

## بررسی ترویج و تعمیم فرهنگ نماز در بین دانش آموزان

حنیفه طاطاری

کارشناسی آموزش الهیات، دانشگاه فرهنگیان پردیس حضرت معصومه (س) قم

hanifeh.tatari@gmail.com

### چکیده

نماز مهم‌ترین عمل عبادی مسلمانان که مشتمل بر اذکار و حرکات خاصی است. در روایات از آن به عنوان «ستون دین» و «شرط قبولی دیگر اعمال» یاد شده است. نماز احکام و آداب خاصی دارد؛ از جمله اینکه باید با وضو و رو به قبله خوانده شود. همچنین به دو شکل فردا و جماعت خوانده می‌شود و به جماعت خواندن آن توصیه شده است. پژوهش حاضر با روش توصیفی انجام شده و گردآوری اطلاعات نیز با روش کتابخانه‌ای و با بررسی آیات قرآن و روایات اهل بیت علیهم السلام و نیز منابع اسلامی انجام شده است. در این پژوهش تلاش شده تا ترویج و تعمیم فرهنگ نماز مورد بررسی قرار گیرد. از جمله آثار نماز بر سلامت فردی خانواده می‌توان به: قرب الهی تقوا، صبر، دوری از فحشا و منکرات، یاد خدا، وحدت شخصیت، افزایش اعتماد به نفس و بالا رفتن عزت نفس، تواضع، کاهش فشارهای روانی، کاهش افسردگی و احساس گناه و... اشاره کرد و همچنین از جمله آثار نماز بر سلامت اخلاق اجتماعی خانواده موارد زیر حائز اهمتی هستند: ازدواج و استحکام خانواده، افزایش محبت در خانواده، تقویت روحیه همبستگی و تعاون، تقویت صداقت و خیرخواهی، تقویت عدالت و دوری از ظلم، تقویت عفت و پاکدامنی، تقویت وقت شناسی و نظم و انضباط در محیط خانواده، تقویت روحیه عفو و گذشت در خانواده، تنظیم روابط خانوادگی و خویشاوندی، انسجام و همدلی، تامین بهداشت روانی خانواده، توسعه فرهنگ دینی در خانواده، الگوپذیری فرزندان از والدین و... می‌شود.

**واژگان کلیدی:** نماز، ترویج، تعمیم نماز، دانش آموزان

## ۱-مقدمه

نماز، عمل عبادی مسلمانان است که در قرآن ۹۸ بار از آن یاد شده است. بنا بر آیات قرآن، نماز عامل بازدارنده از گناه، وسیله رستگاری یاری کننده انسان در مشکلات و از سفارش‌های مهم خدا به پیامبران از دغدغه‌های پیامبران به‌ویژه درباره خانواده‌شان است. پرستش بخشی اساسی از تدین است. در ادیان ابراهیمی (یهودیت، مسیحیت و اسلام) نیز این عمل به صورت عبادت خود را متجلی کرده است؛ اما تجلی عبادت در اسلام وضع خاص‌تر و منحصر به فردتری به خود گرفته است چرا که در آغازین آیات سوره بقره این فریضه، به عنوان صفات متقین، مومنین و رستگاران برشمرده شده است. از این‌رو، خواندن نماز برای مسلمین گرانگیزه عبادت به شمار می‌آید.

در حالی که بر طبق معارف اسلامی و فقه شیعه، وجوب فریضه نماز، به عنوان شاخص دینی اسلامیت، ایمان به خداوند و نیز ادای حق عبودیت، غیر قابل انکار است؛ اما در عرصه عمل و در حوزه عمل و رفتار دینی- اجتماعی، مسلمانان نحوه توجه به نماز و نیز ماهیت کمی و کیفی انجام آن و همچنین مراتب شکلی و محتوایی نماز خواندن مسلمانان ایرانی در عصر حاضر با چالش‌هایی مواجه است. وجود این چالش‌ها برای این پژوهش دینی (مرتبط با نمازخوانی) نقطه شروع مناسبی برای تبیین اجتماعی مسأله نمازخوانی است و مذاقه در این مسأله کمک بیشتری به فهم موضوع خواهد کرد.

بنابراین در حالیکه خواندن نماز، بر طبق آیات قرآن کریم و سنت پیامبر، فریضه‌ای است واجب، اما در عمل و در زندگی اجتماعی مسلمانان عصر حاضر، نحوه رفتار با این فریضه واجب و انکارناپذیر، خود تبدیل به مسأله‌ای اجتماعی می‌شود؛ مسأله‌ای که نیازمند تبیین اجتماعی است. همانگونه که قبلاً ذکر شده، چالش‌های اجتماعی- فرهنگی در انجام تکلیف شرعی نماز وجود دارد؛ اما حتی با وجود اعتقاد دینی مسلمانان به واجب بودن نماز، باز هم به عنوان نماد و شاخص تدین و عبودیت، جایگاهش چندان مشخص نیست و لذا می‌توان این پرسش‌ها را مطرح کرد: الف) خاستگاه چالش‌های اجتماعی- فرهنگی خواندن نماز چیست؟ ب) سازوکار ایجاد چالش‌های اجتماعی- فرهنگی نمازخوانی چیست؟ پ) پیامدهای ناشی از چالش‌های اجتماعی- فرهنگی خواندن نماز چیست؟

پر واضح است که با تبیین اجتماعی این سه جنبه مسأله اجتماعی نماز (خاستگاه، سازوکار و پیامدها)، می‌توان پرتو مناسبی بر ماهیت چالش‌های اجتماعی- فرهنگی آن افکند؛ چالش‌هایی که در مسیر برپایی نماز در حیات اجتماعی- دینی مسلمانان در عصر حاضر، از جمله مسلمان ایرانی داخل کشور قابل شناسایی است. علاوه بر آن، براساس یافته‌های قابل استناد این نوع تبیین اجتماعی، انتظار می‌رود که بتوان برای سیاست‌پژوهی دینی مسیرهایی با هدف تقویت فرهنگ و بازخوانی فلسفه اجتماعی- فرهنگی نماز ترسیم کرد. طرح پرسش‌های بیشتر در این زمینه، پژوهش‌های دینی مرتبط با نماز را به سمت مناسب‌تری سوق می‌دهد.

بر طبق منطق پژوهش‌های اجتماعی، پرسش‌ها به مثابه قطب‌نمای تبیین واقعیت‌های اجتماعی است. با این وجود، پرسش‌های مطروحه باید بتواند روح و حقیقت مسأله پژوهش را نیز متجلی سازد. از این‌رو پرسش‌های زیر، با تمرکز برخاستگاه و سازوکار و پیامدهای اجتماعی- فرهنگی چالش‌برانگیز برپایی نماز و نیز با هدف پاسخگویی نظری و تجربی بیشتر به این چالش‌ها، مبنای اولیه این کنکاش می‌باشد:

الف) نسل‌های مسلمان جامعه ما در عصر حاضر برمبنای کدام علل و دلایل با نماز پیوند پیدا کرده است؟

ب) این نسل‌ها چه روایت‌های اجتماعی- فرهنگی از فلسفه نماز دارند؟

پ) نسل‌های مورد مطالعه، دارای چه فرهنگ نمازی هستند؟

ت) تیپ‌های اجتماعی- فرهنگی تارک الصلوه، کاهل الصلوه، کاسل الصلوه در جامعه ایرانی- اسلامی ما دارای چه شئون اجتماعی‌اند؟

ث) ساختارهای اجتماعی- فرهنگی جامعه ما در سازوکار ایجاد چالش‌های برپائی نماز به چه نحوی تأثیر گذارند؟  
ج) قواعد فرهنگی و سنتی متعارف در جامعه ما در سازوکار ایجاد چالش‌های اجتماعی- فرهنگی برپائی نماز چگونه تأثیرگذاری معنایی دارند؟

پرسش‌هایی از این نوع باید بتواند اهداف مطلوب اینگونه پژوهش‌ها را به نحو مطلوب محقق سازد.

