

واقعیت اجتماعی «نماز خوانی» در ایران: بازخوانی «مطالعات نماز» و «نماز پژوهی» ها^۱

سید محمود نجاتی حسینی*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۹/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۵/۲

چکیده

هر چند پرستش، به عنوان بخشی اساسی از تدین، در عمل دینی ادیان ابراهیمی، در قالب عبادت متجلی شده است؛ اما تنها در اسلام است که این عمل عبادی در زندگی روزمره مسلمین با خواندن نماز عینیت می‌یابد و گرانگه عبادت شناخته می‌شود. مسأله پژوهش این است که هر چند در سپهر معارف اسلامی و فقه شیعی، وجوب اقامه نماز، به عنوان نماد و شاخصی دینی، اسلامیت، ایمان به خداوند و ادای عبودیت را ترویج می‌کند؛ اما نحوه توجه به نماز و نیز ماهیت کمی و کیفی ایفای این فریضه واجب و همچنین مراتب شکلی و محتوایی آن در بین مسلمانان ایرانی با چالش‌هایی مواجه است. این مسأله پرسش‌هایی را در ذهن متبادر می‌کند که در این مقاله سعی شده به آنها پاسخ درخور داده شود. مهمترین سؤالات این پژوهش عبارتند از اینکه: خاستگاه چالش‌های اجتماعی فرهنگی خواندن نماز چیست؟ مکانیزم ایجاد چالش‌های اجتماعی فرهنگی نماز خوانی چیست؟ پیامدهای ناشی از چالش‌های اجتماعی فرهنگی نماز خوانی چیست؟ برای پاسخگویی به پرسش‌های مطروحه، مقاله به چشم‌اندازهای جامعه‌شناسی دینی و به واقعیت اجتماعی نماز خوانی، با استنباط از مطالعات نظری نماز و نماز پژوهی از جمله تجربه‌هایی که طی یک دهه اخیر در ایران انجام شده توجه کرده است. در این میان بینش شهودی نگارنده و روش تحلیل ثانویه نیز موجب غنای مقاله شده است. یافته‌های مقاله مؤید آن است که: بخشی از «چالش اجتماعی وضعیت نماز خوانی» برحسب «شکاف‌های اجتماعی باور - رفتار نماز» و «قطبی شدن‌های اجتماع دینی» در بین «گروه‌های اجتماعی» قابل تحلیل است؛ در حالیکه بخشی از «وضعیت مواجهه اجتماع دینی با نماز» بر مبنای «روایت‌های گروه‌های اجتماعی از «فلسفه نماز» قابل تبیین است. همچنین بخشی از ماهیت متمایز و متفاوت «باور و رفتار نماز خوانی» در بین «گروه‌های اجتماعی» متنوع و با استناد به «شرایط زندگی و سبک زندگی سنتی / مدرن» آنان قابل تحلیل است. و در آخر، بخش دیگری از ماهیت متمایز و متفاوت «باور و رفتار نماز خوانی» در بین «گروه‌های اجتماعی» متنوع نیز با اتکاء به وضعیت کنونی «سیاست‌های فرهنگی نماز خوانی به مدد رسانه، مسجد، خانواده و مدرسه» قابل تبیین است.

کلمات کلیدی: نماز پژوهی اجتماعی، دین پژوهی اجتماعی، مسأله اجتماعی نماز خوانی، واقعیت اجتماعی نماز خوانی.

^۱ این مقاله صورت بازخوانی بخشی از گزارش یک طرح پژوهشی است که نگارنده با حمایت مادی «ستاد اقامه نماز» (معاونت فرهنگی و پژوهشی - تابستان ۱۳۹۰) و با همکاری دکتر امید علی احمدی (دانشگاه آزاد اسلامی - آشتیان)، دکتر محمد سمیعی (دانشگاه تهران - دانشکده مطالعات جهان) و دکتر سید علی مرتضویان (دانشگاه آزاد اسلامی - تهران مرکز) در دست انجام دارد. مسئولیت پاسخ‌گویی مطالب مرقوم شده در این مقاله متوجه نگارنده است.

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد آشتیان، nejati.hosseini@gmail.com

مقدمه

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 گرانگه عبادت به شمار می‌آید.

درحالی‌که 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، برطبق 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؛

* ذلک الكتاب لاریب فیه هدی للمتقین، الذین یومنون بالغیب و یقیمون الصلوه و مما رزقناهم ینفقون، اولئک علی هدی من ربهم و اولئک هم المفلحون (سوره مبارکه بقره آیات ۲ تا ۵).

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.

برطبق 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 این رو پرسش‌های زیر، با تمرکز برخواستگاه 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 بر مبنای 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 برپایی نماز به چه نحوی تأثیر گذارند؟

(ج) قواعد فرهنگی و سنتی متعارف در جامعه ما در سازوکار ایجاد چالش‌های اجتماعی-فرهنگی برپایی 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 پیش‌شهودی 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

برای آشنایی با نحوه استنباط نظری و استنتاج تجربی راجع به واقعیت اجتماعی نمازخوانی، مرور مبانی نظری و روشی موضوع مورد مطالعه سودمند خواهد بود. پیش از ورود به بحث، لازم است به این نکته مهم نیز اشاره شود که منظور از مبانی نظری و روشی در این مقاله ناظر به دو معنی است:

الف) مبانی نظری و روشی گفتار به معنای متعارف آن در منطق پژوهش اجتماعی
 روش‌شناسی گردآوری داده‌ها و نیز نظریه‌های مورد استفاده برای تحلیل داده‌ها در این نوشتار، تابعی از منطق متعارف در علوم اجتماعی است. از این جنبه مقاله حاضر با اتکاء بر جامعه‌شناسی دینی و بدون در نظر داشتن نظریه خاصی در خصوص نمازخوانی، تنها متکی به این اصل بوده است که هر گونه عمل و رفتار دینی از جمله نمازخوانی محاط در واقعیت اجتماعی است که آن را از «امر شرعی متصل به آسمان» بر «امر عرفی به وابسته به زمین»

