرحله بعد برای هر بعد معرف‌های

دین‌داری فهرست می‌شوند و در نهایت برای هر معرف یک یا چند گویه ساخته می‌شود. بنابراین مدل مفهومی مبنایی، در کنار فهرست معرف‌های نهایی، یک دسته‌بندی از این معرف‌ها نیز در قالب فهرست ابعاد ارائه می‌کند. تفاوت‌های بین مدل‌های مختلف مفهومی از دین‌داری، بیشتر ناظر به فهرست ابعادی است که ارائه می‌کنند تا فهرست نهایی معرف‌ها. به بیان دیگر، مجموعه کل گویه‌های حاصل از مدل‌های مختلف همپوشانی بالایی دارند، اما این معرف‌ها، به شکل‌های مختلفی دسته‌بندی شده‌اند. مسئله اصلی این پژوهش بررسی امکان ارزیابی و در نتیجه اصلاح این دسته‌بندی و حرکت به سمت همگرا کردن این دسته‌بندی‌هاست.

ادعای پژوهش حاضر این است که اگر دقت لازم در فهرست کردن معرف‌ها، ساختن گویه‌ها و اجرای پیمایش انجام بگیرد، نتایج تجربی حاصله، امکان ارزیابی و در نتیجه اصلاح مدل مفهومی مبنایی اولیه را خواهد داشت. با این توضیح که اصلاح مدل مفهومی مبنایی اولیه، صرفاً در زمینه دسته‌بندی این معرف‌ها براساس ارتباطات مشاهده شده بین این معرف‌ها انجام می‌گیرد و فهرست کلی معرف‌های دین‌داری ثابت مانده و مورد اصلاح قرار نمی‌گیرد. به بیان دیگر، فهرست معرف‌ها کاملاً به صورت نظری تعیین می‌شود اما دسته‌بندی این معرف‌ها می‌تواند براساس مشاهدات تجربی اصلاح شود. دسته‌بندی فهرست معرف‌ها می‌تواند به شکل اصلاح مدل مفهومی اولیه براساس مشاهدات تجربی انجام گیرد و همین‌طور می‌تواند صرفاً براساس مشاهدات تجربی صورت پذیرد؛ که رویکرد اول با روش تحلیل عاملی تأییدی انجام می‌گیرد و رویکرد دوم با تحلیل عاملی اکتشافی. از آنجا که نتایج تجربی حاصل طبیعتاً وابسته به فهم جامعه هدف از دین‌داری و شیوه ساخت گویه‌ها است، در حالت ایده‌آل برای تحقق این ادعا نیاز به این است که برای هر مدل مفهومی، پیمایش‌هایی با جامعه‌های هدف مختلف و با شیوه‌های متنوع ساخت گویه‌ها اجرا شود. با توجه به محدودیت‌های اجرایی، در این پژوهش تنها برای یک مدل مفهومی در یک جامعه هدف و با یک شیوه برای ساخت گویه‌ها پیمایش انجام می‌گیرد و نتایج آن صرفاً برای مدل مختار در جامعه هدف اعتبار دارد و برای تعمیم این نتایج به جوامع هدف بزرگ‌تر و مدل‌های دیگر به پژوهش‌ها و پیمایش‌های بیشتری نیاز است. تحلیل عاملی تأییدی، که یک ابزار حیاتی<sup>۱</sup> در بررسی روایی سازه<sup>۲</sup> است (براون<sup>۳</sup>،

1. Indispensable
2. Construct Validity
3. Brown

۲۰۱۴)، در بررسی سنجه‌های دین‌داری کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این تحلیل رابطه بین گویه‌ها و ابعاد یا متغیرهای پنهان را که به صورت نظری یا تجربی در مطالعات پیشین تعیین شده‌اند، مورد بررسی قرار می‌دهد. در بررسی روایی سازه، روایی همگرا که به معنی بررسی کافی بودن میزان شباهت پاسخ افراد به گویه‌های یک بعد است و روایی تفکیک‌کننده یا واگرا که به معنی کمتر بودن شباهت بین گویه‌های میان‌دسته‌ای در مقایسه با گویه‌های درون دسته‌ای است، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. تحلیل عاملی اکتشافی نیز، براساس مطالعه روابط بین معرف‌های دین‌داری، بدون هیچ قید نظری در زمینه دسته‌بندی، فهرست معرف‌های دین‌داری را براساس این که چه مجموعه‌هایی از معرف‌های دین‌داری با هم ارتباط قوی و با معرف‌های سایر دسته‌ها ارتباط ضعیف‌تری دارند، دسته‌بندی می‌کند.

۶۰

همان‌طور که گفته شد، تفاوت اصلی مدل‌های مفهومی مختلفی که برای دین‌داری ارائه شده است، در دسته‌بندی معرف‌هاست. در این پژوهش ابتدا تلاش می‌شود تا این دسته‌بندی‌ها با توجه به داده‌های تجربی ارزیابی و در صورت امکان اصلاح شوند. مسئله دوم این پژوهش تلاش برای شناخت ارتباطات بین معرف‌های دین‌داری بدون مقید کردن این ارتباطات به دسته‌بندی‌های ابعادی است. به این معنی که شاید علت اختلاف در ارائه دسته‌بندی برای معرف‌های دین‌داری این است که این معرف‌ها قابل تفکیک و تقسیم به چند گروه که هر کدام ارتباط قوی‌ای با یکدیگر داشته و ارتباطات‌شان با گویه‌های دیگر ضعیف باشد، نیستند.

دسته‌بندی معرف‌های دین‌داری عمدتاً به‌خاطر ساده‌سازی مسئله پیچیده‌ای مثل دین‌داری و ارتباطات معرف‌های آن با یکدیگر است. به‌عنوان مثال خلاصه کردن دین‌داری به چهار بعد و مطالعه روابط دو به دو بین این چهار بعد خیلی راحت‌تر از مطالعه دو به دو مستقیم تمام معرف‌های موجود در فهرست است. شجاعی‌زند به‌خوبی این نکته را بیان کرده است (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۵۷):

«جداسازی قاطع میان ابعاد مختلف دین‌داری و انقسامات بسیار در شاخص‌ها و معرف‌های دینی بودن، با... چیزی بیشتر از یک فعالیت ذهنی - اعتباری و تاحدی متأثر از قابلیت‌های زبانی نیست... پدیده‌ها در مقام تحقق با آمیختگی، تدرج و انعطاف‌پذیری بیشتر از حدی که در جداسازی‌ها و گونه‌شناسی‌های ذهنی نمایانده می‌شود همراه‌اند. این میل مفرط بشر به فهم‌پذیر ساختن واقعیت پیچیده از طریق

ساده‌سازی است که او را وادار به تقطیع، تحدید و تسریب پدیده‌ها در قالب‌های از پیش‌تراشیده می‌کند که از یک‌سو ما را به واقعیت نزدیک و از سوی دیگر از حقیقت آن دور می‌سازد.»

ادعای دوم پژوهش این است که با استفاده از رویکردهای شبکه‌ای بدون تقلیل پیچیدگی مسئله (و دسته‌بندی کردن معرف‌ها در قالب ابعاد) امکان تحلیل روابط مستقیم معرف‌های دین‌داری با یکدیگر فراهم است و می‌توان یکی از قیود مدل‌سازی مفهومی را که ارائه ابعاد برای دین‌داری است، برداشت. در یک دهه گذشته، رویکرد و چارچوب تحلیل شبکه‌ای پژوهش‌های متعددی را به خود اختصاص داده است. (کرامر<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۱۲؛ اشمیتمن<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۱۳؛ اپسکمپ<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۱۶ و بوراسبوم<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷) در کاربرد این رویکرد در مسئله دین‌داری، معرف‌های دین‌داری، چه در ساختار ابعادی چه خارج از این ساختار، روی یکدیگر اثر می‌گذارند و این اثرگذاری‌ها و اثرپذیری‌ها خودش را به شکل همبستگی آماری، بین این معرف‌ها نشان می‌دهد. به این معنی که هر چه همبستگی بین دو معرف دین‌داری بیشتر باشد، اثرگذاری این دو معرف بر یکدیگر بیشتر است. این اثرگذاری می‌تواند از این مسیر باشد که چون هر دو معرف، نشانه‌های یک عامل هستند، پس افزایش یکی آمادگی لازم برای افزایش دیگری را ایجاد می‌کند و در نتیجه منجر به افزایش دیگری می‌شود، یا از مسیری دیگر باشد مثلاً اینکه یک معرف مستقیماً علت معرف دیگر باشد.

در این پژوهش براساس مدل نظری شجاعی‌زند، سنجه‌ای برای دین‌داری طراحی شده است. در زیربخش ۱.۱، این مدل نظری و شیوه عملیاتی کردن آن در سنجه طراحی شده در این پژوهش، ارائه شده و در زیربخش ۱.۲ نیز روایی محتوایی سنجه حاصل بررسی شده است. در بخش ۲ جزئیات اجرای پیمایش شرح داده شده است. در بخش ۳ براساس داده‌های حاصل از اجرای پیمایش برای این سنجه، روایی سازه این مدل، با ابزار تحلیل عاملی تأییدی مورد مطالعه و بررسی تجربی قرار گرفته است. در بخش ۴ ابعاد زیربنایی معرف‌های فهرست شده در سنجه به‌دست آمده از مدل شجاعی‌زند، بدون قید نظری و با تحلیل عاملی اکتشافی مورد مطالعه قرار گرفته است. در بخش ۵ نیز بدون فرضیات

1. Crammer
2. Schmitmann
3. Epskamp
4. Borsboom

مدل‌سازی ساختاری، که فرض پنهان تمام مدل‌های سنجش دین‌داری است، ساختار مجموعه معرف‌ها مورد بررسی و تحلیل آماری قرار گرفته است. در بخش ۶ نیز خلاصه‌ای از نتایج حاصل از این پژوهش ارائه می‌شود.

### ۱.۱. مدل مختار و سنجه حاصل

مدل مفهومی شجاعی‌زند (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴) از دین‌داری، آن را به پنج بعد تقسیم می‌کند. سراج‌زاده (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸)، با نظارت شجاعی‌زند، سنجه‌ای برای مدل دین‌داری وی ارائه می‌کند. در این سنجه چهار بعد اعتقادات، عبادیات، شرعیات و اخلاق، مورد سنجش قرار گرفته و از هر بعد به پرسش در زمینه چند سؤال شاخص، به‌عنوان نمونه، بسنده شده است. با بررسی‌های به‌عمل آمده، مدل مفهومی شجاعی‌زند به‌دلیل دقت و جامعیت در طراحی و کاربست مکرر آن در سایر پژوهش‌های مربوط به دین‌داری به‌عنوان مبنا در این پژوهش انتخاب شده است. از آنجا که خود شجاعی‌زند فهرستی از معرف‌های دین‌داری مرتبط با هر یک از بعدها و زیربعدهای مدل خود ارائه نکرده است، فهرست معرف‌های دین‌داری مرتبط با هر بعد یا زیربعد ارائه شده در پژوهش سراج‌زاده، راهنمای این پژوهش به حساب می‌آید.

در این پژوهش از بعد اخلاقیات، به‌علت تکثر فراوان و اینکه پوشش کامل این بعد نیازمند تعداد بسیار زیادی گویه است، صرف‌نظر شده است. شجاعی‌زند و شجاعی‌زند (۱۳۹۵) نیز بعد اخلاقیات را غیرقابل سنجش با ابزار پرسشنامه خوانده‌اند. سه بعد دیگر یعنی اعتقادات، شرعیات و عبادیات با توجه به زیربعدهای ارائه شده توسط شجاعی‌زند (۱۳۸۴) و همین‌طور فهرست معرف‌های در نظر گرفته شده در سنجه سراج‌زاده (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸)، با گویه‌هایی که در همین پژوهش طراحی شده‌اند، پوشش داده شده است که در ادامه شرح هر کدام ارائه می‌شود. برای بعد ایمانیات هم در این پژوهش ۵ گویه در نظر گرفته شده، که چرایی این کار و چگونگی انجام آن در ادامه شرح داده شده است. در ادامه ابتدا گویه‌های در نظر گرفته شده برای هر بعد شرح داده می‌شود و پس از آن جنبه‌های مختلف روایی محتوا به اختصار بررسی می‌شوند.