مهم‌ترین اهداف این نوع دین‌پژوهی اجتماعی مرتبط با نماز را می‌توان اینگونه برشمرد:

الف) شناخت علل و دلایل و چگونگی گرایش به نمازخوانی در بین گروه‌های اجتماعی؛

ب) باز شناخت نوع نگرش مردم به وضعیت نمازخوانی در جامعه؛

ت) معناشناسی نماز در گروه‌های اجتماعی مختلف.

از آنجا که اهداف مزبور باید بتواند به نتایج مورد انتظار منجر شود، از این منظر مقاله حاضر در پی کشف نتایج تحلیلی و تجربی زیر است.

الف) ارائه یافته‌های تجربی از وضعیت کنونی نمازخوانی در بین اقشار مختلف اجتماعی؛

ب) آگاهی یافتن از ذهنیت و انگیزه‌های اقشار مختلف اجتماعی نسبت به مفهوم نماز؛

پ) آشنایی با عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر وضعیت گرایش به نماز در جامعه؛

ت) زمینه‌سازی برای سیاست‌پژوهی نماز و سیاست‌گذاری نماز با هدف تقویت فرهنگ روزآمد و فلسفه حقیقی نماز در جامعه.

با توجه به ماهیت پرسش‌ها و اهداف مقاله حاضر، برای پاسخ به پرسش‌های مطروحه و تحقق عینی‌تر اهداف مزبور، شالوده این نوشتار بر چهار بخش استوار شده است. در بخش اول مبانی نظری و روشی مرور خواهد شد. در بخش دوم با مرور تحلیلی و نظری مطالعات نماز، وجوه ناپیدای واقعیت اجتماعی نمازخوانی در ایران مورد بررسی قرار خواهد گرفت؛ و در بخش سوم ضمن تحلیل ثانویه داده‌های تجربی برگرفته از نماز پژوهی‌های تجربی موجود، وجوه دیگری از این واقعیت را آشکار خواهیم کرد. در بخش چهارم نیز به بینش شهودی نگارنده پرداخته، در ادامه آن مبانی نظری واقعیت اجتماعی نمازخوانی ارائه گردیده و در پایان نیز از مباحث نتیجه‌گیری خواهد شد.

### مبانی نظری و روشی

در این بخش به مرور ادبیات نماز خواهیم پرداخت. هدف از این بازخوانی، برطبق منطق پژوهش اجتماعی، شناخت بیشتر وجوه ناپیدای موضوع و نیز استفاده از داده‌های موجود در این ادبیات برای تدوین بخشی از اطلاعات علمی و کارشناسی مورد نیاز در تنظیم مبانی نظریه اجتماعی نماز و فلسفه و فرهنگ آن است. علاوه بر آن که با مرور بخش تجربی ادبیات موجود نیز می‌توان شناخت بهتری از موقعیت اجتماعی گرایش به نماز پیدا کرد. اما درمورد شکل کمی و کیفی ادبیات گردآوری شده، که در ادامه از نظر می‌گذرد، باید به چند نکته مهم اشاره کرد.

در مجموع به منابع متعدد علمی ارجاع شده است. مرجع عمده دسترسی نیز سایت‌های اینترنتی تخصصی بوده است. قالب ادبی این منابع نیز پست‌بلاگ‌های اینترنتی، مقاله، گزارش طرح پژوهشی، چکیده پایان‌نامه دانشگاهی، گزارش همایش، متن مصاحبه و گزارش خبری بوده است. مقطع زمانی جمع‌آوری این ادبیات هم دهه اخیر (۱۳۸۸-۱۳۷۸) است. از نظر محتوایی نیز نیمی از ادبیات گردآوری شده، از متون تخصصی و نیمی دیگر از متن عمومی اقتباس شده است. متن‌های تخصصی نیز بیشتر یا متن تجربی هستند (پیمایش‌های گرایش اجتماعی به نماز) و یا متن نظری (فلسفه و فرهنگ نمازخوانی). ماهیت اصلی متن‌های عمومی

نیز بیشتر فقهی، معارفی و ادبی است. هر چند در این نوشتار، تأکید و تمرکز اساسی بر مرور متون تخصصی نماز است، با این وجود از مندرجات متون عمومی نیز برحسب مورد استفاده خواهیم کرد.

پیش از پرداختن به بحث اصلی، لازم است به یک طبقه‌بندی در موضوع متون مطالعات نماز اشاره شود. در یک مطالعه کتاب شناختی و توصیفی انجام شده در ۷۲ متن مرتبط با نماز (صحتی سردرودی، ۱۳۷۶) نوشتارهای مزبور، ذیل پنج محور موضوعی مرتب شده است: متون عرفانی، فقهی، تبلیغی، تربیتی، هنری، ادبی و عمومی. ویژگی مهم این کتاب‌شناسی بازده زمانی آن است؛ بدین معنی که مؤلف تلاش کرده تا ادبیات کلاسیک و جدید نماز را به همراه نام مؤلفان معروف‌تر ارائه دهد. خلاصه این کتاب شناسی در جدول شماره ۱ درج شده است.

#### جدول شماره ۱: خلاصه‌گزیده «کتاب‌شناسی توصیفی» نماز

نوع متن	برخی مؤلفان	برخی مضامین کلیدی
عرفانی	ابن‌سینا، ابن‌ترکه، جعفرابن‌طاووس، شهید ثانی، قاضی‌سعید قمی، علامه‌مجلسی، ملا ایچی‌اصفهانی، ملا باقر فشارکی، میرزا ملکی‌تبریزی، شیخ عبدالحسین تهرانی، امام خمینی	اسرار نماز، آثار عرفانی نماز، حقیقت نماز
فقهی	موسوی قزوینی، محقق ثانی، شهید ثانی، شیخ دزفولی، شیخ مرتضی حائری، شیخ غروی‌اصفهانی	وجوب نماز یومیه، وجوب نماز جمعه
تبلیغی و تربیتی	شهید دستغیب، واعظ تبریزی، موسوی، راد لاهیجی، گلزاده غفوری، شهاب‌پور، شهید بهشتی، شفیعیان، هدایی، احمدآبادی	آداب و مسائل نماز
هنری و ادبی	رفیع، رشاد، چناری، صاعدی، سنگری، راشدی، میر نوربخش	نمازهای نیکان، اشعار نمازی، داستان‌های نمازی
عمومی	آیت‌ا... . خامنه‌ای، قرائتی، انصاریان، ارزانی، عزیزی، نجفی، شریفی، محمدباری، بی‌آزار شیرازی، نهانودی	سیرت نمازخوانان حقیقی، رمز و راز نماز، شیوه‌های جذاب کردن نماز

بر مبنای داده‌های سایت: سازمان تبلیغات اسلامی، مرداد (۱۳۹۰)

با بازخوانی این بینش‌ها و یافته‌ها می‌توان بر وجوه نظریه فرهنگی- اجتماعی نماز پرتو بیشتری افکند. از این منظر، توجه به این مضامین در اولویت است.