پایین می‌آورد. با این وجود، دیدگاه متعلق به جامعه‌شناسی دین نیز با ملاحظات بینشی نه چندان جا افتاده جامعه‌شناسی دینی، یعنی با نگاه دینی به امر اجتماعی (واقعیت اجتماعی نمازخوانی) است، تصحیح و تکمیل شده است. در همین ارتباط با بهره‌گیری نظری از معارف اسلامی که بازتابنده فلسفه نماز است، در پی آن بودیم که پرتو بیشتری بر بینش‌های ملهم از جامعه‌شناسی دینی بیاندازیم تا واقعیت اجتماعی نمازخوانی را نیز در برگرد. به طور کلی، وجه نظری این نوشتار را باید متکی بر ملاحظات جامعه‌شناسی دین/دینی دانست. از جنبه روشی نیز، گفتار پیش‌رو از شیوه تحلیل ثانویه سود جسته است. بر این اساس، با استناد به مجموعه‌ای از پژوهش‌های تجربی انجام گرفته در باره نمازخوانی در ایران در طی یک دهه اخیر (نمازپژوهی)، تلاش شده تا برای تحلیل‌های نظری از ماهیت واقعیت اجتماعی نمازخوانی مستندات تجربی ارائه دهیم. در این زمینه، پردازش‌های زیادی بر روی داده‌ها انجام گرفته است؛ ولی از آنجا که هیچ متن تحلیلی قابل استنادی از نمازخوانی وجود نداشت، روی این بخش از روش‌شناسی در این مقاله تمرکز زیادتری شده است. به عنوان نمونه، داده‌های تجربی مربوط به وضعیت اجتماعی-فرهنگی نمازخوانی در ایران به دلیل این که تحلیل کم‌تری روی آن‌ها انجام شده است؛ از منابع پراکنده بهره گرفته‌ایم؛ بنابراین، در این قسمت نیز، روش اصلی داده‌یابی و داده‌پردازی در این جستار علمی تحلیل ثانویه است.

ب) مبانی نظری و روشی مقاله به معنای نامتعارف آن در منطق پژوهش علمی تعبیر نامتعارف از مبانی نظری و روشی در این نوشتار، بیشتر وام‌دار این ایده هایدگری-گادامری است که: «نظریه و روش در حقیقت کل منطق است»؛ یعنی ماجرایی درگیر شدن (پژوهش و پژوهش‌گر) در طرح مسأله، طرح پرسش و ارائه پاسخ بر این اساس، منطق مورد استناد در این مقاله، به‌طورکلی اتخاذ نوعی نگاه فرهنگی به مسأله نمازخوانی است و این که چگونه می‌توان از لابلاي مطالعات نماز یا نمازپژوهی‌های موجود به فهم فلسفه و فرهنگ نماز و اجتماعیات نمازخوانی پی برد. منظور از فلسفه نماز در این جا، بیش‌تر بر فهم و درک تفسیری کیفیت آشنایی جامعه با ضرورت حقیقی نمازخوانی متمرکز است؛ و نه صرفاً آداب و رسوم و یا عادات سنتی و فقهی مربوطه و محاط بر آن. به همین طریق بخش دیگری از رویکرد این نوشتار معطوف به فهم و درک فضای فرهنگی حاکم بر نمازخوانی در ایران بوده است؛ به عبارت دیگر آن‌چه که می‌توان فرهنگ نمازخوانی نامید و معمولاً با باورها، ارزش‌ها، هنجارها و سنت‌های نمازی نیز پیوند خورده است. برای تکمیل

این بحث، اجتماعیات نمازخوانی نیز به فلسفه و فرهنگ نماز گره زده شده است. مقصود نگارنده در کل توجه دادن خواننده به سمت و سوی شناخت سبک‌ها و ذائقه‌های گروه‌های اجتماعی متنوع جامعه در امر نمازخوانی به همراه تبیین و تفسیر علل اجتماعی نمازخوانی است. پر واضح است که به تعبیر هایدگری-گادامری، در این مقوله استفاده از بینش شهودی پژوهش‌گر، مهم‌ترین رکن روش‌شناختی برای ارائه پاسخ درست به پرسش‌ها است. با توجه به این دو الگوی برشمرده شده در مبانی نظری و روشی، تلاش گردیده تا اطلاعات نظری و تجربی درخور و شایسته‌ای که تأمین‌کننده اهداف مقاله باشد ارائه شود. لذا، بر طبق یک الگوی عملی، که نتایج کاربست آن در بخش‌های بعدی نوشتار آمده است، بازخوانی مطالعات نظری نماز و نمازپژوهی‌ها (تجربی) انجام گرفته است و در نتیجه استنباطات نظری و تجربی که مرتبط با ماهیت و واقعیت اجتماعی نمازخوانی در ایران معاصر است صورت‌بندی شده است. ضمن آن که از خلال این بازخوانی، اطلاعات مورد نیاز در زمینه فلسفه و فرهنگ نماز و اجتماعیات نمازخوانی نیز مدون گردیده است.

مطالعات نماز و واقعیت اجتماعی نمازخوانی

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 (۱۳۷۸-۱۳۸۸) 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 کتاب‌شناختی 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 کتاب‌شناسی در جدول شماره ۱ درج شده است.

جدول شماره ۱: خلاصه گزیده «کتاب‌شناسی توصیفی» نماز

نوع متن	برخی مؤلفان	برخی مضامین کلیدی
عرفانی	ابن سینا، ابن ترکه، جعفر ابن طاووس، شهید ثانی، قاضی سعید قمی، علامه مجلسی، ملا ایجی اصفهانی، ملا باقر فشارکی، میرزا ملکی تبریزی، 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 غروی اصفهانی	وجوب نماز بومیه، 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	نمازهای نیکان، اشعار نمازی، داستان‌های نمازی
عمومی	آیت ... خامنه‌ای، قرائتی، انصاریان، ارزانی، عزیزی، نجفی، شریفی، محمدیاری، بی‌آزار شیرازی، نهاوندی	سیرت نمازخوانان حقیقی، رمز و راز نماز، شیوه‌های جذاب کردن نماز

متون عمومی نمازپژوهی

همان گونه که گفته شد متون عمومی نماز، مضمونی فقهی، معارفی و ادبی دارند. اگرچه این متون سودمند، بسیار عامه پسند هستند و زبان آن‌ها نیز غیر فنی و بسیار ساده و معمولی است؛ با این وجود می‌توان از آنها استنباطات شبه نظری کرد. در جدول شماره ۲ تلاش شده تا خلاصه سودمندی از این متون ارائه شود.^۱

جدول شماره ۲: مضامین اصلی مطرح در «متون عمومی نمازپژوهی»

(۱۳۷۶-۱۳۸۷)