در مدل شجاعی‌زند، اعتقادات به دو دسته داشتن معلومات دینی و اعتقادات تقسیم شده است. در سنجه سراج‌زاده، برای دسته اعتقادات، باور وجود و وحدانیت خدا، باور فرستاده خدا بودن حضرت محمد صلی‌الله‌علیه‌وآله، باور کلام خدا و حقیقت محض بودن قرآن

و باور قیامت و حساب مورد پرسش قرار گرفته است. در پرسشنامه پژوهش حاضر، برای تمام این باورها پرسش وجود دارد. به علاوه باور ربوبیت خدا، باور بر عدل بودن عالم، باور دستور خدا بودن دستورات اسلام، باور تحریف نشده بودن اسلام، باور واقعی بودن معجزات بیان شده در قرآن، باور معصوم و برگزیده الهی بودن اهل بیت علیهم‌السلام، باور معجزه بودن، سخن خدا بودن، بی‌تناقض درونی بودن، پاسخ‌گوی سؤالات امروز بشر بودن و تحریف نشده بودن قرآن و قبول احکام حوزه حقوق زن و مرد و حکم قصاص نیز مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است.

گفتنی است که بعد «باورهای دینی» خدایاری (خدایاری فرد و دیگران، ۱۳۸۹) تا حد زیادی منطبق بر بعد اعتقادات شجاعی‌زند است. خدایاری برای بعد «باورهای دینی» چهار زیردسته تعریف می‌کند: پذیرش خدا، عالم غیب و ملائکه - پذیرش انبیا و اولیای الهی - پذیرش آخرت - پذیرش قوانین و احکام الهی. این چهار زیردسته در مجموعه عقاید در نظر گرفته شده در این پژوهش پوشش داده شده‌اند.

«داشتن معلومات دینی» زیردسته‌ای از اعتقادات است که در سنجه سراج‌زاده تنها دو گویه دارد. (در یک سؤال حکمی از نماز پرسیده شده و سؤال دیگر به ماه بعثت حضرت رسول صلی‌الله‌علیه‌وآله‌واختر اختصاص دارد) نشانه‌های این زیردسته خیلی متکثر است و از طرف دیگر ارتباطش با دین‌داری در مقایسه با عقاید ارتباط غیرمستقیم‌تری است. به این معنی که معلومات دینی ممکن است علتی غیر از دین‌داری، مانند بالا بودن اطلاعات عمومی یا سطح تحصیلات، داشته باشند. به همین دلیل در حالتی که امکان پرسش مثلاً ۲۰۰ سؤال وجود داشته باشد، در نظرگیری این زیربعد، کار مناسبی به نظر می‌رسد اما گنجاندن آن در پرسشنامه کوتاه پژوهش حاضر، ممکن نبود و در نتیجه این زیربعد در این مطالعه مورد سنجش قرار نگرفته است.

بعد بعدی در نظر گرفته شده عبادیات است. این بعد در حالت کلی مجموعه معرف‌های عملی/عاطفی دین‌داری و در حالت مشخص مجموعه عبادات اسلامی است. گویه‌های این بعد، که به دو زیردسته عبادات جمعی و فردی تقسیم می‌شود، در پژوهش سراج‌زاده عبارت است از: نماز، روزه، قرآن خواندن، مراسم شب قدر، نماز جماعت در مسجد و به‌طور کلی شرکت در مجالس دعای مساجد، هیئت‌ها و اماکن مذهبی. در سنجه پژوهش حاضر تمام این عبادات غیر از نماز جماعت در مسجد وجود دارند.

بعد شرعیات، به دو دسته تکالیف فردی و جمعی تقسیم می‌شود. شجاعی‌زند برای

تکالیف فردی، چهار زیربهد تعریف کرده است: داشتن ظاهر دینی، ابراز هویت دینی، داشتن اهتمام شعائری و داشتن مشارکت دینی. گویه‌های در نظر گرفته شده برای این بعد در سنجه سراج‌زاده، حجاب، کنترل نگاه، احکام طهارت، نوشیدن شراب و عدم استفاده از زیورآلات برای مردها است. در پژوهش حاضر با توجه به جامعه هدف که دانشجویان دانشگاه تهران است، این بعد توسط حجاب، تقید در رابطه با نامحرم، لازم دانستن تقید به دستورات و محدودیت‌های دینی، تقلید در احکام<sup>۱</sup>، دروغ نگفتن و عدم استفاده از مشروبات الکلی است.

سؤال کنترل نگاه، تا حد زیادی با سؤال در مورد حجاب پوشش داده شده است. به این معنی که کسانی که تقید در نگاه ندارند، معمولاً در پاسخ به سؤال اینکه حجاب شرعی باید تا چه حدی رعایت شود، نظرات مسامحه‌کارانه‌ای دارند.

برای شرعیات یا تکالیف اجتماعی، چهار زیربهد معاشرت دینی، اهتمام دینی در خانواده، در تعاملات اجتماعی و در معاملات اقتصادی معرفی شده است. گویه‌های سراج‌زاده در این زمینه عبارت است از: امر به معروف و نهی از منکر، انفاق، کنترل رفت‌وآمد خانوادگی با اقوام غیرمذهبی، توجه به دین در انتخاب همسر، شرکت در مراسم و اعیاد مذهبی. از زیربهد تعاملات اجتماعی، سؤال «توجه به دین در انتخاب دوست» در سنجه پژوهش حاضر در نظر گرفته شده است. همین‌طور شرکت در مراسم مذهبی در ذیل بعد عبادات مورد سنجش قرار گرفته است. در پژوهش حاضر با توجه به اینکه جامعه هدف، یعنی دانشجویان دانشگاه تهران، عمدتاً استقلال مالی ندارند، سؤالات مالی جایگاه مناسبی ندارند. اهتمام خانوادگی در تربیت فرزندان نیز برای این جامعه هدف سؤال معناداری نخواهد بود.

بحث امر به معروف و نهی از منکر، با تعریفی که امروزه در ذهن مردم از آن وجود دارد، یک معرف حدی برای دین‌داری به حساب می‌آید؛ به این معنی که نداشتن آن در تصور جامعه از دین‌داری، منجر به بی‌دین‌داری نمی‌شود و در بعضی از موارد نداشتن آن نیز در بین دین‌داران مقبوح دانسته می‌شود. علاوه بر این نکته، امر به معروف عنوانی کلی است که پاسخ‌دهندگان برداشت‌هایی متنوع از آن دارند و از این جهت پرسیدن یک سؤال در این زمینه، معرف خوبی برای دین‌داری به حساب نمی‌آید. به همین دلیل، به نظر می‌رسد این گویه با سایر گویه‌های دین‌داری ارتباط مناسبی برقرار نکند و در

۱. این گویه در مدل طالبان (۱۳۸۸: ۴۸-۷) نیز در دسته شرعیات قرار گرفته است.



نتیجه گنجاندن آن در سنجه تصمیمی کارا نخواهد بود.

بعد اخلاقیات که مربوط می‌شود به اعمالی ارادی در حوزه مسائلی که مستقل از دین پسندیده و نیکو به حساب می‌آیند، به دلیل تکثر فراوان و ارتباط غیرمستقیم با دین‌داری، در پژوهش حاضر مورد سنجش قرار نگرفته است. منظور از اینکه اخلاق با دین‌داری ارتباط غیرمستقیم دارد، این است که هم دین‌دار بی‌اخلاق در جامعه زیاد حضور دارد و هم بی‌دین با اخلاق و این نکته نشان‌دهنده ارتباط غیرمستقیم دین و اخلاق با یکدیگر از نظر آماری است.

مدل شجاعی‌زند دارای ۵ بعد اعتقادات، ایمانیات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات است. بعد ایمانیات به دلیل اینکه به صورت مستقیم امکان سنجش آن وجود نداشت، در سنجه سراج‌زاده قرار نگرفته است. اما بعد ایمانیات، پیامدهایی دارد که این پیامدها در بسیاری از پیمایش‌ها و پژوهش‌های دین‌داری مورد سنجش قرار گرفته‌اند. (طالبان، ۱۳۸۸ و خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹) شجاعی‌زند «اهل معنا» بودن را پیامد مشترک ایمانیات و عبادیات در نظر گرفته است. (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۵۴) برخی نیز «اهل معنا» بودن را صرفاً پیامد بعد ایمانیات بیان کرده‌اند. (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸) در بخش تحلیل عاملی تأییدی، اینکه ایمانیات به طور مجزا یک بعد مستقل را تشکیل می‌دهد یا به یکی از ابعاد مانند، عبادیات ملحق می‌شود، مورد بررسی تجربی قرار می‌گیرد.

در پژوهش حاضر برای سنجش «اهل معنا» بودن، از موضوعات مورد سنجش در اندازه‌گیری «تجربه دینی» در سایر پژوهش‌ها استفاده شده است. به طور مشخص زیر بعد تجربه دینی از بعد عواطف دینی در مدل دین‌داری طالبان (طالبان، ۱۳۸۸) مبنای این کار قرار گرفت. براین اساس، دعا کردن، تجربه حالت معنوی خاص، احساس معنویت در اماکن متبرکه، آرامش‌بخش دانستن قرآن و استغفار مورد سنجش قرار گرفتند.

گفتنی است که استغفار شاخصی برای نشان دادن میزان اهمیت تقید به دستورات دین است. در نتیجه استغفار با اینکه یک عبادت به حساب می‌آید اما از لحاظ مفهومی با بعد شرعیات ارتباط معناداری دارد. به بیانی استغفار جبران کوتاهی در شرعیات توسط نوعی از عبادت است و از این حیث با این دو بعد نیز مرتبط است. جایگاه این معرف دینی یعنی استغفار در تحلیل عاملی تأییدی مورد بحث و بررسی تجربی قرار گرفته است.

پس در پژوهش حاضر، به طور کلی، چهار بعد از ابعاد مدل دین‌داری شجاعی‌زند، یعنی شرعیات، عبادیات، اعتقادات و ایمانیات به وسیله ۳۴ پرسش تا جای ممکن مورد

سنجش قرار گرفته و پوشش داده شده است و تنها بعد اخلاق و زیربهد داشتن معلومات دینی، به علت تکرر و ارتباط کمتر و غیرمستقیم تر در مقایسه با چهار بعد فوق مورد سنجش قرار نگرفته است. فهرست این گویه‌ها به ترتیب حضور در پرسشنامه در جدول زیر ارائه شده است. در این جدول شریعات با کدهای S1 تا S8، اعتقادات با کدهای C1 تا C15، ایمانیات با کدهای A1 تا A5 و عبادیات با کدهای E1 تا E6 مشخص شده‌اند.

جدول ۱: فهرست گویه‌های نهایی قرار گرفته در سنج

C1	باور وجود خدا	S4	تقید در رابطه دوستی و عاطفی نداشتن با نامحرم
C2	باور ربوبیت خدا	C13	قبول حقوق زن و مرد در اسلام
C3	باور عدل خدا	C14	قبول حکم قصاص
C4	باور الهی و تحریف نشده بودن دین اسلام	S5	تقلید در احکام شرعی
C5	باور اعجاز قرآن	C15	باور معاد و ترس از حساب
C6	بی‌تناقض درونی دانستن قرآن	A3	دعا کردن
C7	سخن خدا دانستن قرآن	A4	احساس معنویت در اماکن متبرکه
C8	پاسخ‌گوی سؤالات روز بشر دانستن قرآن	A5	تجربه حالت معنوی خاص
A1	آرامش‌بخش دانستن قرآن	E1	شرکت در مراسم شب‌های قدر
C9	تحریف نشده دانستن قرآن	E2	شرکت در مراسم ماه محرم
C10	باور معجزات بیان شده در قرآن	E3	هیئت رفتن در اعیاد و عزاه‌ها در خارج از ماه محرم
C11	باور وجود فرشتگان الهی	E4	نماز
C12	باور عصمت اهل‌بیت علیهم‌السلام	E5	قرآن خواندن
S1	تقید کلی به دستورات دین اسلام	E6	روزه
A2	استغفار	S6	توجه به دین در انتخاب دوست
S2	تقید کلی در ارتباط با نامحرم	S7	دروغ
S3	حجاب	S8	مشروبات الکلی

## ۱.۲. بررسی روایی محتوا

شجاعی‌زند و شجاعی‌زند (۱۳۹۵: ۱۷۶-۱۷۳) سه روایی را برای سنج‌های دین‌داری مورد بررسی قرار می‌دهند و مهم‌ترین آنها را، که اساس سایر بررسی‌های روایی است، روایی

محتوا می‌دانند. آنها برای بررسی روایی محتوا سه سطح پیشنهاد می‌کنند. (شجاعی‌زند و شجاعی‌زند، ۱۳۹۵: ۱۷۸-۱۷۶) در سطح اول، سنجه دین‌داری باید تمامی ابعاد دین‌داری را پوشش دهد. با توجه به مفروض گرفتن مدل شجاعی‌زند و اختصاص گویه‌های متعدد و متنوع به هر کدام از چهار بعد از ابعاد این مدل و اینکه تنها بعد باقی‌مانده یعنی اخلاقیات غیرقابل سنجش با پرسشنامه دانسته شده است، این سطح از روایی محتوا، تأمین شده به حساب می‌آید.