**الف) نقش سیستمی مسجد در گرایش/ عدم گرایش به نمازخوانی:** از این لحاظ، ماهیت سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، سازمان‌افزاری و انسان‌افزاری مساجد کنونی در ایفای نقش به عنوان عوامل جاذبه/دافعه نمازخوانی قابل ملاحظه است. این امر به ویژه برای ترویج فرهنگ و فلسفه نمازخوانی در میان نسل جوان و نیز اشاعه ارتقاء یافته نماز جماعت اهمیت بیشتری دارد.

**ب) سازوکار تعاملی و تبادلی خانواده و مدرسه در تقویت آگاهانه و اختیاری نماز فرادا و جماعت:** با توجه به اهمیت این دو نهاد اجتماعی و تأثیرگذار در زندگی، توجه به رابطه آن‌ها در نظریه اجتماعی- فرهنگی نمازخوانی ضروری است. از این رو، چند محور قابل تأمل به نظر می‌رسد: نقش تعاملی و تبادلی این دو نهاد در بده و بستان و تقویت همزمان و بازتولید مستمر نماز فراد در خانه و نماز جماعت در مدرسه؛ نقش اجتماعی شدن دینی فرد در خانواده برای ایفای نماز فرادا و باز اجتماعی شدن دینی فرد در مدرسه برای اقامه نماز جماعت. پر واضح است که بدون تعامل و تبادل سازنده مدرسه و خانه در ایفای نمازهای فرادای خانگی و جماعت مدرسه‌ای شکاف و وقفه ایجاد خواهد شد. نکته دیگری که برای نظریه اجتماعی- فرهنگی نماز حائز اهمیت است، نقشی

است که عامل اراده، اختیار و آگاهی در منش و کنش نمازخوانی ایفا می‌کند؛ بدین معنی که اجتناب از عامل زور فیزیکی و اجبار رسمی در دو نهاد خانواده و مدرسه، برای ترویج آگاهانه و عقلانی نمازخوانی مورد تأکید قرار گرفته است.

**پ) پیوند هنر، علم، تکنولوژی و فرهنگ در رسانه‌های کردن نمازخوانی:** با توجه به تأکیدات صاحب‌نظران مطالعات رسانه‌های جدید، مبنی بر پیوند چهار عنصر بالا در رسانه‌های کردن پدیده‌های اجتماعی- فرهنگی مدرن و نیز نقش روزافزون رسانه در معنی‌سازی، هویت‌سازی و سبک‌سازی برای انسان رسانه‌ای شده مدرن، هیچ توجیهی برای استفاده نکردن از این ظرفیت در رساندن پیام حقیقی نمازخوانی توسط رسانه وجود ندارد. در این مفهوم، رسانه‌های شدن جدید نمازخوانی می‌تواند بهتر از وضع موجود، در خدمت معنی‌سازی نمازخوانی، سبک‌سازی نمازخوانی و هویت‌سازی نمازخوانی ایفاء کند. با این وجود، نباید این واقعیت را از نظر دور داشت که رسانه به دلیل همین ظرفیت و توان ارتباطاتی به مثابه شمشیری دولبه نیز هست؛ یعنی در صورت عدم توجه دقیق علمی و فرهنگی به مقتضیات و شئون فلسفه نماز، می‌تواند به شأن حقیقی نمازخوانی نیز خدشه وارد کند. این مهم به ویژه با توجه به مجازی شدن و اینترنتی شدن فضای رسانه و کاهش برد ارتباطی رادیو و تلویزیون و در مقابل افزایش نقش رسانه‌های دیجیتالی شخصی‌شده مانند پیامک، بلوتوث و شبکه‌های ماهواره‌ای و مانند آن‌ها نیز برای نظریه اجتماعی- فرهنگی نماز قابل تأمل است. از این رو احتمالاً لازم است قرائت جدیدی نیز برای نظریه رسانه‌های نماز در ذیل نظریه کلان مزبور در نظر گرفت.

مطالب گفته شده در بالا در برخی دیگر از متون تخصصی نمازپژوهی نیز، به طور نسبی و البته با تعبیرات متفاوت و متمایز مورد تأکید واقع شده است. از این جنبه، در چند گونه دیگر این متون، می‌توان بینش‌های نظری و راهبردی بیشتری در این خصوص به‌دست آورد. در قسمت‌های بعدی به این مضامین نیز خواهیم پرداخت. ابتدا لازم است به بررسی آن دسته از متون تخصصی پرداخته شود که مضمون آن‌ها رسانه ملی و نماز است. این موضوع را در ذیل متون تخصصی گونه چهارم مورد بررسی قرار می‌دهیم. در این زمینه، متأسفانه هر چند مباحث موجود هنوز نتوانسته‌اند از غنای علمی، دست کم به اندازه مطالعات رسانه دینی، برخوردار شوند؛ با این وجود، کنکاش در دو متن در دسترس می‌تواند تا اندازه‌ای رفع نیاز کند. در همین ارتباط جداول ۳ و ۲ با استنباط از این متون تنظیم شده است.<sup>۶</sup> لازم به ذکر است که این مضامین بیشتر حاوی چالش سیمای ملی در عرصه بیان نماز و نیز راهکارهای مناسب در این ارتباط است؛ لذا توقع بینش‌های نظری علمی و تخصصی از تمام این مضامین چندان زیاد نیست؛ اما با این وجود، سودمندی آن‌ها برای فضای رسانه‌ای پرچالش ایران معاصر خود تا اندازه‌ای مسلم است.

**جدول شماره ۲: مضامین کلیدی در زمینه «رسانه‌های شدن نماز» مطرح شده در «رسانه ملی»**

عنوان مقاله	پدید آورنده	مضامین کلیدی
راز نماز و رسانه	همتی	۱. لزوم بیان رسانه‌ای لطافت‌ها و عمق نماز، ۲. استفاده از قالب‌های تلویزیونی متعارف برای بیان نماز، ۳. پرهیز از ترویج خرافات بدون مخاطب در امر نماز، ۴. تأکید بر استفاده از قالب‌های عرفانی و فلسفی و کلامی در امر نماز در رسانه
رسانه نمازگزار	ذوعلم	۵. توجه به ظرفیت محدود رسانه و انتظار مخاطبان در بیان نماز ۶. توجه به ظرایف معنوی نماز در رسانه ۷. هدف قراردادن انتقال رسانه‌ای باطن نماز در رسانه ملی
تبلور حقیقت نماز در آثار نمایشی تلویزیونی	فهیمی‌فر	۸. کاراکتر سکولاریستی شخصیت‌های نماز گزار در رسانه، ۹. لزوم شخصیت پردازی نمازگزار رسانه‌ای بر مبنای ارزش‌های دینی، ۱۰. ضرورت لحاظ تخصص برنامه ساز نماز در رسانه
الگوی تعامل مسجد و رسانه در رضایی‌بایندر		۱۱. لزوم بازاریابی اجتماعی برای مخاطبان نماز در رسانه، ۱۲. پرهیز از تبدیل کردن