مضامین اصلی	محوهای بحث
استنباطات شبه نظری	
۱. فلسفه نماز الف. گفتگوی روزانه عبد با خداوند ب. توشه راه آخرت پ. بازدارنده از آسیب‌ها ت. موقعیتی برای عروج ملکوتی ث. سازنده روح ج. سازنده دنیا و آخرت ۲. فرهنگ نماز الف. تقویت باورهای دینی ب. ترمیم منش دینی پ. تصحیح کنش دینی	نماز در اسلام نماز در قرآن و روایات اسرار نماز نماز در سخن سیره اندیشمندان نماز جمعه و انقلاب اسلامی نماز در شعر و ادب پرسش‌های نماز نماز و خاطرات
مضامین اصلی	
و جوب نماز، نماز معراج عارفانه، حالات عرفانی نماز، پیامبر(ص)، حالات نماز امام علی(ع)، فرهنگ نماز در سیره معصوم(ع) نماز امام حسین(ع)، تفسیر سوره جمعه، نور علی پیوند قرآن و نماز، پیوند زکات و نماز در قرآن، فرهنگ‌های قرآنی نماز، معنای اضاعه نماز، در وادی شریعت بازداری نماز از فحشا و منکر، نماز گفتگو با خداوند، نماز توشه راه کمال، نماز و پیشگیری از افسردگی، نماز و خواص طبی، نماز معراج مومن، نماز و آثار تربیتی، نماز عامل سرکوب طغیان نماز عامل سرکوب و طغیان، حضور قلب در نماز، نماز از دید دانشمندان غربی، طریقه نمازخوانی امام خمینی، نماز اول وقت، نماز از منظر آیت ا. بهجت، افق روشن نمازخوانی نقش نماز جمعه در تداوم انقلاب اسلامی مفاتیح ترنم، راه پاک رستگاری، قلعه نماز، وادی شریعت، معراج عارفانه، چشمه عشق، معراج سبزه، آستانه نماز شرایط نمازخوانی، مقبولیت نماز، انواع نماز، فلسفه احکام نماز نمازخوانی فارسی، نماز شب‌خوان‌ها، نماز اجباری، نمازخوانان شهید	

بازسازی بر مبنای داده‌های سایت: حوزه نت، مرداد (۱۳۹۰)

همان‌گونه که خلاصه جدول فوق نشان می‌دهد، مضامین اصلی مندرج در متون عمومی نمازپژوهی استخراج شده از ۱۵۲ متن اینترنتی مورد مطالعه بیشتر ناظر به فلسفه و فرهنگ نماز است. منظور از فلسفه، در این جا توجیه علت وجودی است؛ و مقصود از فرهنگ نیز،

بیشتر آثار وجودی و عینی نمازخوانی است. به طور کلی، متون عمومی مورد بررسی، مایل به توجیه مستندات قرآنی و فقهی و خوب فریضه نماز با استفاده از زبان‌های ادبی، کلامی و الهیاتی است. این مضامین، همان‌طوری که در ستون سوم جدول بالا نیز آمده است، بیشتر استنباطات شبه نظری‌اند؛ یعنی تنها مواد خامی برای طرح نظریه نمازپژوهی است؛ به ویژه از این لحاظ که بیشتر بر فلسفه و فرهنگ عمومی نماز متمرکز است تا وجوه تخصصی و پیچیده علل و دلایل وجودی و وجوبی فریضه برپائی نماز به عنوان رکن اصلی تعبد حقیقی و ایمان خالصانه مسلمانان.

با این وجود، نباید تصور داشت که این نوع مواجهه شبه نظری یا نظری نارسا سودمند نیست. تأکید این گونه متون عمومی نمازپژوهی بر ترویج فلسفه عمومی نمازخوانی، آن هم به زبان ساده و دور از پیچیدگی فلسفی و جامعه‌شناختی است که می‌تواند در تقویت فرهنگ عمومی نمازخوانی مؤثر واقع شود. از این لحاظ، دست کم آن گونه که در جدول فوق نیز نشان داده شده است، تمرکز نمازپژوهی‌ها بر بیان توجیه نمازخوانی به مثابه یک گفتگوی ضروری روزمره میان بنده و خداوند است که نه تنها سازنده حیات آن جهانی، بلکه قوام بخش زندگی این جهانی نیز هست؛ زیرا می‌تواند نمازخوان حقیقی را از آسیب‌های احتمالی روحی مصون دارد؛ در قسمت بعد، این وجه از متون نمازپژوهی را نیز مرور خواهیم کرد؛ اما با توجه به ماهیت متنوع این متون و همچنین تفاوت متمایز در نوع استنباطات نظری که از آن‌ها، می‌شود در ادامه تفکیک گونه‌های محتوایی را مرور خواهیم کرد.

متون تخصصی نمازپژوهی

در میان متون تخصصی نمازپژوهی، رساله‌های کارشناسی‌ارشد و دکترا، گونه محتوایی خاصی را شکل می‌دهد. این محتواها عمدتاً بیشتر ناشی از تمرکز بر مضامین دانش‌پژوهی است، بنابراین مضامین مندرج در این متون را می‌توان به عنوان بخشی دیگر از مواد تا اندازه‌ای پالایش شده برای قوام نظریه نمازپژوهی تلقی کرد. در جدول شماره ۳ محور و مضامین کلیدی ۴۲ عنوان رساله درج شده است.^۲

جدول شماره ۳: مضمون‌های مطرح در ۴۲ عنوان در رساله‌های دانشگاهی نمازپژوهی

مضمین کلیدی	محور
احکام نمازها، فقه مقایسه‌ای نماز، رابطه نماز و زکات	فقهیات نماز (۱۳ عنوان)
اسرار نماز	فلسفه نماز (۴ عنوان)
جایگاه نماز در قرآن، وجه عرفانی نماز؛ نمازشناسی مقایسه‌ای، خداشناسی و نماز	الهیات نماز (۹ عنوان)
تأثیرات فردی و اجتماعی نماز، آثار سیاسی نماز جمعه، تأثیر نماز بر پیش‌گیری از بزهکاری، شیوه‌های جذب کودکان به نماز	روان‌شناسی اجتماعی نماز (۷ عنوان)
نگرش جوانان به نمازخوانی، راه‌های ترویج نماز در جامعه	فرهنگ و اجتماعیات نماز (۹ عنوان)

بازسازی بر مبنای داده‌های سایت: نهاد رهبری، مرداد (۱۳۹۰)

با توجه به لزوم تمرکز بیشتر بر ایده‌های مرتبط با فلسفه، فرهنگ و اجتماعیات نماز برای تدوین نظریه نمازپژوهی، نگاه مفصل‌تر به محتوای رساله‌های مرتبط با این ایده‌ها نیز سودمند است. در جدول شماره ۴ خلاصه محتوایی ۱۷ عنوان رساله دانشگاهی از این نوع ارائه شده است.^۳

جدول شماره ۴: برخی ایده‌های مرتبط با فلسفه، فرهنگ و اجتماعیات نماز در ۱۷ رساله

دانشگاهی نمازپژوهی

ایده‌های مرتبط با فلسفه نماز	ایده‌های مرتبط با فرهنگ و اجتماعیات نماز
۱. تأثیر نماز بر تقویت ایمان و تعبد	۱. تأثیر نماز جمعه بر تقویت پیشبرد اهداف نظام
۲. تأثیر نماز بر شخصیت و رشد معنوی	۲. بالا بودن سطح تدین شرکت‌کنندگان در نمازهای جمعه
۳. تأثیر نماز بر طمأنینه و اطمینان قلبی	۳. نقش تربیتی والدین نمازخوان در گرایش بیشتر فرزندان به نمازخوانی
	۴. تأثیر تجربی نمازخوانی بر کاهش اضطراب جوانان نمازخوان
	۵. نقش مؤثر نمازهای جماعت مدرسه‌ای در تقویت عوامل جاذبه نمازخوانی