سطح دوم از روایی محتوا، مربوط به این می‌شود که جنبه‌های مختلف هر بعد توسط گویه‌ها پوشش داده شوند. این سطح از روایی محتوا نیز، همان‌طور که در توضیحات نشان داده شد، با توجه به زیربده‌های مدل شجاعی‌زند، فهرست معرف‌های دین‌داری در سنجه سراج‌زاده و کمک گرفتن از سایر سنجه‌ها مانند سنجه خدایاری در پوشش بعد اعتقادات و طالبان در پوشش بعد ایمانیات، تأمین و در بخش گذشته از آن دفاع شد. سطح سوم روایی محتوا مرتبط با عملکرد صحیح و درست گویه‌هاست. عملکرد صحیح گویه‌ها، در گرو رعایت نکات متعددی است که در هنگام سنجش نگرش‌ها به‌طور کلی و دین‌داری به‌طور خاص با ابزار پرسشنامه، باید رعایت شوند. در ادامه بخشی از نکات رعایت شده در طراحی پرسشنامه در این پژوهش ارائه می‌شود.

اینکه در اندازه‌گیری گویه‌های مربوط به یک نگرش مانند دین‌داری، گزینه‌های هر سؤال، عبارت‌هایی مخصوص به خود داشته باشند و از طیف‌های از پیش آماده، مانند طیف لیکرت، استفاده نشود، منجر به بهبود پایایی (کلوکارز و یاماگیشی<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸ و کراسنیک و برنت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳) و رضایت بیشتر پاسخ‌دهندگان (دیکینسون و زلینگر<sup>۳</sup>، ۱۹۸۰) و دوری از تمایل غیرمنطقی و غیرواقعی به توافق (کراسنیک، ۲۰۱۸ و برگ و راپاپورت<sup>۴</sup>، ۱۹۵۴) می‌شود. به همین منظور در طراحی پرسشنامه پژوهش حاضر، برای هر کدام از گویه‌ها، گزینه‌ها متناسب با همان گویه طراحی شدند. این نکته در گویه‌های مربوط به اعتقادات پررنگ‌تر است، زیرا که گزینه‌ها نظرات موجود در حوزه یک عقیده، مانند باور وجود خدا، را روی یک طیف دارای ترتیب بیان می‌کنند.

دو یا سه سؤال ابتدای پرسشنامه، معمولاً به این علت که فرد با فضای سؤالات آشنا

1. Klockars & Yamagishi
2. Krosnick & Berent
3. Dickinson & Zellinger
4. Berg & Rapaport

نشده است، با دقت کمتری پاسخ داده می‌شوند (اندروز<sup>۱</sup>، ۱۹۸۴) در مقابل هرچه سؤالات در پرسشنامه دیرتر می‌آیند، دقت پاسخ‌گویی کمتر، تعداد بیشتر رکوردهای بی‌پاسخ و موافقت بیشتر پاسخ‌دهنده را به دنبال دارند (جانسون<sup>۲</sup> و دیگران، ۱۹۷۴ و باکر<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۰۷) به همین دلیل در سنجش پژوهش حاضر، سؤالات مهم و سخت‌تر، که پرسش‌های اعتقادی هستند، در ابتدای پرسشنامه و پرسش‌های رفتاری که پاسخ‌گویی به آنها راحت‌تر است، در پایان پرسشنامه آمده‌اند.

کنار هم آمدن گویه‌هایی که موضوع مشترک دارند، به پاسخ‌دهنده در داشتن دقت بیشتر کمک می‌کنند. (کراسنیک، ۲۰۱۸: ۲۹۲) در پرسشنامه طراحی شده نیز سعی شده است که گویه‌هایی که از نظر موضوع مشابه‌اند، مثلاً گویه‌هایی که در رابطه با اهل بیت علیهم‌السلام هستند، یا گویه‌هایی که شکل مشابهی دارند، مثلاً گویه‌های اعتقادی، در کنار هم قرار بگیرند. در پرسشنامه طراحی شده، به صورت کلی ابتدا اعتقادات، سپس ایمانیات و بعد عبادیات و نهایتاً شرعیات مورد پرسش قرار گرفته‌اند.

همین‌طور به‌منظور جلوگیری از اثر سؤالات روی یکدیگر و اینکه سؤالات جزئی روی سؤالات کلی اثر می‌گذارند (و نه برعکس)، توصیه شده است که ترتیب سؤالات در پرسشنامه از کلی به جزئی باشد. (کراسنیک، ۲۰۱۸: ۲۹۳) این نکته در طراحی پرسشنامه فعلی رعایت شده است. همچنین به‌منظور جلوگیری از خسته کردن پاسخ‌دهنده، معمولاً سؤالات دموگرافیک در انتهای پرسشنامه قرار می‌گیرند (کراسنیک، ۲۰۱۸: ۲۹۱) که در پرسشنامه حاضر این نکته نیز رعایت شده است.

## ۲. اجرای پیمایش

جامعه هدف پژوهش حاضر، دانشجویان دانشگاه تهران و زمان اجرای آن اردیبهشت سال ۹۷ است. این جامعه هدف دارای ۵۵۰۰۰ عضو است و اندازه نمونه در نظر گرفته شده برای انجام این پژوهش ۸۵۰ نفر بوده است. این اندازه نمونه از مقدار حاصل از فرمول کوکران، ۳۸۱، به مراتب بیشتر است. علت اصلی تعداد بیشتر نمونه مورد مطالعه در مقایسه با نتیجه فرمول کوکران، به‌دست آوردن امکان مطالعه آماری زیرگروه‌های مختلف نمونه و همین‌طور دوری از ارباب‌های ایجاد شده در اندازه نمونه‌های کوچک است.

1. Andrews
2. Johnson
3. Backor

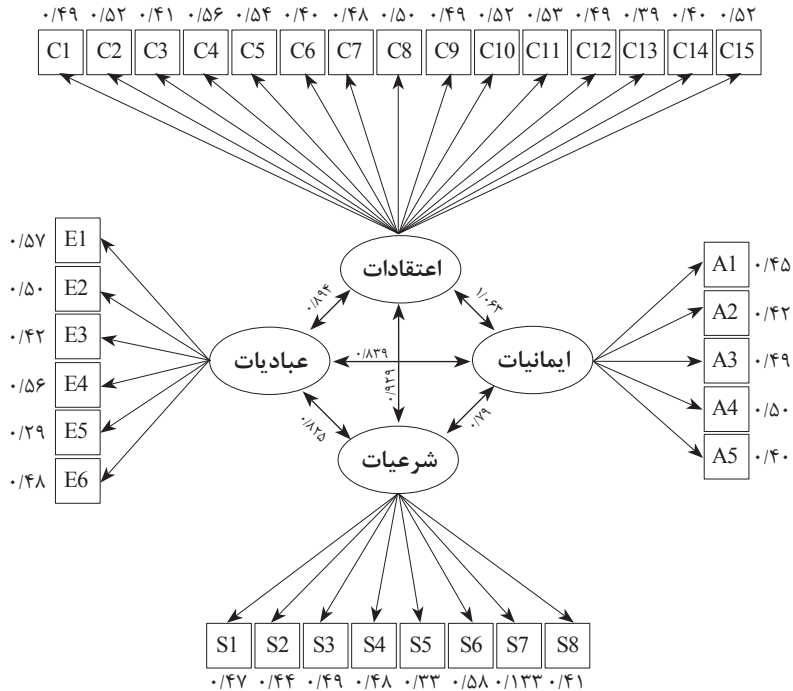
پیمایش در اردیبهشت ماه سال ۹۷ و پیش از شروع ماه مبارک رمضان اجرا شد. در این بازه زمانی دانشگاه در حالت عادی خود قرار دارد و عمده دانشجویان در دانشگاه حاضرند. دقت کافی برای عدم ورود پیمایش به ماه رمضان انجام گرفت تا اثرات این ماه بر حالات افراد و همین‌طور اریب نمونه، کنترل شده باشد.

### ۳. تحلیل عاملی تأییدی مدل مختار

در این بخش، با استفاده از داده‌های به‌دست آمده روایی سازه سنجه حاصل، که مبنای آن مدل شجاعی‌زند است، با تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. مدل مورد مطالعه، مجموعه گویه‌های سنجه را به چهار دسته ایمانیات، اعتقادات، شریعت و عبادیات تقسیم می‌کند. در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، روایی همگرا و تفکیک‌کننده این دسته‌بندی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

همان‌طور که در بیان مسئله اشاره شد، مدل‌های مفهومی نهایتاً در کنار فهرست معرف‌های دین‌داری، یک دسته‌بندی برای این فهرست در قالب ابعاد دین‌داری ارائه می‌کنند. در این بخش تنها مورد دوم یعنی شکل دسته‌بندی معرف‌ها مطالعه می‌شود و فهرست معرف‌ها مورد ارزیابی یا اصلاح قرار نمی‌گیرد. به بیان دیگر، هیچ معرفی حذف یا اضافه نمی‌شود، بلکه تنها تغییراتی در حد انتقال یک معرف از یک دسته به دسته دیگر یا ادغام دو بعد یا تفکیک یک بعد مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد.

در شکل زیر، این مدل و نتایج اولیه این تحلیل نشان داده شده است. در این شکل ضرایب لامبدا<sup>۱</sup>، به‌دلیل به هم نزدیک بودن فلش‌های متصل‌کننده عامل‌ها به گویه‌ها، به‌جای اینکه در کنار فلش‌ها نوشته شوند در کنار گویه نظیر نوشته شده است. عدد کنار فلش‌های بین عامل‌ها همبستگی دو عامل دو سر پیکان را نشان می‌دهد. در این مدل برای کنترل مقیاس عامل‌ها از برابر یک قرار دادن ضریب لامبدا برای یک گویه برای هر یک از عامل‌ها، استفاده شده است. گویه‌های S1، A1، C1 و E1 برای این کار مورد استفاده قرار گرفتند.

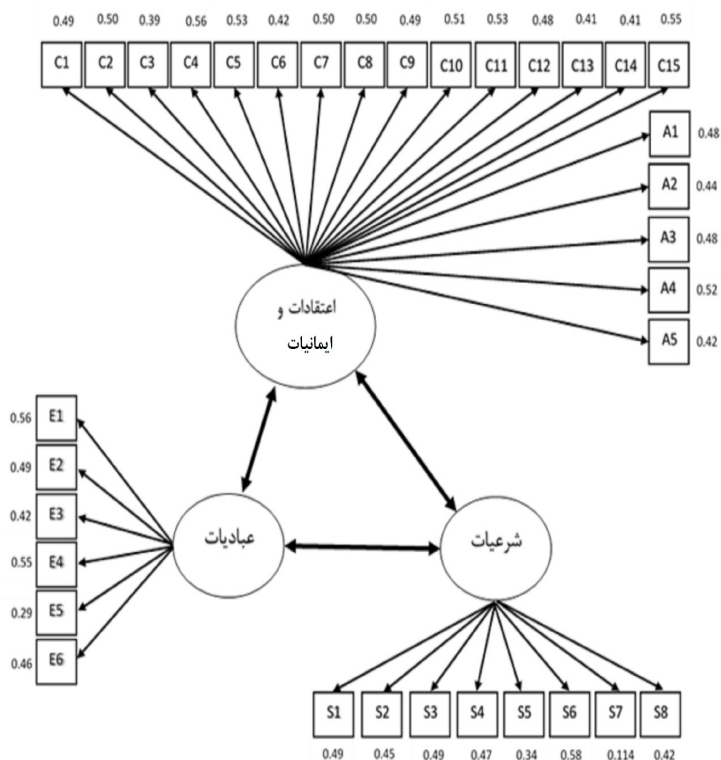


شکل ۱: نتایج اولیه تحلیل عاملی تأییدی مدل مختار

اولین مسئله نیازمند بررسی، این است که همبستگی عامل اعتقادات و عامل ایمانیات، بیش از یک به دست آمده است. این امر احتمالاً به دلیل این است که همبستگی‌های بین گویه‌های دو دسته، در مقایسه با همبستگی درونی گویه‌های هر دسته، از شدت بالایی برخوردار است. برای بررسی عمیق‌تر این مسئله، روایی تفکیک‌کننده<sup>۱</sup> برای این دو گویه با استفاده از روش پیشنهادی هنسلر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۵) مورد محاسبه قرار گرفت. در این آزمون یک بازه برای نسبت میانگین همبستگی‌های گویه‌های دو دسته به میانگین همبستگی‌های داخلی گویه‌های هر کدام از دو دسته، به دست می‌آید. در صورتی که این بازه کاملاً کوچک‌تر از یک باشد، تفکیک این دو دسته تأیید و در غیر این صورت رد می‌شود. این بازه، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، برای دو دسته ایمانیات و اعتقادات، [0.996-1.067] به دست آمد که چون عدد ۱ عضو این بازه است، تفکیک ایمانیات و اعتقادات از یکدیگر در این آزمون رد می‌شود. در این شرایط اصطلاحاً مجزا بودن این دو بعد از هم تأیید نشده است. گفتنی است که روایی تفکیک‌کننده بعد ایمانیات از دو