توسعه فرهنگی و اجتماعی	رسانه به مسجد دیجیتالی به سبک کلیسای مسیحی، ۱۳. لزوم حفظ قداست معنوی نماز و مسجد در رسانه.
راهکارهای استفاده از نظریه‌های ارتباطی برای اشاعه بیابان‌گرد نماز با تأکید بر تلویزیون	۱۴. رعایت اصول تبلیغات رسانه‌ای برای نماز در تلویزیون، ۱۵. لحاظ نظریه‌های رسانه‌ای مانند رضامندی مخاطب، نیازجویی مخاطب و تاثیر انتخابی در بیان نماز، ۱۶. لحاظ کاراکتر معنوی نماز گزار، فضای معنوی نماز، موقعیت نماز گزار در تلویزیون بر مبنای حقیقت نماز.
نقش رسانه در نمازگزار	۱۷. توجه به نقاط ضعف رسانه در بیان نماز از جمله ظاهر گرایی و سطحی نگری، ۱۸. گسترش نقاط قوت رسانه ملی در بیان نماز از جمله آموزش نماز، پخش اذان و نمایش نماز جماعت علما، ۱۹. ضرورت لحاظ اصول ادبی و هنری در برنامه سازی برای نماز
لنرها ناتوان‌اند مگر - در چند و چون کارکرد رسانه تلویزیون در بیان فرهنگ نماز	۲۰. توجه دقیق به سه چالش اصلی تلویزیون در بیان نماز: بی‌جاذبگی (فقدان جاذبه در تولیدات تصویری نماز)، تصویر ستیزی (نبود تناسب میان نماز و نمایش تلویزیونی آن)، تصویر گریزی (گریختن معانی عمیق نماز از ظرفیت رسانه و تصویر سازی فنی)

بازسازی بر مبنای داده‌های ستاد اقامه نماز (۱۳۸۵)

جدول شماره ۳: مضامین کلیدی در زمینه «رسانه‌ای شدن نماز» مطرح شده در «رسانه ملی»

(۱۰ عنوان گفتگوی کارشناسی)

موضوع گفتگو	گفتگو کننده	مضامین کلیدی
رسانه و محدودیت آن در توجه عمیق به نماز	بیات	۱. ظرفیت‌های محدود رسانه در پرداختن به نماز ۲. مسائل نیروی انسانی متخصص در امر رسانه‌ای شدن نماز ۳. بی توجهی رسانه به نیازهای مخاطبان نماز
دین و توانمندی بنیان‌های رسانه	پورحسن	۴. تفاوت برنامه سازی رادیویی و تلویزیونی برای نماز ۵. بی توجهی به باور دینی نماز گزار در رسانه ۶. بی توجهی به معرفت شناسی نماز در رسانه
نماز، رسانه و تعارض پیام‌ها	پویا	۷. فدا شدن کیفیت نماز در پای کمی شدن برنامه‌های رسانه‌ای شده نماز ۸. کم بودن مایه‌های پژوهش و علمی در برنامه سازی رسانه‌ای برای نماز
رسانه و لزوم انگیزه‌سازی در امور نماز	ذوعلم	۱۰. توجه به ظاهر نماز در رسانه ۱۱. سطحی نگری؛ انتزاعی اندیشی؛ بی توجهی به معنویت نماز در رسانه و غفلت از آرمان حقیقی نماز
ضرورت پرداخت حرفه‌ای به نماز	شاه‌حسینی	۱۲. ضدپیام شدن برنامه سازی رسانه‌ای نماز ۱۳. بی توجهی به شخصیت نماز گزار در رسانه ۱۴. بی توجهی به معنویت گرایی در رسانه‌ای شدن نماز
رسانه و حرکت حرفه‌ای برای تعمیق فرهنگ نماز	کاشانی	۱۵. ضرورت کاربردی کردن پژوهش‌های رسانه‌ای نماز ۱۶. توجه به محتوا و نه فرم در رسانه برای بیان نماز

۱۷. شناسایی فضای جامعه برای بیان نماز		
۱۸. بی توجهی به مسأله هویت در رسانه‌های شدن نماز ۱۹. کلیشه‌ای شدن و سطحی نگری رسانه در بیان نماز	کرمی	نماز محسوس و الگوهای شاخص
۲۰. فقدان سیاست مدون رسانه‌ای برای نماز ۲۱. بی توجهی به پیچیدگی ذهن مخاطب رسانه در بیان امر نماز	متوسل	رسانه و برنامه‌های مستقل مذهبی
۲۲. ضرورت آموزش دینی و هنری نماز در رسانه ۲۳. ضرورت رعایت اصول تبلیغی نماز در رسانه	محمدیان	رسانه منبر نیست
۲۴. توجه به جهانی شدن فرهنگی و نقش رسانه در بیان امر نماز	همایون	رسانه و درونی‌سازی فرهنگ نماز

بازسازی بر مبنای داده‌های ستاد اقامه نماز (۱۳۸۵)

به طور کلی، مفاد این دو جدول مبین برخی از افکاری است که می‌توان آن‌ها را بخشی از وجوه نظریه رسانه‌ای شدن نماز تلقی کرد. برای فهم بهتر این وجوه، بازخوانی این افکار می‌تواند مفید باشد: الف) اهمیت مخاطب سنجی برای نماز رسانه‌ای، ب) اهمیت بازاریابی اجتماعی برای نماز رسانه‌ای، ج) اهمیت تبلیغات فرهنگی دینی برای نماز رسانه‌ای، د) اهمیت مسجد الکترونیکی و دیجیتالی برای نماز رسانه‌ای، ه) اهمیت برنامه‌سازی تلویزیونی برای نماز رسانه‌ای و) اهمیت نماز مجازی برای نماز رسانه‌ای، ز) اهمیت واقعیت اجتماع دینی نمازخوانی برای نماز رسانه‌ای.

اما مورد اخیر، واقعیت اجتماع دینی و وضعیت نمازخوانی، دست مایه برخی از متون تخصصی نمازپژوهی قرار گرفته است. به عبارت دیگر، متونی که با پیمایش تجربی نماز در ایران سروکار داشته است، برخی از ابعاد واقعیت نمازخوانی و ماهیت گرایش/عدم گرایش به نماز را کم و بیش نشان داده است. در بخش دوم به بررسی و تحلیل نظری یافته‌های تجربی این متون، تحت عنوان پژوهش‌های تجربی نماز خواهیم پرداخت.

### ۳. نمازپژوهی‌ها و واقعیت اجتماعی نمازخوانی

متون نمازپژوهی تجربی که در این بخش مورد کنکاش و تحلیل قرار می‌گیرد سه دسته‌اند: مقالات، چکیده گزارشات و گزارش مفصل طرح‌های پژوهشی. این توضیح لازم است که یافته‌های مندرج در مقالات و چکیده گزارش‌ها به طور خیلی مختصر ارائه شده است، اما در گزارش مفصل طرح‌های پژوهشی، اطلاعات تجربی زیادی قابل دسترسی است. به طور کلی، همین تعداد اندک از یافته‌های تجربی در دسترس بخوبی مبین واقعیت اجتماعی نمازخوانی در ایران، دست کم در یک دهه اخیر است. در مجموع ۱۸ عنوان چکیده مقالات و گزارشات طرح‌های پژوهشی تجربی درباره واقعیت اجتماعی نمازخوانیمتون مزبور را تشکیل می‌دهد.