بازسازی بر مبنای داده‌های سایت: حوزه نت، مرداد (۱۳۹۰)

همان‌گونه که جدول شماره ۴ نیز نشان می‌دهد مهمترین ایده‌هایی که برای شناخت بهتر فلسفه نماز به کار می‌آید عبارت است از: الف) پیوند نماز با ایمان، ب) نسبت نماز با معنویت، پ) رابطه نماز با اطمینان و آرامش قلبی. همچنین بر اساس ایده‌های استنباطی نشان داده شده در جدول مزبور، فرهنگ و اجتماعیات نماز نیز با چند نظر همراه است: الف) نسبت نماز جمعه و اعتماد سیاسی به حکومت، ب) تلقی شرکت در نماز جمعه به عنوان میزان تدین، پ) رابطه والدین نمازخوان و نمازخوانی فرزندان، ت) نسبت

نمازخوانی جوانان و کاهش اضطراب، ث) رابطه نماز جماعت مدرسه‌ای و تقویت نمازخوانی دانش‌آموزان. این بینش‌ها با تعمیم بیشتر در چند متن تخصصی دیگر نیز تشریح شده است. این نوع متون تخصصی نیز بیشتر متمرکز بر نشان دادن نقش و تأثیر عوامل و موانع فرهنگی اجتماعی نمازخوانی متمرکز است. برای نمونه می‌توان به پنج عنوان مقاله اشاره کرد که در جدول شماره ۵ مضمون آن‌ها درج شده است.^۴

جدول شماره ۵: برخی بینش‌های مرتبط با عوامل و موانع فرهنگی - اجتماعی نمازخوانی

مطروحه در پنج عنوان مقاله تخصصی نمازپژوهی

عنوان مقاله	مضمون کلیدی	ایده‌های کلیدی	پدید آورنده
راهبردها و راهکارهای جذب جوانان به مسجد و نماز جماعت توسط والدین	نقش مسجد، مدرسه و خانواده در نمازخوانی	۱. اثرات اجتماعی سیاسی روان‌شناختی نماز بر جوانان ۲. ضرورت همراهی والدین با فرزندان در مساجد ۳. ضرورت همراهی آموزش و پرورش با نمازخوانی دانش‌آموزان ۴. تقویت مساجد برای گرایش بیشتر به نماز	نویید حاتمی (۱۳۸۹)
راهبردها و راهکارهای جذب جوانان به مسجد	نقش مساجد در تقویت نمازخوانی نسل جوان	۵. ساماندهی سخت‌افزاری؛ نرم‌افزاری و منابع انسانی مساجد به صورت جدید	علی اکبر شایسته‌نژاد (۱۳۸۹)
اصول و گام‌های جذب مخاطب به نماز	نقش اصول رسانه‌ای تبلیغ نماز به صورت جدید	۶. احترام به نمازخوانان در مساجد ۷. استفاده از اصول تبلیغی نرم برای جذب نمازخوانان ۸. پرهیز از افراط و تفریط در جذب مخاطبان نماز	ستاد اقامه نماز (۱۳۸۹)
چرا بعضی‌ها نماز نمی‌خوانند؟	نقش ایمان به خداوند و اسلام در گرایش به نماز	۹. توجه به عوامل مؤثر بر نماز نخواندن (مانند غرور، جهل، عناد با فطرت خدایی) ۱۰. توجه به عوامل مؤثر بر نمازخوانی (مانند داشتن حس تعبد)	روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی چهار محال بختیاری (بی‌تا)
چه عواملی در گرایش نوجوانان و جوانان به نماز موثرند؟	نقش مسجد، مدرسه و خانواده در نمازخوانی	۱۱. نقش مسجد، مدرسه، و خانواده در نمازخوانی	روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی گیلان (بی‌تا)

بازسازی بر مبنای داده‌های سایت: سازمان تبلیغات اسلامی و ستاد اقامه نماز، مرداد (۱۳۹۰)

همان گونه که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود، فهرست بینش‌های فرهنگی-اجتماعی مرتبط با میل عدم گرایش به نماز می‌تواند روشنگر برخی دیگر از وجوه نظریه اجتماعی- فرهنگی نماز باشد. لذا بازخوانی این فهرست، برای شناخت بیشتر ابعاد نظری مسأله مورد نظر در این مقاله، سودمند است. نتیجه این بازخوانی چیزی جز این گزاره نیست که چهار نهاد اجتماعی اصلی می‌تواند همزمان به عنوان عوامل جاذبه و دافعه نمازخوانی منظور شوند که عبارتند از مدرسه، خانواده، مسجد و رسانه. در چند متن تخصصی دیگر از ادبیات نمازپژوهی، بررسی ماهیت تأثیرگذاری این چهار نهاد اجتماعی بر نمازخوانی، موضوع اصلی بحث قرار گرفته است. از این رو در جدول شماره ۶ بینش‌ها و مضامین استنباطی از چکیده ۷۰ عنوان مقاله که مضمون آن‌ها به این مسأله اشاره دارد؛ آمده است.^۵

جدول شماره ۶: عوامل نهادی جاذبه و دافعه نمازخوانی - مسجد، خانواده، مدرسه و رسانه

ببینش‌های راهبردی	نهاد اجتماعی
۱. نقش مدیریت مسجد، ۲. نقش امام جماعت، ۳. نقش برنامه فرهنگی مسجد، ۴. نقش مشارکتی جوانان در مسجد، ۵. نقش هیات امنای مسجد، ۶. نقش معماری و دکوراسیون مسجد در جذب جوانان به مسجد، ۷. نقش تبلیغات رسانه‌ای مسجد، ۸. باز بودن مستمر مساجد، ۹. تأثیر حضور نخبگان در مسجد، ۱۰. تبلیغ فلسفه حقیقی نماز در مسجد، ۱۱. وجود کانون‌های ادبی هنری در مسجد.	مسجد و نماز
۱۲. تأثیر خانواده نمازخوان، ۱۳. حضور والدین و فرزندان در مسجد، ۱۴. تعامل سازنده هیأت امنای مدارس و مساجد.	خانواده و نماز
۱۵. تعامل سازنده مدارس و مساجد در اردوهای فرهنگی، ۱۶. اختیاری کردن نمازهای جماعت در مدرسه، ۱۷. استفاده از ادبیات جدید برای ترویج نماز در مدرسه، ۱۸. استفاده از متخصصان جدید معارف دینی در مدرسه.	مدرسه و نماز
۱۹. بیان عقلانی و مدرن فلسفه نماز برای مخاطبان، ۲۰. جلب اعتماد مخاطبان به رسانه، ۲۱. استفاده از متخصصان دانشگاهی برای ترویج فرهنگ و فلسفه نماز، ۲۲. استفاده از متون تخصصی ادبیات کلاسیک فارسی برای ترویج نماز، ۲۳. استفاده از گروه‌های مرجع مورد اقبال جوانان برای ترویج نماز.	رسانه و نماز