1. Discriminant Validity  
2. Henseler

بعد دیگر، یعنی عبادیات و شرعیات با این آزمون بررسی و تأیید شد.<sup>۱</sup> براساس اینکه بعد ایمانیات از دو بعد عبادیات و شرعیات تفکیک شد اما از بعد اعتقادات تفکیک نپذیرفت، یک راه‌حل برای بهبود مدل، ادغام دو بعد ایمانیات و اعتقادات است. یعنی بررسی مدلی که در آن سه بعد وجود دارد: شرعیات، عبادیات و مجموعه اعتقادات و ایمانیات. نتیجه برازش این مدل در ادامه ارائه شده است.<sup>۲</sup>



۷۱

شکل ۲: تحلیل عاملی تأییدی مدل مختار با ادغام دو بعد اعتقادات و ایمانیات

همان‌طور که مشاهده می‌شود در این حالت همبستگی بین عامل‌ها در تمام موارد

۱. بازه مورد نظر در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای بعد عبادیات، [۰/۸۷-۰/۸۰] و برای بعد شرعیات، [۰/۸۳-۰/۷۴] به‌دست آمد.

۲. این نکته که ایمانیات یا تجربه دینی از نظر تجربی، ارتباط نزدیکی با اعتقادات دارند و با یکدیگر تشکیل یک بعد می‌دهند، در مطالعات دیگر خدایاری فرد و دیگران (۱۳۸۹: ۱-۲۴) نیز مشاهده شده است. در این مطالعه در تحلیل عاملی اکتشافی، عامل اول به‌دست آمده از مجموعه ۲۵ باور دینی و ۲۱ احساس دینی که عمدتاً تجربه دینی‌اند و سه مورد شرعیات تشکیل شده است.

کمتر از یک است. در مدل فوق، شاخص RMSEA برابر  $0.193$ ، شاخص CFI برابر  $0.990$  و شاخص SRMR برابر  $0.030$  است که همگی در محدوده مورد تأیید می‌باشند و نشان از برازش خوب مدل به داده‌ها دارند. تمامی ضرایب لامبدا به شکل معناداری با صفر متفاوت‌اند. اگر برای ضرایب لامبدا کاملاً استاندارد شده از حداقل  $0.3$  استفاده شود، تمام گویه‌ها غیر از لامبدا E5، قرآن خواندن و S7، صداقت، مورد تأیید است. نتیجه این موضوع این است که در اندازه‌گیری بعد شرعیات از گویه صداقت و در اندازه‌گیری بعد عبادیات از گویه قرآن خواندن، بهتر است صرف‌نظر شود (این دو گویه در مدل قبل نیز، پیش از ادغام دو بعد اعتقادات و ایمانیات، لامبدا استاندارد شده کمتر از  $0.3$  داشتند) پس از بررسی نکات کلی و برازش کلی مدل، معمول است که با بررسی ضرایب اصلاحی<sup>۱</sup>، فرصت‌های موجود برای بهبود برازش تجربی مدل که معنای نظری دارند، مورد بررسی قرار بگیرد. در ادامه این بخش به بررسی ضرایب اصلاحی لامبداهای مدل پرداخته می‌شود. ضریب اصلاحی لامبدا، به معنی بررسی تجربی قید نظری عدم عضویت یک گویه در یک دسته است. به عنوان مثال، ضریب اصلاحی لامبدا استغفار در نسبت با بعد شرعیات، عدم عضویت گویه استغفار در بعد شرعیات را مورد آزمون تجربی قرار می‌دهد. در این آزمون اگر ضریب اصلاحی کمتر از  $4$  باشد، این عدم عضویت تأیید و در غیر این صورت رد می‌شود. (براون، ۲۰۱۴)

بنابراین، کران بالای ضرایب اصلاحی لامبدا در مطالعات کاربردی، برابر  $4$  در نظر گرفته می‌شود. در مدل مورد بررسی، ضرایب اصلاحی بالاتر از  $4$  عبارت است از: پذیرش حکم قصاص در نسبت با بعد شرعیات ( $12/2$ )، پذیرش حکم حقوق زن و مرد در اسلام در نسبت با بعد شرعیات ( $12/6$ )، استغفار در نسبت با بعد شرعیات ( $8/7$ )، باور الهی بودن دین اسلام در نسبت با بعد عبادیات ( $7/42$ )، باور بی‌تناقض درونی دانستن قرآن در نسبت با بعد شرعیات ( $4/6$ )، پاسخ‌گوی سؤالات روز بشر دانستن قرآن در نسبت با بعد شرعیات ( $7/8$ )، دعا کردن در نسبت با بعد شرعیات ( $24/1$ )، تجربه حالت معنوی خاص در نسبت با بعد شرعیات ( $6/8$ )، حجاب در نسبت با بعد عبادیات ( $6/75$ )، تقید در رابطه عاطفی نداشتن با نامحرم در نسبت با بعد ایمانیات و اعتقادات ( $4/6$ ) و نهایتاً تقلید در نسبت با بعد ایمانیات و اعتقادات ( $16/1$ ) و همین‌طور در نسبت با بعد عبادیات ( $14/1$ ) گفتنی است که ضرایب اصلاحی یاد شده منجر به رد مدل نمی‌شوند و در حد راهنمایی



برای ارتقای مدل، به شرط داشتن معنا و تأیید نظری، هستند. بررسی علت‌های بالای ۴ بودن این ضرایب اصلاحی محل بحث و تأمل نظری است. در ادامه سه مورد از موارد فوق، یعنی پذیرش حکم قصاص روی بعد شرعیات، پذیرش حقوق زن و مرد روی بعد شرعیات و استغفار روی بعد شرعیات، به این علت که تعبیر و معنای نظری دارند، مورد بررسی تجربی قرار می‌گیرد.

پذیرش احکام الهی در برخی مدل‌ها (خدایاری فرد و دیگران، ۱۳۸۹) به دسته باورهای دینی تعلق دارد و در برخی مطالعات در سنجه نهایی در نظر گرفته نشده است. (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸ و طالبان، ۱۳۸۸) در مدل فوق نیز پذیرش حکم قصاص (C14) و قبول احکام اسلام در حوزه حقوق زن و مرد (C13)، مانند دیه، ارث و...، در دسته اعتقادات قرار گرفته‌اند. این دو گویه، اگرچه از نظر شکل، باور هستند، اما ناظر به یک رفتار مشخص‌اند. از آنجا که اعتقادات از جنس باور و شرعیات و عبادیات از جنس رفتار است و همین‌طور به این دلیل که دین‌داری نوعی نگرش درونی به مفاهیم دینی به حساب می‌آید، می‌توان در تفکیک معرف‌های اعتقادات و شرعیات، از مدل سه مؤلفه‌ای نگرش‌ها ایده گرفت. یکی از نکات مهمی که اوستروم (۱۹۶۹) در این تقسیم‌بندی بیان می‌کند این است که باورهایی که ناظر به یک رفتار مشخص‌اند در گروه رفتارها و نه باورها قرار می‌گیرند. با این تفاسیر این دو گویه به‌لحاظ نظری می‌توانند هم به دسته اعتقادات و هم به دسته شرعیات تعلق داشته باشند. برای بررسی تجربی این مسئله برازش مدل در حالتی که این دو گویه به دسته شرعیات انتقال پیدا کنند، مورد محاسبه قرار گرفت. در صورت انتقال این دو گویه به بعد شرعیات، سه شاخص برازش کلی مدل به مقادیر زیر بهبود پیدا می‌کند:

RMSEA=0/0172; SRMR=0/0293; CFI=0/991

جدول ۲: ضرایب اصلاحی تحلیل عاملی تأییدی برای پذیرش قصاص و حقوق زن و مرد

ضرایب اصلاحی		اعتقادات	شرعیات	عبادیات
در حالتی که قصاص و حقوق زن و مرد جزء اعتقادات باشند	قصاص	----	۱۲/۲	۰/۱۵
	حقوق زن و مرد	----	۱۲/۶	۰/۲۵
در حالتی که قصاص و حقوق زن و مرد جزء شرعیات باشند	قصاص	۰/۴۰	-----	۰/۶۵
	حقوق زن و مرد	۰/۶۸	-----	۰/۰۴

برای دو حالتی که در یکی این دو گویه به دسته اعتقادات و در حالت دیگر این دو گویه به دسته شرعیات تعلق داشته باشند، ضرایب اصلاحی برای لامبدای این دو گویه روی عوامل دسته‌های دیگر در جدول ۲ نشان داده شده است. همان‌طور که دیده می‌شود، زمانی که این دو گویه جزء دسته اعتقادات هستند، ضریب اصلاحی لامبدای این دو گویه در نسبت با دسته شرعیات که عضو آن نیستند، بیشتر از ۴ است اما زمانی که در دسته شرعیات قرار می‌گیرند، تمام ضرایب اصلاحی مربوطه بسیار کمتر از ۴ می‌شوند. به این معنی که وقتی این دو گویه به دسته شرعیات تعلق دارند، قید نظری عدم عضویت این دو گویه در دسته‌های اعتقادات و عبادیات، توسط داده‌ها تأیید می‌شود؛ اما وقتی که این دو گویه به دسته اعتقادات تعلق داشتند، عدم عضویت آنها در دسته شرعیات توسط داده‌ها رد می‌شد.

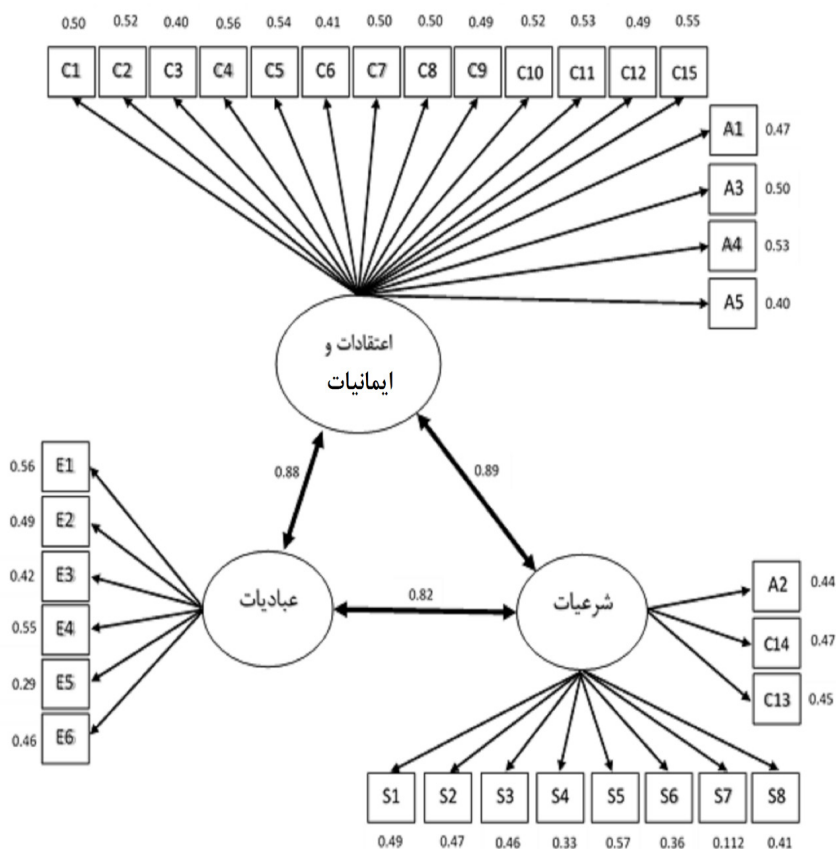
بنابراین انتقال این دو گویه از اعتقادات به شرعیات، هم تمامی شاخص‌های برازش کلی را بهبود می‌دهد و هم ضابطه کوچک‌تر از ۴ بودن ضریب اصلاحی لامبدای این دو گویه را روی دسته‌هایی که عضو آن نیستند تأمین می‌کند. بنابراین اینکه در برخی مدل‌های دین‌داری مجموعه گویه‌های مربوط به «پذیرش احکام الهی» در دسته باورها قرار گرفته است، محل تأمل است.