#### جدول شماره ۵: برخی یافته‌های مربوط به «واقعیت اجتماعی نمازخوانی در بین دانش‌آموزان و دانشجویان»

پدید آورنده	عنوان پژوهش	مضمون اصلی	یافته‌های تجربی کلیدی
علل	نمازگیزی	۱. استفاده از اهرم اجبار در مدرسه و کسر نمره انضباطی به عنوان عامل	
رحمتی	و دانش‌آموزان	نمازگیزی	نمازگیزی؛
سجادی	(دوره متوسطه: بویین دانش‌آموزان		۲. تأثیر برنامه‌های نامناسب مدرسه در عدم ترویج نمازخوانی.
	میانداشت)		
آقامحمدی و میزان	تأثیرپذیری فرزندان والدین،		۳. تأثیر بیشتر والدین بر نمازخوانی دختران تا پسران ۴. نقش موثر

- اسدی از والدین در گرایش به نماز دانش‌آموزان (دوره متوسطه: دیوان دره و نمازخوانی سروآباد)
- تولویزیون بر ترویج نمازخوانی؛ ۵. تاثیر مثبت والدین نماز جماعت خوان بر بر فرزندانشان.
- تعین نقش تربیتی نماز جماعت و تاثیر آن در نمازخوانی پیشرفت تحصیلی و کرامتی (دانش‌آموزان: منطقه ۱۶ و دانش‌آموزان تهران)
۵. تفاوت معنی‌دار میان اعتقادات دینی دختران و پسران؛ ۶. همبستگی بالا میان اعتقادات دینی و گرایش به نماز؛ ۷. همبستگی پایین میان نقش دوستان و گرایش به نماز.
- تاثیر نماز جماعت بر تربیت نمازخوانی اجتماعی و بای (دانش‌آموزان متوسطه: آزاد جماعت و دانش‌آموزان شهر)
۸. تاثیر نماز جماعت بر رشد تربیت اجتماعی دانش‌آموزان دختر به نسبت پسران؛ ۹. تاثیر افزایش سن دانش‌آموزان بر فرآیند مزبور.
- بررسی نقش مساجد موفق نمازخوانی در جذب جوانان به نماز جماعت و جوانان
۱۰. نقش مساجد فعال محلی بر جذب نمازخوان؛ ۱۱. تاثیر مقبولیت اجتماعی امام جماعت بر جذب نمازخوان؛
۱۲. نقش عملکردهای فرهنگی فوق برنامه مساجد بر جذب نمازخوان.
۱۳. تاثیر دیدگاه‌های امام خمینی و مقام معظم رهبری بر ترغیب جوانان معلمان در گرایش جوانان مدرسه و معلم و به مساجد؛ ۱۴. تاثیر برگزاری دوره‌های فوق برنامه بر گرایش بیشتر به نماز؛ ۱۵. تاثیر روحانیون مقبول و افراد موجه بر گرایش بیشتر به نماز (آموزش و پرورش نجف آباد دانش‌آموزان)
- شایگان
- موحدی به مسجد نمازخوانی (آموزش و پرورش نجف آباد دانش‌آموزان)

اما آن‌چه که اینگونه پژوهش‌های تجربی مربوط به نمازخوانی در ایران، و به خصوص وضعیت نمازخوانی در میان نسل جوان تحصیل کرده اعم از دانش‌آموز و دانشجو به دنبال توصیف آن است برای نگارنده این نوشتار بسیار مهم است. از این رو، در ادامه به فهرست مهم‌ترین نتایج تجربی برگرفته می‌پردازیم.

**الف) عوامل جاذبه نمازخوانی:** در این زمینه، برخی از عوامل بر نماز مدرسه‌ای مؤثرتر بوده است؛ والدین نمازخوان، دوستان نمازخوان، نمازخانه مناسب، معلمان نمازخوان، آگاهی بالا از اثرات نماز، موفقیت در آموزش درس دین و معارف، نحوه تدبیر و رفتار مناسب و سنجیده اولیاء مدرسه با نمازخوانی مدرسه‌ای.

**ب) عوامل دافعه نمازخوانی:** در این زمینه نیز عوامل خاصی بر نماز مدرسه‌ای مؤثر ارزیابی شده است، که مهم‌ترین آنها عبارتند از: بی تفاوتی والدین نسبت به نمازخوانی فرزندانشان، خجالت از نمازخواندن در مدرسه، خستگی به خاطر ساعات درسی زیاد، نبود نمازخانه مناسب در مدرسه، ندانستن آثار مثبت نماز، فقدان دانش دینی لازم، بی‌تدبیری مدرسه و اجبار دانش‌آموزان به نماز.

**پ) وضعیت نمازخوانی نسل جوان تحصیل کرده:** در این باره نیز این یافته‌های آماری به دست آمده است؛ فراوانی بیشتر اقامه نماز فرادا به نسبت نمازهای جماعت، تقید بیشتر دختران به اقامه نماز جماعت نسبت به پسران، قضا شدن نماز صبح نسبت به



سایر نمازهای یومیه، شکاف بین نمازخوانان و نمازخوانان، شکاف بین والدین پی‌گیر و والدین بی‌تفاوت به نمازخوانی فرزندان، وجود بی‌اعتمادی به روحانیون مساجد و امام جماعات.

این فهرست تجربی مشخص می‌کند که برای تکمیل نظریه اجتماعی نمازخوانی باید دست‌کم روی چند مؤلفه تعیین‌کننده مهم از جمله موارد ذیل تأکید کرد: الف) نقش و گستره تأثیر عوامل جاذبه/دافعه نمازخوانی، ب) نقش نمازخانه مدرسه و دانشگاه، ج) نقش مدرسه و سیاست‌های دینی آن، د) نقش خانواده و حساسیت والدین به نمازخوانی فرزندان، ه) دو قطبی شدن اجتماع دینی کنونی به دو بخش: جمعیت مقید به نماز و جمعیت بی‌توجه به نماز. با توجه به اهمیت این فهرست، در ادامه به بررسی آن دسته از پژوهش‌های تجربی نماز خواهیم پرداخت که نتایج عینی اثرات این گونه عوامل را به طرز گسترده‌تر در اجتماع دینی ایران نشان داده است.

پیش از پرداختن به این موضوع، لازم است درباره داده‌های آماری این پژوهش‌ها چند نکته خاطر نشان شود. در مجموع پژوهش‌های تجربی که در ادامه این بخش مورد تحلیل قرار خواهد گرفت (یافته‌های ۳۶ طرح پژوهشی تجربی دینی و نماز از ۱۳۷۴ تا ۱۳۸۷) دارای این مشخصات آماری هستند: الف) محدوده مورد پژوهش (ملی) ۱۰ درصد، تهران ۵۳ درصد، شهرستان‌ها ۳۶ درصد بوده است؛ ب) گستره جمعیت نمونه پژوهش (۸۱ درصد، کم‌تر از ۱ هزار نفر جمعیت نمونه تحقیق، ۱۴ درصد، بین ۱ تا ۵ هزار نفر جمعیت نمونه تحقیق، ۵ درصد نیز از ۵ هزار تا ۷ هزار نفر جمعیت نمونه تحقیق بوده است؛ ج) جامعه آماری (مهمترین حوزه را جوانان با ۷۳ درصد تشکیل داده است؛ د) محورهای اصلی نماز پژوهی با توجه به ابعاد نمازخوانی فرادا، جماعت، جمعه و مستحبی در الویت قرار گرفته است (کاظمی و فرجی، ۱۳۸۸).