بر مبنای داده‌های ستاد اقامه نماز (۱۳۸۹)، ۷۰ عنوان چکیده مقاله نمازپژوهی

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 رسانه‌ای کردن نمازخوانی: با توجه به تأکیدات صاحب‌نظران مطالعات رسانه‌ای جدید، مبنی بر پیوند چهار عنصر بالا در رسانه‌ای 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، رسانه‌ای 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 دیجیتال 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 رسانه‌ای 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 به دست 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 ۷ و ۸ با استنباط از این متون تنظیم شده است.^۶ لازم به ذکر است که این مضامین بیشتر حاوی چالش‌های 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 ۷: مضامین کلیدی در زمینه «رسانه‌ای شدن نماز» مطرح شده در «رسانه ملی»

مطروحه در ۷ عنوان مقاله سمیناری

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	فهیمی فر	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 توسعه فرهنگی و اجتماعی	رضایی بایندر	۱۱. لزوم بازاریابی اجتماعی برای مخاطبان نماز در رسانه، ۱۲. پرهیز از تبدیل کردن 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 نماز با تأکید بر تلویزیون	بیابان‌گرد	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 نمازگزاری	محمدی	۱۷. توجه به نقاط ضعف رسانه در بیان نماز از جمله ظاهر گرایي 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	حاج محمدی	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)

جدول شماره ۸: مضامین کلیدی در زمینه «رسانه‌های شدن نماز» مطرح شده در «رسانه ملی»
(۱۰ عنوان گفتگوی کارشناسی)

مضامین کلیدی	گفتگو کننده	موضوع گفتگو
۱. ظرفیت‌های محدود رسانه در پرداختن به نماز ۲. مسائل نیروی انسانی متخصص در امر رسانه‌های شدن نماز ۳. بی توجهی رسانه به نیازهای مخاطبان نماز	بیات	رسانه و محدودیت آن در توجه عمیق به نماز
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	پورحسین	دین و توانمندی بنیان‌های رسانه
۷. فداشدن کیفیت نماز در پای کمی شدن برنامه‌های رسانه‌ای شده نماز ۸. کم بودن مایه‌های پژوهش و علمی در برنامه سازی رسانه‌ای برای نماز	پویا	نماز، رسانه و تعارض پیام‌ها
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	ذوعلم	رسانه و لزوم انگیزه‌سازی در امور نماز
۱۲. ضدپیام شدن برنامه سازی رسانه‌ای نماز ۱۳. بی توجهی به شخصیت نماز گزار در رسانه ۱۴. بی توجهی به معنویت گرایی در رسانه‌های شدن نماز	شاه‌حسینی	ضرورت پرداخت حرفه‌ای به نماز
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	کاشانی	رسانه و حرکت حرفه‌ای برای تعمیق فرهنگ نماز
۱۸. بی توجهی به مسأله هویت در رسانه‌های شدن نماز ۱۹. کلیشه‌ای شدن و سطحی نگری رسانه در بیان نماز	کریمی	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 مخاطب‌سنجی برای نماز رسانه‌ای، ب) اهمیت بازاریابی اجتماعی برای نماز رسانه‌ای، ج) اهمیت تبلیغات فرهنگی دینی برای نماز رسانه‌ای، د) اهمیت مسجد الکترونیکی و دیجیتال 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، دست‌مایه 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 / عدم‌گرایش 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.

نمازپژوهی‌ها و واقعیت اجتماعی نمازخوانی

متون نمازپژوهی تجربی که در این بخش مورد کنکاش و تحلیل قرار می‌گیرد سه دسته‌اند: مقالات، چکیده‌گزارشات و گزارش مفصل طرح‌های پژوهشی. این توضیح لازم است که یافته‌های مندرج در مقالات و چکیده‌گزارش‌ها 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، دست‌کم در یک دهه اخیر است. در مجموع ۱۸ عنوان چکیده مقالات و گزارشات طرح‌های پژوهشی تجربی درباره واقعیت اجتماعی نمازخوانی متون مزبور را تشکیل می‌دهد.^۷ خلاصه تحلیلی این متون در جداول ۹ و ۱۰ آمده است.

جدول شماره ۹: برخی یافته‌های مربوط به «واقعیت اجتماعی نمازخوانی در بین

دانش‌آموزان و دانشجویان»

(۹ عنوان چکیده مقالات پژوهشی تجربی)

پدید آورنده	عنوان پژوهش	مضمون اصلی	یافته‌های تجربی کلیدی
رحمتی و سجادی	علل نمازگریزی دانش‌آموزان (دوره متوسطه: بوبین میاندشت)	نمازگریزی دانش‌آموزان	۱. استفاده از اجبار در مدرسه و کسر نمره انضباطی به عنوان عامل نمازگریزی؛ ۲. تأثیر برنامه‌های نامناسب مدرسه در عدم ترویج نمازخوانی.
آقامحمدی و اسدی	میزان تأثیرپذیری فرزندان از والدین در گرایش به نماز (دوره متوسطه: دیوان دره و سروآباد)	والدین، دانش‌آموزان و نمازخوانی	۳. تأثیر بیشتر والدین بر نمازخوانی دختران تا پسران ۴. نقش موثر تلویزیون بر ترویج نمازخوانی؛ ۵. تأثیر مثبت والدین نماز جماعت خوان بر برفرزندانشان.
خالقی و کامرانی	تعیین نقش تربیتی نماز جماعت و تأثیر آن در پیشرفت تحصیلی (دانش‌آموزان: منطقه ۱۶ تهران)	نمازخوانی جماعت و دانش‌آموزان	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.
اصغری و بای	تأثیر نماز جماعت بر تربیت اجتماعی (دانش‌آموزان متوسطه: آزاد شهر)	نمازخوانی جماعت و دانش‌آموزان	۸. تأثیر نماز جماعت بر رشد تربیت اجتماعی دانش‌آموزان دختر به نسبت پسران؛ ۹. تأثیر افزایش سن دانش آموزان بر فرآیند مزبور.
شایگان	بررسی نقش مساجد موفق در جذب جوانان به نماز جماعت	نمازخوانی جماعت و جوانان	۱۰. نقش مساجد فعال محلی بر جذب نمازخوان؛ ۱۱. تأثیر مقبولیت اجتماعی امام جماعت بر جذب نمازخوان؛ ۱۲. نقش عملکردهای فرهنگی فوق برنامه مساجد بر جذب نمازخوان.
موحدی	بررسی تأثیر مدرسه و معلمان در گرایش جوانان به مسجد (آموزش و پرورش نجف آباد)	مدرسه و معلم و نمازخوانی دانش‌آموزان	۱۳. تأثیر دیدگاه‌های امام خمینی و مقام معظم رهبری بر ترغیب جوانان به مساجد؛ ۱۴. تأثیر برگزاری دوره‌های فوق برنامه بر گرایش بیشتر به نماز؛ ۱۵. تأثیر روحانیون مقبول و افراد موجه بر گرایش بیشتر به نماز