استغفار (A2) نیز در مدل فعلی، مطابق با زیربعد تجربه دینی طالبان (۱۳۸۸) در بعد ایمانیات و پس از ادغام دو بعد ایمانیات و اعتقادات در این بعد قرار گرفت. بررسی مشابهی نشان می‌دهد که انتقال گویه استغفار به بعد شرعیات، شاخص‌های کلی برازش مدل را به مقادیر زیر بهبود می‌دهد:

RMSEA=0/0164; SRMR=0/0291; CFI=0/992

ضرایب اصلاحی این گویه روی دو بعدی که عضو آن نیست از ۸/۷ (شرعیات) و ۰/۰۳ (عبادیات) به ۰/۰۰۹ (عبادیات) و ۰/۶۴ (ایمانیات و اعتقادات) کاهش پیدا می‌کند؛ در حالت جدید تمام ضرایب اصلاحی این گویه کمتر از ۴ و در محدوده قابل قبول قرار می‌گیرد.

بنابراین مدل مختار پس از ادغام دو بعد ایمانیات و اعتقادات و انتقال گویه‌های پذیرش قصاص، پذیرش حقوق زن و مرد و استغفار به بعد شرعیات، توسط داده‌ها تأیید می‌شود. شکل نهایی این مدل اندازه‌گیری در زیر ارائه شده است.



شکل ۳: مدل مختار پس از اعمال اصلاحات

#### ۴. تحلیل عاملی اکتشافی مجموعه گویه‌ها

در بخش گذشته مشاهده شد که مدل سنجش دین‌داری شجاعی‌زند، با سه بعد مجموعه اعتقادات و ایمانیات، عبادیات و شرعیات توسط داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش از نظر تجربی تأیید شد. در این بخش، از مدل شجاعی‌زند صرفاً برای رسیدن به فهرست ۳۴ تایی از گویه‌ها استفاده شده است و تقسیم‌بندی (ابعاد دین‌داری) ارائه شده در این مدل دیگر قید و پیش‌فرض تحلیل آماری نیست.

برای این کار روی این ۳۴ گویه تحلیل عاملی اکتشافی انجام گرفت. در تحلیل عاملی اکتشافی مقدار ویژه نظیر هر عامل، تقسیم بر مجموع مقادیر ویژه که برابر با تعداد

گویه‌هاست، درصدی از واریانس کل گویه‌ها را که توسط آن عامل توصیف می‌شود نشان می‌دهد. جدول زیر مقادیر ویژه بزرگ‌تر از یک را نشان می‌دهد.

جدول ۳: مقادیر ویژه بزرگ‌تر از یک

۱/۰۶	۱/۳۷	۱/۴	۱/۷	۱۴/۵۶	مقادیر ویژه
۱/۲۷	۱/۲۹	۱/۳۲	۱/۳۵	۱/۳۸	مقادیر ویژه داده‌های تصادفی
	٪۴	٪۴/۱	٪۵	٪۴۳	درصد از کل واریانس

اگر از روش تحلیل موازی<sup>۱</sup> برای تعیین تعداد عامل‌ها استفاده کنیم، همان‌طور که از مقایسه سطر اول و دوم مشخص می‌شود، مقدار ویژه آخر کمتر از مقدار ویژه نظیرش برای داده‌های تصادفی است و از فهرست نهایی عامل‌ها حذف می‌شود؛ بنابراین در کل چهار عامل برای تحلیل عاملی اکتشافی باقی می‌ماند. همان‌طور که دیده می‌شود، این گویه‌ها توسط چهار عامل توصیف می‌شوند که یک عامل به تنهایی ۴۳ درصد و سه عامل دیگر در مجموع ۱۳/۱ درصد از کل گویه‌ها یا به بیان بهتر از کل دین‌داری را توصیف می‌کنند. این مقادیر ویژه نشان می‌دهد که عامل اول حدود نیمی از دین‌داری را توصیف می‌کند. با استفاده از روش چرخش واریماکس<sup>۲</sup> تنها یک گویه به عامل چهارم تعلق پیدا می‌کرد که به همین دلیل این عامل حذف شد و این گویه، که تقلید در احکام شرعی بود، به نزدیک‌ترین عامل بعدی، یعنی شریعت انتقال پیدا کرد. مجموعه گویه‌های مرتبط با هر یک از سه عامل باقی‌مانده، در شکل ۴ نشان داده شده‌اند.

این نتیجه - که تحلیل عاملی اکتشافی مجموعه معرف‌های دین‌داری به این شکل است که عامل اول حدود نیمی از واریانس کل گویه‌ها را توصیف می‌کند و عامل دوم به مراتب توان توصیفی پایین‌تری دارد - در سایر پژوهش‌های بومی حوزه دین‌داری نیز مشاهده شده است. (خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۹ و امیدیان و دیگران، ۱۳۹۶) در پژوهش خدایاری و همکاران (۱۳۸۹) عامل اول ۴۲ درصد، عامل دوم ۱۵ درصد و عامل سوم ۱۲ درصد از واریانس کل گویه‌ها را توصیف می‌کردند و این سه عامل در مجموع ۶۹ درصد از کل واریانس را پوشش می‌دادند. در مطالعه امیدیان و همکاران (۱۳۹۶) برای سنجش دین‌داری از پرسشنامه ۸۰ سؤالی سراج‌زاده (۱۳۹۰) استفاده شده است.

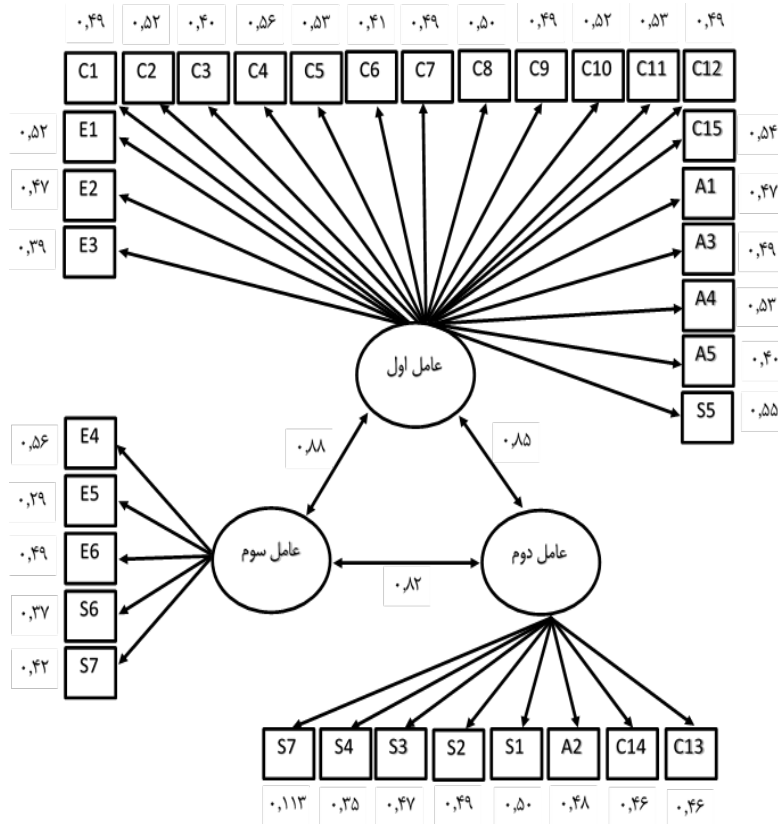
1. Parallel Analysis  
2. Varimax

در این پژوهش نیز، که یکی دیگر از محدود تحلیل‌های عاملی اکتشافی انجام شده روی گویه‌های دین‌داری است که نتایج آن گزارش شده است، در نمودار سنگ‌ریزه<sup>۱</sup> ارائه شده که مقادیر ویژه ماتریس کواریانس معرف‌های دین‌داری را نشان می‌دهد، مقدار ویژه اول ۲۶ و مقدار ویژه دوم ۶ است که با توجه به تعداد سؤالات (۷۰ سؤال) عامل اول ۳۷ درصد واریانس کل و عامل دوم ۹ درصد واریانس کل گویه‌ها را توصیف می‌کند.

مجموعه گویه‌های عامل اول در پژوهش خدایاری و همکاران شامل ۲۵ باور دینی، ۲۱ احساس که عمدتاً تجربه‌های دینی‌اند و سه مورد رفتار از جنس شرعیات است. به‌طور دقیق از ۲۱ احساس دینی مرتبط با عامل اصلی دین‌داری، ۱۴ مورد تجربه دینی بوده و ۷ مورد دیگر محبت منتسبین به دین و نفرت از دشمنان دین است. سه مورد شرعیات موجود در این مجموعه عبارت‌اند از: ضروری دانستن ترک محرمات، خودداری از خوردن و آشامیدن حرام و تقید در رابطه با نامحرم. از این حیث نیز ماهیت کلی عامل اصلی به‌دست آمده در پژوهش خدایاری با ماهیت کلی عامل اصلی به‌دست آمده در این پژوهش شباهت و مطابقت دارد و بررسی و شناخت بیشتر ماهیت و روش اندازه‌گیری این عامل اصلی را موضوع جالبی برای مطالعات آینده می‌سازد.

بنابراین دین‌داری، یا به بیان دقیق‌تر فهرست گویه‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش، یک بعد اصلی دارد که حدود نیمی از واریانس این گویه‌ها را توصیف می‌کند و در مجموعه گویه‌های این عامل معرف‌هایی از هر کدام از چهار بعد اعتقادات، ایمانیات، عبادیات و شرعیات حضور دارد. غیر از این عامل سه بعد دیگر شناسائی شده است که هر کدام در حدود ۵ درصد دین‌داری را توصیف می‌کنند. از آنجا که این عامل بخش قابل توجهی از کل گویه‌ها را توصیف می‌کند و مقدار ویژه‌اش به‌شکل قابل توجهی بزرگ‌تر از سایر مقادیر ویژه است (بیش از ۸ برابر)، می‌توان این عامل را قسمت اصلی و منسجم دین‌داری یا به‌تعبیری هسته دین‌داری معرفی کرد. به این معنی که این عامل، که مجموعه‌ای از گویه‌های شدیداً به هم مرتبط است، اصل دین فرد را تعیین می‌کند و سایر گویه‌ها و معرف‌های دین‌داری تا حد زیادی تحت تأثیر این هسته تعیین می‌شوند. نتیجه تحلیل عاملی تأییدی، روی دسته‌بندی حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی در شکل ۴ به‌تصویر کشیده شده است. در این شکل عامل اول، که همان عامل اصلی است و ۴۳ درصد واریانس کل دین‌داری را پوشش می‌دهد، شامل تمام گویه‌های بعد مجموعه

اعتقادات و ایمانیات و علاوه بر آن شامل تقلید در احکام شرعی (S5)، شرکت در مراسم شب‌های قدر (E1)، شرکت در مراسم ماه محرم (E2) و هیئت رفتن در اعیاد و عزاه‌ها غیر از ماه محرم (E3)، نیز می‌شود.



شکل ۴: نتایج تحلیل عاملی تأییدی، دسته‌بندی حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی

عامل دوم تمام گویه‌های دسته شریعیات را به خود اختصاص داده است، با این تفاوت که تقلید در احکام به این دسته تعلق نداشته و عضو دسته گویه‌های عامل اصلی شده است و توجه به دین در انتخاب دوست (S6) و عدم مصرف مشروبات الکلی (S8) به عامل سوم تعلق یافته‌اند. در مجموعه گویه‌های دسته عامل دوم، گویه‌ای غیر از گویه‌های دسته شریعیات حضور ندارد. مجموعه گویه‌های عامل سوم نیز از سه مورد از عبادیات، نماز، قرآن خواندن و روزه گرفتن و دو مورد از شریعیات، توجه به دین در انتخاب دوست

و عدم مصرف مشروبات الکلی تشکیل شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، دسته‌بندی‌ای که بهترین برازش به داده‌ها را داراست، تفاوت اساسی چندانی با نسخه اصلاح‌شده دسته‌بندی حاصل از مدل مختار ندارد.