علاوه بر این، مجموعه سؤالاتی که در طرح‌های پژوهشی راجع به نمازخوانی پرسیده شده است نیز حائز اهمیت است؛ که عبارت است از: محل خواندن نماز، شرکت در نمازهای جمعه و عیدها، آشنایی با مفاهیم نماز، لذت از نمازخوانی، اطلاع از شرایط فقهی وضو و نماز، اثرات نمازخوانی، رفتارهای مثبت و منفی نمازخوانان در جامعه، تبعات بی‌نمازی، تأثیر نمازخوانان بر دیگران، اهمیت شرعی نماز، اهمیت نماز اول وقت، اهمیت نمازهای نافله، حساسیت افراد به نمازخوانی/ نمازخوانی خود، دیگران و خانواده، آگاهی از فلسفه نماز، حساسیت به نمازخوانی خود، تعداد دفعات نمازخوانی، جایگاه نماز در سلسله مراتب ارزشی فرد، رفتن به مسجد، روابط اجتماعی با نمازخوانان / نمازخوانان، تأثیر رضایت از نظام سیاسی و نمازخوانی / نمازخوانی، تأثیر رضایت از روحانیت و نمازخوانی / نمازخوانی.

این فهرست نیز به نوبه خود باید بخشی از مؤلفه‌های نظریه‌ای واقعیت اجتماعی نمازخوانی محسوب شود. به این لذا می‌توان آنها را در قالب چند مؤلفه اشاره کرد: الف) آگاهی از فلسفه و دانش نمازخوانی، ب) حساسیت به نمازخوانی، ج) نوع رابطه و نگرش سیاسی به نظام سیاسی و روحانیت، د) نگرش نسبت به رفتارهای اجتماعی اخلاقی دینی نمازخوانان. با توجه به این توضیحات، در ادامه، ضمن ارائه مفصل یافته‌های تجربی پژوهش‌های نمازخوانی، تحلیلی از این یافته‌ها نیز به تفکیک محدوده‌های مورد مطالعه (ملی، شهر تهران و شهرهای دیگر) ارائه می‌شود.

### واقعیت اجتماعی نماز: یافته‌های سطح ملی

در سطح ملی و البته در مقایسه با تهران درصد پژوهش‌های تجربی نمازخوانی همچنان ناچیز است. با این وجود، همین تعداد کم نیز می‌تواند تا اندازه‌ای مبین برخی شاخص‌های اجتماعی نماز باشد.

## جدول شماره ۵: برخی شاخص‌های اجتماعی «نماز خوانی»

پژوهشگر	جامعه آماری	شاخص اجتماعی نماز خوانی (به درصد)
محسنی (۱۳۷۹)	۱۵ شهر (بالای ۱۶ سال)	۱. شرکت در نماز جماعت {زیاد (۱۸)، گاهی (۲۷)، هرگز (۲۹)}.
طالبان (۱۳۷۹)	دانش‌آموزان سوم دبیرستان (۵۳۵۴ نفر)	۲. خواندن مرتب نماز فرادا {هرروز (۵۵)، برخی روزها (۳۳)، اصلاً (۷)}؛ ۳. شرکت در نماز جماعت {هرروز (۵)؛ برخی روزها (۲۷)، اصلاً (۶۵)}؛ ۴. شرکت در نماز جمعه {هر جمعه (۲)، ماهی یک بار (۵)، چند مرتبه در سال (۱۰)، اصلاً (۶۵)}.
رضایی (۱۳۸۰)	۲۸ شهر مرکز استان (بالای ۱۵ سال / ۱۷ هزار هرگز (۲۳) نفر)	۵. اعتقاد به دین‌داری بدون نماز خوانی {مخالف (۵۴)، مردد (۱۰)، موافق (۳۶)}؛ ۶. شرکت در نماز جماعت {همیشه (۶)، اکثراً (۱۴)، گاهی (۳۱)، به ندرت (۳۶)، هرگز (۲۳)}؛ ۷. شرکت در نماز جمعه {همیشه (۴)، اکثراً (۸)، گاهی (۲۳)، به ندرت (۲۹)، هرگز (۳۸)}.
رجب‌زاده (۱۳۸۲)	۲۸ شهر مرکز استان (بالای ۱۶ سال / ۹۱۴ حضور در مسجد برای نماز خوانی {۳۰} هزار خانوار / ۶۶ هزار نفر)	۱۰. خواندن مرتب نمازهای فرادا {کامل (۴۵)، روزانه (۳۸)، هفتگی (۴)، ماهانه (۴)}؛ ۱۱. خواندن مرتب نمازهای جماعت {کامل (۵)، روزانه (۱۳)، هفتگی (۲۲)، ماهانه (۲۵)، هرگز (۸)}.
آزادارمکی (۱۳۸۲)	ملی (بالای ۱۵ سال / ۲۵۳۰ نفر)	۱۲. خواندن مرتب نماز فرادا طی سال گذشته {اکثراً (۷۰)، گاهی (۱۸)، به ندرت (۱۳)}؛ ۱۳. شرکت در نماز جماعت طی سال گذشته {اکثراً (۱۴)، گاهی (۲۷)، به ندرت (۶۰)}؛ ۱۴. شرکت در نماز جمعه طی سال گذشته {اکثراً (۶)، گاهی (۱۶)، به ندرت (۷۹)}؛ ۱۵. اعتقاد به دین‌داری بدون نماز خوانی {کم (۵۱)، متوسط (۱)، زیاد (۴۰)}؛ ۱۶. اعتقاد به عدم مراد با نماز نخوانان {مخالف (۷۳) مردد (۱۲) موافق (۱۵)}
گودرزی (۱۳۸۲)	۲۸ شهر مرکز استان (بالای ۱۵ سال / ۴۵۸۰ نفر)	

بازسازی بر مبنای داده‌های کاظمی و فرجی (۱۳۸۸)، تعداد جمعیت‌های نمونه (۹۵۴۵۵ نفر)، ۶ عنوان پژوهش ملی