ادامه جدول شماره ۹

<p>۱۶. حضور بیشتر دختران در نمازهای جماعت مدرسه و دانشگاه؛ ۱۷. قضا شدن نماز صبح (در حد ۷۰ درصد)؛ ۱۸. خواندن نمازفراذای (در حد ۸۰ درصد)؛ ۱۹. بی‌اعتمادی به روحانیون (در حد ۵۰ درصد)؛ ۲۰. درصد بالای نماز صبح خوان در بین دانش‌آموزان به نسبت دانشجویان و سربازان.</p>	<p>نماز خوانی جماعت جوانان</p>	<p>بررسی میزان گرایش جوانان به نماز جماعت (جوانان: استان مرکزی)</p>	<p>الحسینی</p>
<p>۲۱. رابطه مستقیم میان حضور کارکنان دانشگاه در نماز جماعت و حضور دانشجویان؛ ۲۲. رابطه مستقیم میان امکانات مناسب نماز خانه دانشگاه و میزان حضور دانشجویان در نماز جماعت؛ ۲۳. رابطه مستقیم بین روحانی بودن امام جماعت و میزان حضور دانشجویان در نماز جماعت.</p>	<p>نماز خوانی جماعت دانشجویان</p>	<p>تأثیر عوامل درون دانشگاهی بر میزان مشارکت در نماز جماعت دانشگاه (دانشجویان دانشگاه آزاد: تویسرکان)</p>	<p>ذوالفقاری</p>
<p>۲۴. بالا بودن رتبه و معدل تحصیلی گروه آزمایش (نماز جماعت خوان) به نسبت گروه گواه (نماز جماعت نخوان)؛ ۲۵. بالا بودن میانگین نمرات دروس ریاضی، دین و زندگی و ورزش در گروه آزمایش.</p>	<p>نماز خوانی دانشجویان</p>	<p>نقش اعتقادات دینی قوی در گرایش به نماز (دانشجویان پیام نور: پیران شهر)</p>	<p>امین پور، عباسیان و موسی زاد</p>

بازسازی بر مبنای داده‌های ستاد اقامه نماز، مرداد (۱۳۹۰)

جدول شماره ۱۰: برخی یافته‌های مربوط به «واقعیت اجتماعی نمازخوانی در بین دانش

آموزان و دانشجویان»

(۹ عنوان چکیده طرح پژوهشی تجربی)

پدید آورنده	عنوان پژوهش	جامعه آماری	مضمون اصلی	یافته‌های تجربی کلیدی
دانشگاه آزاد خلیخال (۱۳۷۸)	بررسی پیش‌نیازهای لازم در برنامه‌ریزی اقامه نماز در جامعه جوان	دانشجویان دانشگاه آزاد و مراکز تربیت معلم: فردوس، گناباد و طیس (۳۸۶ نفر)	دانشجویان و نماز	۱. نمازگزار نبودن والدین به عنوان عامل بی‌نمازی دانشجویان؛ ۲. تقید بیشتر دختران به نماز؛ ۳. نقش محبوبیت امام جماعت در گرایش به نماز؛ ۴. ناکافی بودن دانش نماز شناسی دانشجویان؛ ۵. نیاز به امام جماعت زن برای دختران
آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران	بررسی نظرات دانش‌آموزان درباره شیوه عملکرد پسران در واداشتن آنان به نماز در مدارس راهنمایی پسرانه	(اطلاعات آماری موجود نیست)	دانش‌آموزان و نماز مدرسه‌ای	۶. اهمیت تربیتی والدین، درس دینی، روحانی مسجد، معلم مدرسه و دوستان به عنوان منابع تأمین سوالات دینی دانش‌آموزان
آموزش و پرورش همدان (۱۳۷۸)	بررسی نگرش و نحوه جذب دانش‌آموزان دوره راهنمایی و متوسطه به طرح اقامه نماز مدارس	(۱۲۰۰ نفر)	دانش‌آموزان و نماز مدرسه‌ای	۷. نگرش مثبت دانش‌آموزان به طرح اقامه نماز مدرسه‌ای؛ ۸. وجود موانع توسعه نماز مدرسه‌ای: بهلاشتی نبودن نمازخانه، نداشتن امام جماعت و نامناسب بودن فضای نمازخانه
آموزش و پرورش بوشهر	بررسی عوامل مدرسه‌ای و خانوادگی موثر در گرایش دانش‌آموزان به نماز	دانش‌آموزان بوشهر (اطلاعات آماری موجود نیست)	خانواده دانش‌آموزان و نماز مدرسه‌ای	۹. نقش والدین به عنوان منبع تأمین سوالات نماز دانش‌آموزان؛ ۱۰. شرکت اکثریتی در نماز مدرسه‌ای؛ ۱۱. قضا شدن نماز صبح در حد بسیار بالا؛ ۱۲. سرزنش شدن از سوی والدین به خاطر قضا شدن نمازهای صبح.

ادامه جدول شماره ۱۰

استان کرمانشاه	بررسی راههای جذب دانش آموزان به نماز	دانش آموزان (۱۰۰۰ نفر)	دانش آموزان و نماز مدرسه‌ای	۱۳. نقش مؤثر مربیان و معلمان؛ والدین و دوستان به عنوان عوامل جاذبه‌ای / دافعه‌ای در اقامه نماز مدرسه‌ای.
وزارت آموزش و پرورش	بررسی عوامل مدرسه‌ای و خانوادگی مؤثر در گرایش دانش آموزان به نماز	دانش آموزان شهر اراک (۵۰۰ نفر)	خانواده دانش آموزان و نماز مدرسه‌ای	۱۴. میزان بالای اقامه نماز فرادا؛ ۱۵. میزان پایین اقامه نماز جماعت؛ ۱۶. بی تفاوتی یک سوم از والدین نسبت به نماز نخوانی فرزندانشان؛ ۱۷. بی‌رغبتی یک پنجم از والدین به نماز مدرسه‌ای.
آموزش و پرورش اصفهان	بررسی عوامل مؤثر بر جذب بیشتر دانش آموزان دبیرستانی به نماز جماعت	دانش آموزان (اطلاعات آماری موجود نیست)	دانش آموزان و نماز مدرسه‌ای	۱۸. نامناسب بودن زمان نماز مدرسه‌ای؛ ۱۹. مؤثر دانستن نماز مدرسه‌ای در بهبود روابط دوستی؛ ۲۰. تأثیر امکانات مناسب نماز خانه در ترویج نماز مدرسه‌ای.
آموزش و پرورش مازندران	نگرش دانش آموزان دختر و پسر نسبت به طریقه اقامه نماز مدارس	مدارس راهنمایی و دبیرستان (اطلاعات آماری موجود نیست)	دانش آموزان و نماز مدرسه‌ای	۲۱. گرایش مثبت اکثریتی دانش آموزان به نماز مدرسه‌ای؛ ۲۲. تمایل به کم شدن ساعات دروس برای حضور در نماز مدرسه‌ای؛ ۲۳. توجه به دلایل عدم رغبت دانش آموزان به نماز مدرسه‌ای مانند: سستی، ندانستن آثار نماز، نامناسب بودن نمازخانه، خجالت از نماز خوانی و اهمیت ندادن والدین به نماز فرزندانشان.
وزارت آموزش و پرورش	مسائل اقامه نماز جماعت مدارس از نظر مربیان و دانش آموزان	کشوری (اطلاعات آماری موجود نیست)	دانش آموزان و نماز مدرسه‌ای	۲۴. تأثیر عوامل جاذبه برای ترویج نماز مدرسه‌ای: نمازخانه مناسب، تشویق خانواده، توضیحات دبیران دینی، وجود سیاست‌های مدرسه‌ای تشویقی؛ ۲۵. اهمیت مراجع مورد وثوق دانش آموزان در ترویج نماز مدرسه‌ای مانند والدین، مدیران، معلمان و مربیان.