### ۵. تحلیل ساختار دین‌داری خارج از چهارچوب مدل‌سازی ساختاری

پیش‌فرض پنهان و بیان نشده و مشترک در عمده مدل‌های ساختاری یا مدل‌های اندازه‌گیری پیشنهاد شده برای دین‌داری، چه در مطالعات بومی (سراج‌زاده، ۱۳۷۸؛ خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۷؛ سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۸؛ طالبان، ۱۳۸۹ و محبوبی، ۱۳۹۴) و چه در مطالعات غربی (استارک و گلاک<sup>۱</sup>، ۱۹۶۸؛ کینگ و هانت<sup>۲</sup>، ۱۹۷۲؛ هیمل‌فارب<sup>۳</sup>، ۱۹۷۵ و کورنوال<sup>۴</sup> و دیگران، ۱۹۸۶) این است که هر گویه تنها نشانه و نتیجه یک عامل است. در این حالت همبستگی آماری بین دو گویه که نشانه‌های یک عامل هستند، تنها این علت دانسته می‌شود که این دو گویه نشانه‌های یک عامل یا متغیر پنهان هستند. (براون، ۲۰۱۴: ۱۵۲-۱۵۰) به‌عنوان مثال اینکه باور به معاد و باور به وجود خدا با یکدیگر همبستگی آماری دارند، به این علت است که هر دو باور، نتایج و نشانه‌های عامل یا متغیر پنهان اعتقادات‌اند و تنها به همین علت است که با هم همبستگی آماری دارند.

به همین علت در مدل‌های اندازه‌گیری، یا مدل‌های ساختاری در حوزه دین‌داری، هر عامل مجموعه یا دسته مشخصی از معرف‌های دین‌داری را به خود اختصاص می‌دهد و کل دین‌داری مجموعه این دسته‌ها دانسته می‌شود. اما در مدل‌های دین‌داری برخی برای دسته‌بندی معرف‌های دین‌داری، از «موضوع» استفاده کرده‌اند (هیمل‌فارب، ۱۹۷۵)، برخی از «شکل معرف» که باور، احساس یا رفتار است بهره گرفته‌اند (خدایاری‌فرد و دیگران، ۱۳۸۷؛ طالبان، ۱۳۸۸ و کورنوال و دیگران، ۱۹۸۶) و برخی بنا بر «وجهی از وجود انسان» که آن معرف درگیری بیشتری با آن دارد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴)، دسته‌بندی را انجام داده‌اند.

به‌عنوان مثال شرکت در مراسم ماه محرم که در دسته عبادیات قرار دارد و به‌دلیل

1. Stark & Glock
2. King & Hunt
3. Himmefarb
4. Cornwall

عبادت بودن با گویه‌های این دسته همبستگی آماری دارد، با گویه احساس معنویت در اماکن متبرکه از دسته ایمانیات نیز به علت اینکه هر دو در رابطه با موضوع ائمه علیهم‌السلام هستند، در مقایسه با سایر ایمانیات، همبستگی مضاعفی دارد. در حالی که احساس معنویت در اماکن متبرکه این همبستگی را با سایر عبادیات مانند روزه و نماز ندارد. بخشی از همبستگی بین دو گویه احساس معنویت در اماکن متبرکه و شرکت در مراسم ماه محرم، که به دلیل داشتن موضوع مشترک بین این دو گویه است، در حالتی که دسته‌بندی براساس مثلاً وجه غالب درگیر در وجود انسان، انجام می‌گیرد، نادیده گرفته می‌شود. به بیان بهتر همبستگی و رابطه این دو گویه به ارتباط بین شرعیات و مجموعه اعتقادات و ایمانیات تقلیل پیدا می‌کند. به بیان کلی ارائه هر گونه دسته‌بندی به معنای تقلیل ارتباطات گویه‌های با عامل مختلف، به ارتباط این عامل‌ها با یکدیگر است.

به بیان آماری، در نگاه عاملی به دین‌داری، کواریانس بین دو معرف دین‌داری، حاصل ضرب لامبدای این دو معرف در کواریانس عامل‌های این دو معرف است. یعنی ارتباط بین معرف‌ها از مسیر عامل‌ها برقرار می‌شود؛ به عنوان مثال اثری که باور معاد بر روی حجاب دارد، به این صورت است که افزایش در باور معاد، منجر به افزایش و بهبود وضعیت کلی اعتقادات فرد می‌شود و این بهبود در اعتقادات، منجر به بهبود تقید کلی فرد در شرعیات شده و این بهبود تقید فرد به تمام شرعیات و به طور خاص به بهبود تقید او در حوزه حجاب منجر می‌شود.

در مقابل، در نگاه شبکه‌ای به دین‌داری، ممکن است اثرگذاری و اثرپذیری معرف‌های دین‌داری بر یکدیگر، از طریق عامل‌های‌شان باشد و هر کدام از معرف‌ها تنها یک عامل داشته باشند و همین‌طور ممکن است بخشی از این اثرگذاری از طریق معرف‌های دیگر اندازه‌گیری شده و بخشی از طریق متغیرهای اندازه‌گیری نشده، از جمله متغیرهای پنهان، صورت بگیرد.

پس معرف‌های دین‌داری، چه در ساختار ابعادی چه خارج از این ساختار، روی یکدیگر اثر می‌گذارند و این اثرگذاری‌ها و اثرپذیری‌ها خودش را به شکل همبستگی این معرف‌ها نشان می‌دهد. به این معنی که هر چه همبستگی بین دو معرف دین‌داری بیشتر باشد، اثرگذاری این دو معرف بر یکدیگر بیشتر است. این اثرگذاری می‌تواند از این مسیر باشد که چون هر دو معرف، نشانه‌های یک عامل‌اند، پس افزایش یکی آمادگی لازم برای افزایش دیگری را ایجاد می‌کند و در نتیجه منجر به افزایش دیگری می‌شود،



یا از مسیری دیگر باشد مثلاً اینکه یک معرف مستقیماً علت معرف دیگر باشد. به‌عنوان مثال، باور معاد علتی عقلی برای رعایت شرعیات به حساب می‌آید. این جنس روابط علی بین معرف‌های دین‌داری در آیات و روایات نیز شواهد بسیار زیادی دارد<sup>۱</sup>.

در یک دهه گذشته، رویکرد و چهارچوب تحلیل شبکه‌ای، به‌عنوان روشی رقیب برای تحلیل عاملی مطرح شده و پژوهش‌های متعددی را به خود اختصاص داده است. (کرامر<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۱۲؛ اشمیتمن<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۱۳؛ اپسکمپ<sup>۴</sup> و دیگران، ۲۰۱۶ و بوراسبوم<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷) در همین چهارچوب، اخیراً مدلی جدید، مدل کن<sup>۶</sup>، برای نگرش‌ها پیشنهاد شده است (دالچ<sup>۷</sup> و دیگران ۲۰۱۶)، که در آن می‌پذیرد که احساسات و باورها و رفتارها در نسبت با یک موضوع با هم ارتباط معنایی دارند، اما علت این ارتباط را لزوماً داشتن سه بعد زیربنایی نمی‌داند، بلکه علت این ارتباط را اندرکنش خود این گویه‌ها با یکدیگر بیان می‌کند. این مدل که بر مبنای مدلی ارتباط‌گرایانه از نگرش‌ها<sup>۸</sup> (مونروئه و رید، ۲۰۰۸) بنا شده است، نگرش‌ها را شبکه‌ای از احساسات و باورها و رفتارها می‌داند که روی یکدیگر اثر می‌گذارند و از یکدیگر اثر می‌پذیرند. این مدل دو نوع رابطه مستقیم دو به دو را بین احساسات و باورها و رفتارها بیان می‌کند: رابطه علی و رابطه به‌دلیل رسیدن به سازگاری شناختی. براین اساس، این مدل برخی روش‌های تحلیل شبکه را که معنای نظری مناسبی برای نگرش‌ها دارند، برای تحلیل نگرش‌ها پیشنهاد می‌کند. بنابراین با توجه به محدودیت‌های مدل‌سازی ساختاری و ادعاهای نظریه‌پردازان رویکرد شبکه‌مبنا<sup>۹</sup>، در ادامه تلاش می‌شود، تا این رویکرد، فارغ از فرضیات و قیود مدل‌سازی ساختاری، برای مطالعه ساختار دین‌داری به کار گرفته شود.

یکی از روش‌های پیشنهادی مدل کن برای تحلیل شبکه نگرش‌ها، محاسبه مرکزیت است. به این معنی که هر گویه که مرکزیت بیشتری در شبکه دارد، در شبکه نگرش فرد، تعیین‌کننده‌تر بوده، اهمیت بالاتری دارد و اثرگذاری بیشتری روی کل شبکه از جمله

۱. از جمله: ان الصلوه تنها عن الفحشاء والمنکر - ثم کان عاقبه الذین اسائو السوای ان کذبوا بآیات الله و...

2. Crammer
3. Schmitmann
4. Epskamp
5. Borsboom
6. Causal Attitude Network
7. Dalege
8. Connectionist Model of Attitudes
9. Network Based Approach

رفتارهای فرد خواهد داشت. (دالچ و بوراسبوم، ۲۰۱۶ و دالچ و دیگران، ۲۰۱۷) در ادامه مرکزیت معرف‌های مختلف دین‌داری در ساختار دین جامعه هدف مورد مطالعه قرار گرفته است. معرف‌هایی از دین‌داری که مرکزیت بالایی دارند، اصل دین فرد را تشکیل می‌دهند و سایر اجزاء از این گویه‌ها تبعیت می‌کنند. به این معنی که این گویه‌ها کلیت دین‌داری فرد را شکل می‌دهند و این کلیت سایر اجزاء دین‌داری را تعیین می‌کند.

مرکزیت یک گویه یا همان معرف دین‌داری، که در این پژوهش از طریق محاسبه میانگین ارتباطات یک معرف دین‌داری با سایر معرف‌های دین‌داری به‌دست می‌آید، نشان‌دهنده میزان اثرگذاری بر و اثرپذیری از مجموعه دین‌داری برای آن معرف است. به‌عنوان مثال مرکزیت نماز با مجموعه ۳۳ گویه دیگر، برابر  $0/48$  است و این مرکزیت برای باور ربوبیت خدا  $0/40$  و برای قرآن خواندن تنها  $0/26$  است. در ادبیات تحلیل شبکه‌ها، این شاخص مرکزیت مورد استفاده، مرکزیت درجه<sup>۱</sup> نام دارد.

برای محاسبه مرکزیت یک گویه، روش‌های دیگری غیر از محاسبه میانگین همبستگی‌ها نیز وجود دارد. به‌عنوان مثال می‌توان از میانگین‌گیری ساده بین گویه‌ها، سطح کلی دین‌داری را به‌دست آورد و مرکزیت هر گویه را براساس همبستگی‌اش با این سطح کلی محاسبه نمود. در این حالت، به جای محاسبه میانگین همبستگی‌ها از همبستگی با میانگین استفاده می‌شود. شایان ذکر است که در حالت خاص که انحراف معیار تمام متغیرها برابر یک باشد، این دو مقدار با هم برابر می‌شوند. روش دیگر برای انجام این محاسبه این است که برای هر گویه براساس سایر گویه‌ها رگرسیون خطی کشیده شود و شاخص برازش این رگرسیون، به‌عنوان مرکزیت مورد محاسبه قرار بگیرد. نتایج محاسبه مرکزیت با این سه روش مشابه با یکدیگر است و در اینجا تنها نتایج مربوط به مرکزیت حاصل از میانگین‌گیری بین همبستگی‌ها گزارش شده است.