## راه های تشویق دانش آموزان به نماز

۱. پدر و مادر و بزرگترها به خواندن نماز به خصوص نماز سروقت علاقه نشان بدهند و در اعمال و رفتار خود خالصانه رفتار کنند.
۲. بزرگترها بخصوص پدر و مادر و معلم در انجام فرایض نماز به کودک اجبار نکنند.
۳. اولیا و مربیان کودک را اگر نماز خواند تشویق کنند یا جایزه بدهند.
۴. والدین موقع نماز کودک را با خود برای شرکت در نماز به مسجد ببرند.
۵. برای دختر چادر نماز و جانماز رنگی و زیبا تهیه کنند.
۶. والدین کودک را به طور غیرمستقیم برای خواندن نماز آموزش بدهند.
۷. موقع پخش اذان و نماز از تلویزیون و رادیو اجازه بدهند کودک به طور غیر مستقیم گوش بدهد و ببیند.
۸. والدین هنگام خواندن نماز کمی بلند و با صوت زیبا بخوانند.
۹. والدین و معلم با آمادگی جسمی و روحی بیشتری نماز بخوانند تا مورد توجه کودک قرار بگیرند.
۱۰. به اجبار کودک را برای خواندن نماز وادار نکنیم او خودش باید نماز خواندن را به چیزهای دیگر ترجیح بدهد.
۱۱. وقت شناسی و سروقت نماز خواندن والدین تاثیر بسزایی روی کودک دارد.
۱۲. برای کودک در مورد خاطرات نماز خواندن خود صحبت بکنیم.
۱۳. آراستگی والدین در موقع خواندن نماز و حفظ آرامش و تند تند نخواندن نماز تاثیر زیادی در تشویق کودکان به خواندن نماز دارد.
۱۴. چون کودک ابتدا در خانواده و بعد در مدرسه و سپس در جامعه زندگی می کند لذا رفتار والدین و اولیای مدرسه و رهبران
۱۵. دینی و بزرگان کشور ... به عنوان الگو در نگرش مثبت و منفی او به نماز اهمیت زیادی دارد.
۱۶. رعایت اصول اخلاقی و انسانی و پای بندی به مسائل دینی و ... از طرف والدین و رهبران دینی و اولیای مدرسه و ... به عنوان
۱۷. الگو نقش مهمی در اعتقادات دینی کودکان و خواندن نماز آن ها دارد.
۱۸. احساس خوشایندی نسبت به نماز را در کودکان ایجاد کنیم.
۱۹. اگر کودک نماز را اشتباه خواند به هیچ وجه به طور مستقیم گوشزد نکنیم. به مرور زمان به طور غیر مستقیم آن اشتباه را اصلاح کنیم.
۲۰. استفاده از عطر و بوی خوش هنگام خواندن نماز تاثیر زیادی در جذب کودک به نماز دارد.
۲۱. در مورد مهربانی های خدا صحبت کنیم و اینکه نماز راه تشرک از خداست.
۲۲. نماز را سهل و آسان نشان بدهیم و از سختگیری و زیاده روی پرهیز کنیم.
۲۳. دانش آموزان را با نماز گزاران موفق در زمینه های ورزشی و هنری و ... آشنا کنیم.
۲۴. دعوت کردن دانش آموزان به نماز توسط نماز گزار موفق و پایبند به دین و دارای رفتار و اخلاق حسنه و با نظم انجام گیرد.
۲۵. آشنایی کودکان با فواید و آثار نماز در قالب هنر چون شعر و داستان انجام گیرد.
۲۶. مدرسه و خانه و جامعه باید در جهت سوق دادن کودکان به فرهنگ نماز خوانی با هم همکاری محکمی داشته باشند.
۲۷. تکرار و مداومت در خواندن نماز باعث می شود که کودک به خواندن نماز تشویق شود.
۲۸. از سنین کودکی باید کودکان را با نماز مانوس و آموزش داد چون زمینه ی نماز در روح کودکان موجود است.
۲۹. اقامه ی نماز با مدیر و مربیان تربیتی به صورت جماعت و اجرای برنامه های متنوع توسط دانش آموزان در محل نماز در مراسم های مختلف، تصاویر خوش آیند و زیبا از محل نماز در ذهن و خاطر دانش آموزان بر جای می گذارد.

۳۰. همه ی دانش آموزان مدرسه را در اداره ی نماز سهیم نموده و به آن ها مسولیت بدهیم.
۳۱. دعوت نمودن از متولیان دینی و دانش آموزان مدارس مختلف و... برای اقامه ی نماز در مدرسه تاثیر زیادی در جذب کودکان به نماز خواندن دارد.
۳۲. ایجاد اعتماد به نفس در کودکان که اگر با تمسخر افراد نادان روبه رو شد از نماز خواندن دل سرد نشود.
۳۳. اعتدال در آموزش مسائل دینی و عدم توجه به تمام ابعاد وجودی انسان و توجه بیش از اندازه به یک بعد، انسان را تک بعدی بار می آورد و از انسانیت و توجه واقعی به خدا دور می کند.
۳۴. روحانیون به ویژه طلبه های جوان باید ارتباط عاطفی و صمیمی بیشتری با جوانان ایجاد کرده و از هنر و فن آوری رایانه استفاده کنند، ضمن آنکه آنان اول خودشان به این دو پدیده مجهز شوند تا بتوانند با آگاهی کافی به جذب جوانان بپردازند.
۳۵. برای ترویج و توسعه نماز در میان جوانان و نوجوانان از روحانیون جوان، خوش ذوق، مجرب و با نشاط و صبور استفاده شود.
۳۶. انتظار می رود تا امام جماعتی که انتخاب می شود حرف و عملش با هم یکی باشد.
۳۷. امام جماعت مردم گرا و مرد عمل باشد و در انجام کارهای خیر، درست و نیکو پیشتازتر از دیگران باشد.
۳۸. برای تشویق نمازگزاران جوان و نوجوان از طریق امامان جماعت مساجد اقدام شود.
۳۹. حضور روحانیت در مدارس و مراکز تجمع جوانان بیشتر و پررنگ تر شود.
۴۰. برای توسعه و ترویج نماز در میان جوانان از روحانیون جوان و با مطالعه استفاده شود تا بیشتر با زبان جوانان و نوجوانان هم خوانی داشته باشند.
۴۱. در نظر گرفتن بهترین مکان در فضای آموزشی مدارس و دانشگاه ها برای نماز جماعت
۴۲. از امام جماعت هایی که نماز را با لحن خوش خوانده و نماز را طولانی نمی کنند، استفاده شود.
۴۳. همانگونه که حضور امام جماعت های ثابت در مساجد رونق دهنده نماز است، در مدارس نیز امام جماعت ها ثابت باشند.
۴۴. نقش روحانیون در بین جوانان در مسجد خوب است و بهتر است که این نقش توسط امام جماعت ها در مدارس نیز بیشتر شود.
۴۵. روحانیون و به ویژه ائمه جماعات اهمیت و جایگاه نماز را در زندگی روزمره جوانان و نوجوانان تشریح کنند.
۴۶. ایجاد ستاد نماز در مدارس به شکلی که دانش آموزان خود مسؤول این ستاد باشند.
۴۷. اهمیت دادن مدیران، معلمان و دبیران در مدارس به امر نماز و شرکت آنان در نماز جماعت برای ترغیب دانش آموزان.
۴۸. برای توسعه فرهنگ نماز جماعت از مدارس باید شروع کرد.
۴۹. ایجاد نمازخانه های مناسب در مدارس که دانش آموزان بتوانند نماز بخوانند، در بعضی مدارس چون نمازخانه وجود ندارد و یا بعضاً مکان نامناسبی برای نمازخانه در نظر گرفته می شود و یا برای فرش کردن آن از موکت های کهنه استفاده می شود، انگیزه برای شرکت در نماز جماعت کم می شود.
۵۰. برای ترویج و توسعه نماز باید توجه بیشتری به خود سازمان آموزش و پرورش شود.