اما آنچه که اینگونه پژوهش‌های تجربی مربوط به نمازخوانی در ایران، و به‌خصوص 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 از این پژوهش‌ها (با استناد به دو جداول ۹ و ۱۰) می‌پردازیم.

الف) عوامل جاذبه نمازخوانی: در این زمینه، برخی از عوامل بر نماز مدرسه‌ای مؤثرتر بوده است؛ والدین نمازخوان، دوستان نمازخوان، نمازخانه مناسب، معلم 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 موثر ارزیابی شده است، که مهم‌ترین آنها عبارتند از: بی‌تفاوتی والدین نسبت به نمازخوانی فرزندان، 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 بی‌گیر 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 هزار 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 درالویت 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 نماز خوانان در جامعه، تبعات بی‌نمازی، تأثیر نمازخوانان بر دیگران، اهمیت شرعی نماز، اهمیت نماز اول وقت، اهمیت نمازهای نافله، حساسیت افراد به نمازخوانی / نماز نخوانی 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 نماز خوانان / نماز نخوانان، تأثیر رضایت از نظام سیاسی و نمازخوانی / نماز نخوانی، تأثیر رضایت از روحانیت و نمازخوانی / نماز نخوانی.

این فهرست نیز به نوبه خود باید بخشی از مؤلفه‌های نظریه‌ای واقعیت اجتماعی نمازخوانی محسوب شود. به این‌لذا 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. در ادامه، در جدول شماره ۱۱ خلاصه‌ای از یافته‌های در دسترس ارائه شده است.

جدول شماره ۱۱: برخی شاخص‌های اجتماعی «نمازخوانی»

پژوهشگر	جامعه آماری	شاخص اجتماعی نمازخوانی (به درصد)
محسنی (۱۳۷۹)	۱۵ شهر (بالای ۱۶ سال)	۱. شرکت در نماز جماعت {زیاد (۱۸)، گاهی (۲۷)، هرگز (۲۹)}.
طالبان (۱۳۷۹)	دانش آموزان سوم دبیرستان (۵۳۵۴ نفر)	۲. خواندن مرتب نماز فرادا {هر روز (۵۵)، برخی روزها (۳۳)، اصلاً (۷)}؛ ۳. شرکت در نماز جماعت {هر روز (۵)، برخی روزها (۲۷)، اصلاً (۶۵)}؛ ۴. شرکت در نماز جمعه {هر جمعه (۲)، ماهی یکبار (۵)، چند مرتبه در سال (۱۰)، اصلاً (۶۵)}.
رضایی (۱۳۸۰)	۲۸ شهر مرکز استان (بالای ۱۵ سال / ۱۷ هزار نفر)	۵. اعتقاد به دین‌داری بدون نمازخوانی {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 / ۱۴ هزار خانوار / ۶۶ هزار نفر)	۹. حضور در مسجد برای نمازخوانی { (۳۰)}.
آزادارمکی (۱۳۸۲)	ملی (بالای ۱۵ سال / ۲۵۳۰ 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)}.
گودرزی (۱۳۸۲)	۲۸ شهر مرکز استان (بالای ۱۵ سال / ۴۵۸۰ نفر)	۱۲. خواندن مرتب نماز فرادا طی سال گذشته {اکثر (۷۰)، گاهی (۱۸)، به ندرت (۱۳)}؛ ۱۳. شرکت در نماز جماعت طی سال گذشته {اکثر (۱۴)، گاهی (۲۷)، به ندرت (۶۰)}؛ ۱۴. شرکت در نماز جمعه طی سال گذشته {اکثر (۶)، گاهی (۱۶)، به ندرت (۷۹)}؛ ۱۵. اعتقاد به دین‌داری بدون نمازخوانی {کم (۵۱)، متوسط (۱)، زیاد (۴۰)}؛ ۱۶. اعتقاد به عدم مراد با نماز نخوانان {مخالف (۷۳) مردد (۱۲) موافق (۱۵)}

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

واقعیت اجتماعی نماز: یافته‌های سطح شهری

در سطح شهری و البته بدون احتساب تهران، درصد پژوهش‌های تجربی نمازخوانی ناچیز نیست. با این وجود، هنوز در مقایسه با شهر تهران این تعداد ناکافی است؛ اما همین تعداد هم می‌تواند تا اندازه‌ای مبین برخی شاخص‌های اجتماعی نماز در سطح شهرهای ایران باشد. در جدول شماره ۱۲ خلاصه‌ای از یافته‌های در دسترس ارائه شده است.

جدول شماره ۱۲: برخی شاخص‌های اجتماعی «نمازخوانی»