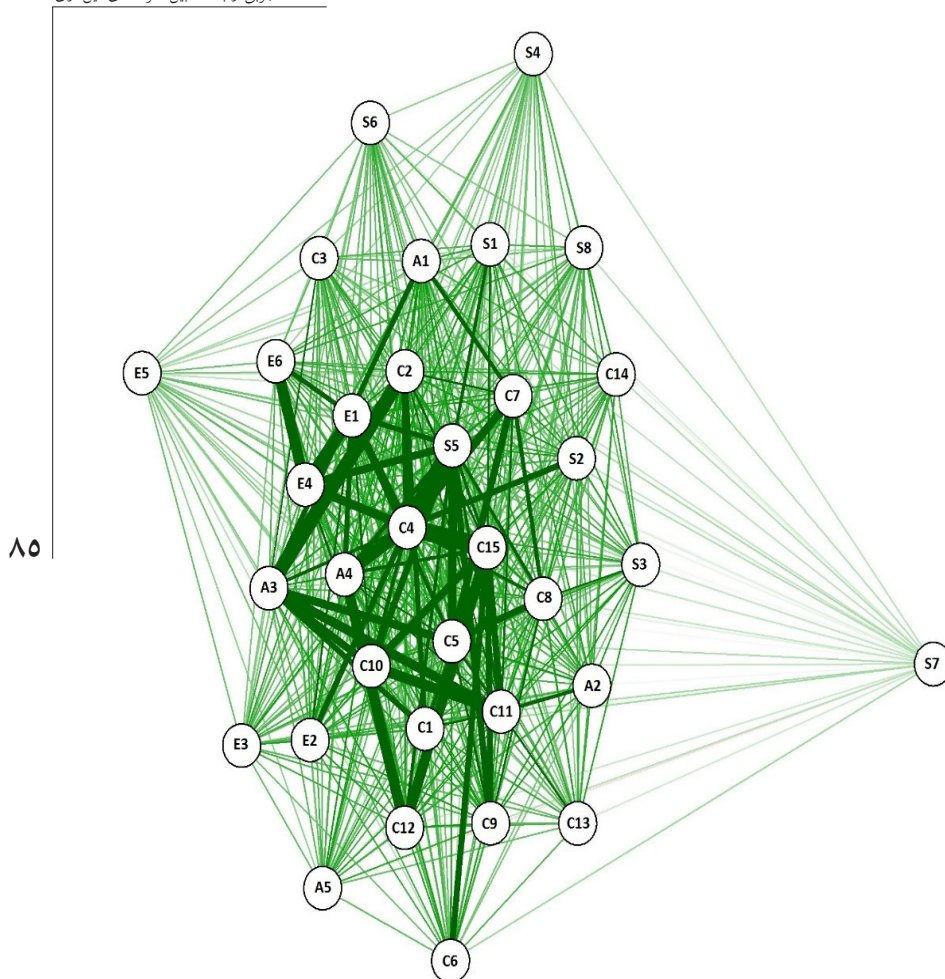
مرکزیت به‌دست آمده برای هر یک از ۳۴ معرف دین‌داری مورد مطالعه، در جدول زیر ارائه شده است. در این جدول شرعیات با رنگ سفید، عبادیات با رنگ خاکستری روشن و ایمانیات با رنگ خاکستری نیمه تیره و باورها با رنگ خاکستری تیره مشخص شده‌اند.

جدول ۴: مرکزیت هر یک از معرف‌های دین‌داری موجود در سنجه

گویه	مرکزیت	کران پایین مرکزیت	کران بالای مرکزیت
باور وجود خدا	۰/۴۶	۰/۴۳	۰/۴۸
باور ربوبیت خدا	۰/۴۸	۰/۴۵	۰/۵۰
باور عدل خدا	۰/۳۸	۰/۳۵	۰/۴۰
باور الهی بودن و تحریف نشده بودن دین اسلام	۰/۵۱	۰/۴۹	۰/۵۳
باور اعجاز قرآن	۰/۴۹	۰/۴۷	۰/۵۱
بی‌تناقض درونی دانستن قرآن	۰/۳۷	۰/۳۶	۰/۴۱
سخن خدا دانستن قرآن	۰/۴۴	۰/۴۲	۰/۴۷
پاسخ‌گوی سؤالات روز بشر دانستن قرآن	۰/۴۶	۰/۴۴	۰/۴۹
تحریف نشده دانستن قرآن	۰/۴۵	۰/۴۳	۰/۴۸
باور معجزات بیان شده در قرآن	۰/۴۷	۰/۴۵	۰/۴۹
باور وجود فرشتگان الهی	۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۵۰
باور عصمت اهل بیت علیهم‌السلام	۰/۴۵	۰/۴۲	۰/۴۷
قبول حقوق زن و مرد	۰/۳۸	۰/۳۶	۰/۴۰
قبول حکم قصاص	۰/۳۹	۰/۳۷	۰/۴۱
باور معاد و ترس از حساب	۰/۴۸	۰/۴۶	۰/۵۰
آرامش‌بخش دانستن قرآن	۰/۴۴	۰/۴۱	۰/۴۶
استغفار	۰/۴۰	۰/۳۸	۰/۴۳
دعا کردن	۰/۴۳	۰/۴۰	۰/۴۵
احساس معنویت در اماکن متبرکه	۰/۴۷	۰/۴۴	۰/۴۹
تجربه حالت معنوی خاص	۰/۳۷	۰/۳۵	۰/۴۰
شرکت در مراسم شب‌های قدر	۰/۴۶	۰/۴۴	۰/۴۹
شرکت در مراسم ماه محرم	۰/۴۲	۰/۴۰	۰/۴۵
شرکت در هیئت‌ها در غیر از ماه محرم	۰/۳۵	۰/۳۴	۰/۳۸
نماز	۰/۴۶	۰/۴۴	۰/۴۸
قرآن خواندن	۰/۲۴	۰/۲۲	۰/۲۸
روزه	۰/۳۹	۰/۳۷	۰/۴۲

گویه	مرکزیت	کران پایین مرکزیت	کران بالای مرکزیت
تقید کلی به دستورات دین اسلام	۰/۴۲	۰/۳۹	۰/۴۴
تقید کلی در ارتباط با نامحرم	۰/۴۲	۰/۴۰	۰/۴۴
حجاب	۰/۳۹	۰/۳۷	۰/۴۱
تقید در رابطه دوستانه و عاطفی نداشتن با نامحرم	۰/۲۹	۰/۲۷	۰/۳۲
تقلید در احکام شرعی	۰/۵۰	۰/۴۸	۰/۵۲
توجه به دین در انتخاب دوست	۰/۳۴	۰/۳۲	۰/۳۷
دروغ نگفتن	۰/۱۳	۰/۱۱	۰/۱۶
مشروبات الکلی	۰/۳۶	۰/۳۴	۰/۳۹

میانگین مرکزیت برای اعتقادات برابر ۰/۴۶، برای ایمانیات برابر ۰/۴۳، برای عبادیات برابر ۰/۳۹ و برای شرعیات برابر ۰/۳۶ است. از مقایسه بازه‌های مرکزیت به‌دست آمده در سطح اطمینان ۹۵ درصد، برای اعتقادات با شرعیات، در ۷۱ درصد موارد اعتقادات به‌شکل معناداری مرکزیت بیشتری داشتند، در ۳ درصد مواقع شرعیات مرکزیت بیشتری داشته و در ۲۶ درصد مواقع تفاوت معناداری بین اعتقادات و شرعیات مشاهده نشده است. از مقایسه بازه‌های مرکزیت به‌دست آمده برای اعتقادات با عبادات، در ۵۱ درصد موارد اعتقادات به شکل معناداری مرکزیت بیشتری داشتند، در ۵ درصد مواقع عبادیات مرکزیت بیشتری داشته و در ۴۴ درصد مواقع تفاوت معناداری بین اعتقادات و عبادیات مشاهده نشده است. از مقایسه بازه‌های مرکزیت به‌دست آمده برای ایمانیات با عبادیات، در ۳۳ درصد موارد ایمانیات به شکل معناداری مرکزیت بیشتری داشتند، در ۸ درصد مواقع عبادیات مرکزیت بیشتری داشته و در ۵۹ درصد مواقع تفاوت معناداری بین ایمانیات و عبادیات مشاهده نشده است. از مقایسه بازه‌های مرکزیت به‌دست آمده برای ایمانیات با شرعیات، در ۵۰ درصد موارد ایمانیات به‌شکل معناداری مرکزیت بیشتری داشتند، در ۷ درصد مواقع شرعیات مرکزیت بیشتری داشته و در ۴۳ درصد مواقع تفاوت معناداری بین ایمانیات و شرعیات مشاهده نشده است. این نتایج نشان می‌دهند که به‌طور کلی در شبکه دین‌داری جامعه هدف، مرکزیت اعتقادات و ایمانیات از شرعیات و عبادیات بیشتر است و در نتیجه شرعیات و عبادیات بیشتر تحت تأثیر اعتقادات و ایمانیات هستند تا عکس آن.



۸۵

شکل ۵: شبکه ارتباطات گویه‌های دین‌داری با یکدیگر با در نظرگیری مرکزیت در مکان گره‌ها

شکل ۵، مرکزیت معرف‌های مختلف دین‌داری در ساختار دین‌داری را به تصویر کشیده است. در این شکل هر گره یک معرف دین‌داری است و ضخامت یال بین دو معرف دین‌داری، برابر همبستگی آماری به دست آمده برای این دو معرف است. این شکل با الگوریتم فلوچرمن - رینگولد<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) که در آن گره‌های با همبستگی بیشتر (ضخامت یال بزرگ‌تر) به هم نزدیک‌تر قرار می‌گیرند، رسم شده است. در این شکل همان‌طور که مشاهده می‌شود، در میانه این شبکه، ارتباطات و همبستگی‌های معرف‌های دین‌داری

بیشتر می‌شود. در این ادبیات نمایشی، معرف‌هایی که مرکزیت بیشتری دارند، بیشتر در مرکز شکل قرار می‌گیرند. همان‌طور که در جدول ۱ یا شکل ۲ توضیح داده شده است، معرف‌های اعتقادی دینداری با حرف C، معرف‌های ایمانی دینداری با حرف A، شریعت با حرف S و نهایتاً عبادیات با حرف E نام‌گذاری شده‌اند. بر این مبنا اعتقادات و ایمانیات ارتباطات قوی‌تری با مجموعه گویه‌ها داشته و در نتیجه مرکزیت بیشتری در مقایسه با شریعت و عبادیات به خود اختصاص داده‌اند.<sup>۱</sup>

یکی از کاربردهای شاخص مرکزیت، مقایسه مرکزیت معرف‌های مختلف در گروه‌های مختلف است. به این معنی که وقتی میزان اهمیت و تعیین‌کنندگی معرف‌های مختلف دین‌داری برای گروه‌های مختلف متفاوت است، مرکزیت این معرف‌ها نیز در این گروه‌ها متفاوت خواهد بود. در ادامه به مطالعه تفاوت مرکزیت معرف‌های مختلف دین‌داری در دو گروه آقایان و خانم‌های جامعه هدف پرداخته می‌شود.

در سطح اطمینان ۸۰ درصد، نتایج زیر از مقایسه مرکزیت معرف‌های دین‌داری در ساختار دین‌داری زنان و مردان حاصل شد:<sup>۲</sup>

مرکزیت ۵ مورد از شریعت (پذیرش حکم قصاص، پذیرش حکم حقوق زن و مرد، حجاب/ کنترل نگاه، تقید کلی در ارتباط با نامحرم، تقید در رابطه دوستی و عاطفی نداشتن با نامحرم) در مردها به شکل معناداری بیشتر از مقدار مشابه در زن‌ها بوده و مرکزیت نسبی دو مورد از شریعت (توجه به دین در انتخاب دوست و تقلید در احکام شرعی) در زن‌ها بیشتر از مردها بوده است؛ در سه مورد از شریعت (تقید کلی به دستورات دین، صداقت و مشروبات الکلی) نیز تفاوت معناداری بین مرکزیت نسبی در زن‌ها و مردها مشاهده نشده است.

مرکزیت نسبی در ۴ مورد از عبادیات (مراسم شب قدر، مراسم ماه محرم، هیئت رفتن در خارج از ماه محرم و نماز) در خانم‌ها بیشتر از آقایان بوده است و در ۲ مورد از عبادیات (قرآن خواندن و روزه) تفاوت معناداری بین مرکزیت نسبی در آقایان و خانم‌ها مشاهده نشده است.

۱. از این شکل، که به بیانی ماتریس همبستگی معرف‌های دین‌داری را به‌تصویر کشیده است، استفاده‌های آماری دیگری نیز می‌توان نمود. به‌عنوان مثال، مجموعه گویه‌های شدیداً مرتبط در میانه شبکه، همان عامل اصلی به‌دست آمده در تحلیل عاملی اکتشافی است و شکل اینکه این عامل بخش عمده‌ای از واریانس کل گویه‌ها را توصیف می‌کند، را تا حد خوبی نشان می‌دهد.