## پیشنهادات

۱. ایجاد جذابیت در مساجد و نمازخانه های مدارس مطابق با روحیه جوانان و نوجوانان به ویژه به انجام برنامه های فرهنگی مذهبی شاد.
۲. حضور مسؤولان در نماز جماعت برای حضور جوانان مهم است.
۳. ایجاد انگیزه بیشتر با تشویق، ترغیب و اهدای جوایز برای جذب بیشتر جوانان و نوجوانان به نماز.

۴. انجام اموری که موجب بها دادن و ارزش‌گذاری بیشتر به جوانان و نوجوانان می‌شود.
۵. تبیین اصول و فروع دین به شیوه و بیان شیوا، جذاب و مناسب برای جوانان و نوجوانان.
۶. از گناهکار قلمداد کردن جوانان در مجامع عمومی خودداری شود تا زمینه جذب و عدم دوری آنان به دین فراهم شود.
۷. نحوه برخورد مناسب با جوانان و نوجوانان در گرایش آنان به نماز مهم است.
۸. بیان اهمیت نماز و تأثیر نماز در زندگی و موفقیت‌های اجتماعی آنان اشاره شود و از تبلیغات و روش‌های مناسب اطلاع‌رسانی استفاده شود.
۹. با دیدی جوان به جوانان و نماز نگریسته شود.
۱۰. برای افکار جوانان احترام قائل شویم و با شیوه اطلاع‌طلبانه نظریات آنان را اطلاع کنیم.
۱۱. برای امتیاز دادن به جوانان و نوجوانان در امر نماز، در مدارس و مساجد کارت نماز تهیه شود.
۱۲. فرهنگ نماز باید در خانه و خانواده نهادینه شود.
۱۳. رسانه صدا و سیما می‌تواند در زمینه فرهنگ ترویج و توسعه نماز مهم و تأثیرگذار باشد.
۱۴. روش چهره به چهره در توسعه فرهنگ نماز مؤثر است.
۱۵. بهتر است امور مساجد بیشتر به دست جوانان سپرده شود.
۱۶. فرهنگ‌سازی صحیح و مناسب در امر توسعه نماز مؤثر است.
۱۷. جوانان و نوجوانان منتظر تشویق و ترغیب هستند، از این روش زیاد استفاده شود.
۱۸. از روش‌های برگزاری مسابقات و اردوهای سیاحتی و زیارتی در سطح مساجد و مدارس برای جوانان و نوجوان استفاده شود.
۱۹. با قدرت جاذبه زیاد در امر نماز با جوانان و نوجوانان برخورد شود، در برخورد با جوان نباید سخت‌گیری کرد بلکه باید به آنان فرصت داد تا به مرور زمان بهتر شوند.
۲۰. به ترویج فرهنگ نماز در محوطه‌های عمومی مثلاً در خیابان‌ها، بوستان‌ها و ... اقدام کرد.
۲۱. در امر نماز جوانان و نوجوانان نباید به صورت اجبار عمل نکرد بلکه باید از برنامه‌های تشویقی استفاده کرد.

### نتیجه‌گیری

در قالب نتیجه‌گیری از مباحث مطرح شده، در ادامه، تعدادی از مفروضات اساسی بازگو می‌شود که می‌تواند راهنمای سودمندی برای پژوهش اجتماعی نماز باشد؛ که هدف آن شناخت و تبیین واقعیت اجتماعی نماز است. این مفروضات (طبق نظر کارل پوپر) باید پاسخ‌های موقتی به پرسش‌های پژوهش دانست.

۱. بخشی از «چالش اجتماعی وضعیت نمازخوانی» برحسب «شکاف‌های اجتماعی باور- رفتار نمازخوانی» و «قطبی شدن‌های اجتماع دینی» در بین «گروه‌های اجتماعی» قابل تحلیل است.
۲. بخشی از «وضعیت مواجهه اجتماع دینی با نماز»؛ بر مبنای «روایت» (های) گروه‌های اجتماعی از «فلسفه نماز» قابل تبیین است.
۳. بخشی از ماهیت متمایز و متفاوت «باور و رفتار نمازخوانی» در بین «گروه‌های اجتماعی» متنوع، با استناد به «شرایط زندگی و سبک زندگی سنتی/ مدرن» آنان قابل تحلیل است.
۴. بخش دیگری از ماهیت متمایز و متفاوت «باور و رفتار نمازخوانی» در بین «گروه‌های اجتماعی» متنوع نیز با اتکاء به وضعیت کنونی «سیاست فرهنگی نمازی: رسانه، مسجد، خانواده و مدرسه» قابل تبیین است.

### پی‌نوشت‌ها

(۱) متون عمومی نماز پژوهی از این منبع گرفته شده است: [www.hawzah.net](http://www.hawzah.net)

ضمنا منبع اصلی این مطالب نیز نشریات زیر هستند:

پیام زن، شمیم یاس، پاسدار اسلام، پرسمان، نامه جامعه، مبلغان، موعود جوان، خیمه، طوبی، اشارات، گلبرگ خرداد، گنجینه، پیام حوزه، کوثر، سروش وحی، بشارت، فرهنگ جهاد، معارف اسلامی، دین پژوهان.

۲) سایت نهاد رهبری: [www.nahad.ir/payannamedini/result.php](http://www.nahad.ir/payannamedini/result.php).

۳) سایت حوزه نت: [www.hawzah.net](http://www.hawzah.net).

۴) سایت ستاد اقامه نماز: [www.center.namaz.ir](http://www.center.namaz.ir) و همچنین سایت سازمان تبلیغات اسلامی: [www.ido.ir](http://www.ido.ir).

۵) ستاد اقامه نماز ( ۱۳۸۹ )، چکیده مقالات هجدهمین اجلاس سراسری نماز: مسجد، جوانان نماز - چالش‌ها و راهکارها، تهران: موسسه فرهنگی - انتشاراتی ستاد اقامه نماز.

۶) ستاد اقامه نماز (۱۳۸۵)، مجموعه مقالات علمی پانزدهمین اجلاس سراسری نماز: نماز و رسانه ملی ۱، تهران: موسسه فرهنگی - انتشاراتی ستاد اقامه نماز.

ستاد اقامه نماز (۱۳۸۵)، مجموعه مصاحبه های علمی پانزدهمین اجلاس سراسری نماز: نماز و رسانه ملی ۲، تهران: موسسه فرهنگی - انتشاراتی ستاد اقامه نماز.

۷) این یافته های تجربی در منابع زیر موجود است:

الف) یافته‌های ۹ عنوان مقاله پژوهشی تجربی در سایت ستاد اقامه نماز در دسترس است: [www.center.namaz.ir](http://www.center.namaz.ir).

ب) یافته‌های ۹ عنوان چکیده طرح های پژوهشی تجربی نیز در سایت سازمان مدارک و اطلاعات علمی ایران- وزارت علوم در دسترس است: [www.database.irandoc.ir](http://www.database.irandoc.ir).

پ) همچنین اطلاعات مفصل برخی از طرح‌های پژوهشی تجربی نمازخوانی از کتاب زیر اخذ شده و سپس بازخوانی و ویرایش شده‌اند.

## منابع

۱. قرآن کریم

۲. صحتی سردرودی، محمد ( ۱۳۷۶ ) کتاب‌شناسی توصیفی و گزیده نماز، مجله پاسدار اسلام، شماره ۱۸۹

۳. کاظمی، عباس و فرجی، مهدی (۱۳۸۸)، سنجه‌های دین‌داری در ایران، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.