۲. این بازه‌های اطمینان با استفاده از روش Bootstrapping حاصل شده‌اند.

از ۱۳ باور دینی نیز، در ۱۰ مورد تفاوت معناداری مشاهده نشده است و در تنها در سه مورد (بی‌تناقض درونی دانستن قرآن، تحریف نشده دانستن قرآن و باور معاد) مرکزیت نسبی به شکل معناداری در خانم‌ها از آقایان بیشتر بوده است. مرکزیت نسبی دو گویه از ایمانیات (دعا کردن و احساس معنویت در اماکن متبرکه) در خانم‌ها به شکل معناداری بیشتر از آقایان بوده و در سه مورد نیز تفاوت معناداری مشاهده نشده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، نتایج تا حد قابل قبولی این فرضیه را نشان داده و از آن حمایت می‌کنند که به‌طور کلی شرعیات در ساختار دین‌داری آقایان در مقایسه با خانم‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است و عبادیات در ساختار دینی خانم‌ها در مقایسه با آقایان از مرکزیت و در نتیجه اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد و تعیین‌کنندگی بیشتری دارد. به این معنی که در سنجش و ارزیابی دین‌داری، در خانم‌ها عبادیات تعیین‌کنندگی بیشتری دارد و در آقایان شرعیات. نتایج به‌دست آمده در این بخش محل تأمل عمیق‌تر نظری است و از این حیث موضوع جالبی برای پژوهش‌های آینده به حساب می‌آید.

### نتیجه‌گیری

در این پژوهش دسته‌بندی ارائه شده برای معرف‌های دین‌داری در یک مدل مفهومی، مورد بررسی و اصلاح تجربی قرار گرفت. روایی سازه این مدل با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت و نتایج حاصله نشان داد که با ادغام دو عامل اعتقادات و ایمانیات و همچنین جابه‌جایی برخی گویه‌ها بین دسته‌ها، برازش مناسبی برای این مدل حاصل می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد، تفحص تجربی می‌تواند به تدقیق و عملیاتی کردن دسته‌بندی ارائه شده توسط مدل‌های مفهومی دین‌داری کمک کند.

در گام دوم با تحلیل عاملی اکتشافی، بهترین دسته‌بندی برای معرف‌های دین‌داری، از نظر برازش به داده‌های حاصل از پیمایش، به‌دست آمد. نتایج تفاوت اساسی چندانی با نسخه اصلاح‌شده مدل نظری مختار نداشت. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، مانند نتایج تحلیل عاملی تأییدی، سه عامل اصلی را برای دین‌داری نشان می‌داد.

در گام سوم، قید پیش‌فرض تحلیل‌های قبلی، که دسته‌بندی داشتن معرف‌های دین‌داری است، کنار گذاشته شده و آزاد شد و داده‌ها با استفاده از روش‌های تحلیل آماری شبکه‌مبنا، که رقیبی جدید برای تحلیل عاملی به حساب می‌آیند، مورد بررسی قرار گرفت.

با استفاده از محاسبه مرکزیت، نتایج نشان داد، اعتقادات و ایمانیات در ساختار دین‌داری، در مقایسه با شرعیات و عبادیات، از مرکزیت بیشتری برخوردار بوده و در نتیجه اهمیت و تعیین‌کنندگی بیشتری دارند. همین‌طور در ساختار دین‌داری آقایان شرعیات در مقایسه با ساختار دین‌داری خانم‌ها از مرکزیت بیشتری برخوردار بوده و در مقابل مرکزیت عبادیات در ساختار دین‌داری خانم‌ها در مقایسه با ساختار دین‌داری آقایان بیشتر است. این نتیجه برخی از تفاوت‌های موجود در ساختار دین‌داری مردان و زنان را نشان می‌دهد.



## منابع

۱. امیدیان، فرانک؛ مرصیه دهقانی و عزیز خواجه حسن‌زاده دزفولی. (۱۳۹۶). اعتباریابی مقیاس دینداری و نقش روش‌های تدریس فعال با رویکرد اسلامی بر میزان دینداری دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه. *پژوهش‌های اجتماعی اسلامی*. ۱۱۲(۲۳). ۸۷-۱۱۰.
۲. جمشیدیها، غلامرضا و محمدباقر آخوندی. (۱۳۹۵). الگوی قرآنی برای سنجش دینداری در ایران. *آموزه‌های قرآنی*. شماره ۲۳. ۷۸-۵۵.
۳. خدایاری فرد، محمد؛ باقر غباری بناب؛ یاسمین عابدینی؛ احمد به‌پژوه؛ محسن شکوهی یکتا؛ محسن پاک‌نژاد؛ غلامعلی افروز و علی‌نقی فقیهی. (۱۳۸۷). آماده‌سازی مقیاس سنجش دین‌داری برای جمعیت دانشجویی. *روانشناسی و علوم تربیتی*. سال ۳۸. شماره ۳.
۴. خدایاری فرد، محمد؛ عباس رحیمی‌نژاد؛ باقر غباری بناب؛ محسن شکوهی یکتا؛ علی‌نقی فقیهی؛ مسعود آذربایجانی؛ غلامعلی افروز؛ حیدرعلی هومن؛ مرتضی منطقی؛ محسن پاک‌نژاد؛ سید حسین سراج‌زاده؛ سید محسن فاطمی؛ سعید اکبری زردخانه؛ ولی‌اله فرزاد؛ خسرو باقری نوع‌پرست؛ احمد به‌پژوه و هادی بهرامی احسان؛ (۱۳۸۹). مدل سنجش دینداری و ساخت مقیاس آن در سطح ملی. *پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی*. ۱(۱). ۲۴-۱.
۵. سراج‌زاده، سیدحسین. (۱۳۷۸). نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن برای نظریه سکولار شدن. *نمایه پژوهش*. ۹(۳). ۱۱۸-۱۰۵.
۶. سراج‌زاده، سیدحسین و محمدرضا پویافر. (۱۳۸۶). مقایسه تجربی سنجش‌های دینداری: دلالت‌های روش‌شناسانه کاربرد سه سنج در یک جمعیت. *جامعه‌شناسی ایران*. ۳۲(۸). ۷۱-۳۷.
۷. سراج‌زاده، سیدحسین و محمدرضا پویانفر. (۱۳۸۸). سنجش دینداری با رهیافت بومی. *جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران*. شماره ۲. ۱۸-۱.
۸. شجاعی‌زند، علیرضا. (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دینداری در ایران. *جامعه‌شناسی ایران*. ۲۱(۶). ۳۴-۶۶.
۹. شجاعی‌زند، علیرضا؛ سارا شریعتی‌مزینانی و رامین حبیب‌زاده خطبه‌سرا. (۱۳۸۵). بررسی وضعیت دین‌داری در بین دانشجویان. *مطالعات ملی*. ۲۶(۷). ۵۵-۸۰.
۱۰. شجاعی‌زند، حسین و علیرضا شجاعی‌زند. (۱۳۹۵). بررسی روایی در پیمایش‌های سنجش دینداری در ایران. *جامعه‌شناسی کاربردی*. ۶۳(۲۷). ۱۶۹-۱۹۶.
۱۱. طالبان، محمدرضا. (۱۳۸۸). چارچوبی مفهومی برای پیمایش دینداری در ایران. *اسلام و علوم اجتماعی*. ۲(۱). ۷-۴۸.
۱۲. طالبان، محمدرضا. (۱۳۸۹). برازش تجربی مدل‌های مفهومی - ساختاری از دینداری. *راهبرد فرهنگ*. ۱۲-۱۳(۳): ۶۰-۴۱.
۱۳. کرم‌الهی، نعمت‌الله و قاسم جوکار. (۱۳۹۵). مبانی الگوی اجتماعی سنجش دین‌داری در ایران.

راهبرد فرهنگ. ۳۳(۹). ۹۳-۱۱۶.

۱۴. محبوبی، رضا. (۱۳۹۴). ساخت مقیاس (بومی) برای سنجش دینداری. مدیریت در دانشگاه اسلامی. ۹(۴). ۱۱۷-۱۳۴.

15. Andrews, F. M. (1984). Construct Validity and Error Components of Survey Measures: A Structural Modeling Approach. *Public Opinion Quarterly*, 48(2), 409-442.
16. Backor, K. & et al. (2007). Estimating Survey Fatigue in Time Use Study. International Association for Time Use Research Conference. Washington, DC, Citeseer.
17. Berg, I. A. & G. M. Rapaport. (1954). Response Bias in an Unstructured Questionnaire. *The Journal of Psychology*, 38(2), 475-481.
18. Borsboom, D. (2017). A Network Theory of Mental Disorders. *World Psychiatry*, 16(1), 5-13.
19. Brown, T. A. (2014). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*. Guilford Publications.
20. Cornwall, M.; L. A. Stan; P. H. Cunningham. & B. L. Pitcher. (1986). The Dimensions of Religiosity: A Conceptual Model with an Empirical Test. *Review of Religious Research*, Vol. 27, No. 3, 226-244.
21. Cramer, A. O.; S. Van der Sluis; A. Noordhof; M. Wichers; S. H. Geschwind. Aggen; K. S. Kendler. & D. Borsboom. (2012). Dimensions of Normal Personality as Networks in Search of Equilibrium: You Can't Like Parties if You Don't Like People. *European Journal of Personality*, 26(4), 414-431.
22. Dalege, J.; D. Borsboom; F. Van Harreveld; H. Van der Berg; M. T. Conner. & H. L. Van der Maas. (2016). Toward a Formalized Account of Attitudes: The Causal Attitude Network (CAN) Model. *Psychological Review*, 123(1).
23. Dalege, J.; D. Borsboom; F. Van Harreveld; L. J. Waldrop. & H. L. Van der Maas. (2017). Network Structure Explains the Impact of Attitudes on Voting Decisions. *Scientific Reports*, 7(1).
24. Dickinson, T. L. & P. M. Zellinger. (1980). A Comparison of the Behaviorally Anchored Rating and Mixed Standard Scale Formats. *Journal of Applied Psychology*, 65(2): 147.
25. Epskamp, S.; G. Maris; L. J. Waldorp. & D. Borsboom. (2016). Network Psychometrics. In P. Irwing; T. Booth. & D. J. Hughes (Eds.). *The Wiley Handbook of Psychometric Testing: A Multidisciplinary Reference on Survey, Scale and Test Development*. (pp. 953-986). Wiley Blackwell
26. Fruchterman, T. M. & E. M. Reingold. (1991). Graph Drawing by Force-Directed Placement. *Software: Practice and Experience*, 21(11), 1129-1164.
27. Henseler, J.; C. M. Ringle. & M. Sarstedt. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
28. Himmelfarb, H. S. (1975). Measuring Religious Involvement. *Social Forces*, 53(4): 606-618.
29. Johnson, W. R.; N. A. Sieveking. & E. S. Clanton. (1974). Effects of Alternative Positioning of Open-Ended Questions in Multiple-Choice Questionnaires. *Journal of Applied Psychology*, 59(6), 776.
30. King, M. B. & R. A. Hunt. (1972). Measuring the Religious Variable: Replication. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 11(3), 240-251.
31. Klockars, A. J. & M. Yamagishi. (1988). The Influence of Labels and Positions in Rating

- Scales. *Journal of Educational Measurement*. 25(2). 85-96.
32. Krosnick, J. A. (2018). Questionnaire Design. *The Palgrave Handbook of Survey Research*. Springer. 439-455.
33. Krosnick, J. A. & M. K. Berent. (1993). Comparisons of Party Identification and Policy Preferences: The Impact of Survey Question Format. *American Journal of Political Science*. No. 37. 941-964.
34. Monroe, B. M. & S. J. Read. (2008). A General Connectionist Model of Attitude Structure and Change: The ACS (Attitudes as Constraint Satisfaction) Model. *Psychological Review*. 115(3). 733.
35. Ostrom, T. M. (1969). The Relationship between the Affective, Behavioral, and Cognitive Components of Attitude. *Journal of Experimental Social Psychology*. 5(1). 12-30.
36. Schmittmann, V. D. & et al. (2013). Deconstructing the Construct: A Network Perspective on Psychological Phenomena. *New Ideas in Psychology*. 31(1). 43-53.
37. Stark, R. & C. Y. Glock. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. Univ of California Press.