پژوهشگر	جامعه آماری	شاخص اجتماعی نمازخوانی (به درصد)
قنبری (۱۳۷۴)	استان چهار محال و بختیاری (جوانان/ ۳۶۰ نفر)	۱. آشنایی با مفاهیم نماز (کم ۳۶)، متوسط (۲۲)، زیاد (۱۱)؛ ۲. لذت از فریضه نماز (کم ۴۷)، متوسط (۱۰)، زیاد (۴۳)؛ ۳. شرکت در نماز جمعه (کم ۴۳)، متوسط (۲۲)، زیاد (۳۵)؛ ۴. شرکت در نماز جماعت (کم ۴۹)، متوسط (۲۵)، زیاد (۲۵).
آبروشن (۱۳۷۵)	شهر بوشهر (دانش‌آموزان دبیرستانی / ۶۰۰ نفر)	۵. قضا شدن نمازهای واجب (بلی ۷۸)؛ ۶. اقامه نماز جماعت (بلی ۱۶)، خیر (۴۵)، تا حدودی (۳۹).
محمدزاده (۱۳۸۰)	شهر ایلام (جوانان ۱۴ تا ۲۵ سال / ۳۱۰ نفر)	۷. آگاهی از احکام نماز جمعه (اطلاعات صحیح ۵۸)؛ ۸. آگاهی از تعداد رکوع نماز (اطلاعات صحیح ۹۳)؛ ۹. آگاهی از شرایط صحت و وضو (اطلاعات صحیح ۸۳)؛ ۱۰. خواندن مرتب نماز فرادا (همیشه ۶۷)، گاهی (۲۲)، به ندرت (۵)، هرگز (۵).
خراطیان (۱۳۸۲)	شهر تبریز (دانشجویان)	۱۱. الویت برگزاری نماز جماعت (مخالف ۲۹)، موافق (۷۱)؛ ۱۲. ضرورت کوتاهی نکردن در اقامه نماز (مخالف ۱۱)، موافق (۸۹).
موحد و دلبری (۱۳۸۳)	شهر شیراز (دانشجویان / ۳۸۳ نفر)	۱۳. اعتقاد به دین داری بدون نمازخوانی (مخالف ۳۳)، بی نظر (۱۹)، موافق (۳۸)؛ ۱۴. ضرورت سعی و جدیت برای خواندن نماز جماعت (مخالف ۳۸)، بی نظر (۳۰)، موافق (۳۲)؛ ۱۵. امکان قضای نمازها (مخالف ۳۳)، بی نظر (۱۹)، موافق (۴۹).
صابر (۱۳۸۵)	شهر اردبیل (دانشجویان / ۳۳۵ نفر)	۱۶. خواندن مرتب نماز فرادا (اکثر ۷۰)، گاهی (۱۷)، به ندرت (۱۳).
امیری (۱۳۸۵)	شهر کرمانشاه (دانش‌آموزان / ۴۰۰ نفر)	۱۷. خواندن نماز فرادا (اکثر ۵۷)، گاهی (۲۴)، به ندرت (۱۹)؛ ۱۸. شرکت در نماز جماعت (اکثر ۱۶)، گاهی (۳۰)، به ندرت (۵۴)؛ ۱۹. شرکت در نماز جمعه (اکثر ۱۵)، گاهی (۱۷)، به ندرت (۶۸).
نواز ساعی و موسوی (۱۳۸۱)	شهر اردبیل (جوانان ۱۸ تا ۲۴ سال / ۴۰۰ نفر)	۲۰. پای بندی به نماز (هر روز ۴۴)، گاهی (۳۴)، به ندرت (۸)، اصلاً (۱۳)؛ ۲۱. آگاهی از احکام نماز جمعه (اطلاعات صحیح ۷۰)؛ ۲۲. آگاهی از ارکان نماز (اطلاعات صحیح ۷۷).

بازسازی بر مبنای داده‌های کاظمی و فرجی (۱۳۸۸)، تعداد جمعیت‌های نمونه (۳۲۴۰ نفر)، ۹ عنوان پژوهش

واقعیت اجتماعی نماز: یافته‌های شهر تهران

پژوهش‌های تجربی نمازخوانی مربوط به شهر تهران هم از حیث فراوانی جمعیت نمونه و هم از لحاظ تعداد شاخص‌های اجتماعی نماز قابل توجه‌اند. در جدول ۱۳ این ملاحظات با ویرایش‌های لازم آمده است.

جدول شماره ۱۳: برخی شاخص‌های اجتماعی «نمازخوانی»

شاخص اجتماعی نمازخوانی (به درصد)	جامعه آماری	پژوهشگر
۱. خواندن نمازهای واجب همیشه (۷۳)، گاهی (۸)، اغلب (۱۴) اصلاً (۴)؛	دانشجویان / ۱۸۴۵ نفر	طالبی (۱۳۷۴)
۲. اعتقاد به نماز به عنوان موجبات آرامش (موافق (۸۴)؛	دانش آموزان سوم دبیرستان / ۳۰۰ نفر مناطق ۳ و ۸ و ۱۹	ملکی (۱۳۷۵)
۳. خواندن نمازهای واجب (اکثراً (۶۰)، گاهی (۱۵)، به ندرت (۲۴)؛ ۴. شرکت در نماز جماعت (اکثراً (۵)، گاهی (۱۷)، به ندرت (۷۸)؛ ۵. شرکت در نماز جمعه (اکثراً (۴)، گاهی (۶)، به ندرت (۸۹)؛	دانش آموزان / سال سوم دبیرستان / ۳۹۱ نفر	سراج‌زاده (۱۳۷۵)
۶. شرکت در نماز جماعت (زیاد (۵۸)، متوسط (۳۰)، کم (۱۴)؛	جوانان ۱۵ تا ۱۹ سال / ۵۴۴ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۷۶)
۷. خواندن نمازهای واجب همیشه (۷۳)، گاهی (۸)، اغلب (۱۴)، اصلاً (۴)؛	دانشجویان / ۴۴۰ نفر	جوادی یگانه (۱۳۷۶)
۸. اعتقاد به دین‌داری بدون نمازخوانی (مخالف (۳۰)، بی نظر (۱۱)، موافق (۶۰)؛ ۹. الویت شرکت در نماز جماعت (مخالف (۲۴)، موافق (۶۳)، بی نظر (۲۳)؛	دانشجویان / ۶۰۸ نفر	مرجایی (۱۳۷۹)
۱۰. تقید به نماز در هر شرایطی (حتماً (۳۰)، بیشتر اوقات (۲۱)، گاهی (۲۳)، به ندرت (۱۶)، اصلاً (۱۱)؛ ۱۱. تقید معمولی به نماز (بلی (۷۸)؛	دانش آموزان دوم دبیرستان / ۶۰۰ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۷۹)
۱۲. اعتقاد به نماز به عنوان تعبد و ایمان به خداوند (موافق (۶۲)، مخالف (۱۳)، بینابین (۲۱)؛ ۱۳. اعتقاد به نماز به عنوان نزدیک شدن به خداوند (موافق (۴۶)، مخالف (۲۴)، بینابین (۲۶)؛ ۱۴. اعتقاد به نماز به عنوان ابزاری برای مراقبت بر اعمال (موافق (۵۵)، مخالف (۱۷)، بینابین (۱۹)؛ ۱۵. اعتقاد به نماز به عنوان یک فریضه واجب (موافق (۶۶)، مخالف (۱۷)، بینابین (۱۵)؛	دانشجویان / ۲۶۳ نفر	غیاثوند (۱۳۸۰)

ادامه جدول شماره ۱۳

۱۶. خواندن نمازهای واجب {زیاد(۷۵)، تاحدی(۱۵)، کم(۱۰)}؛ ۱۷. خواندن نمازهای مستحبی {زیاد(۳۰)، تاحدی(۳۳)، کم(۳۶)}؛ ۱۸. خواندن نماز اول وقت {زیاد(۵۲)، تاحدی(۲۲)، کم(۲۶)}.	بالای ۱۵ سال / ۱۲۵۳ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۸۱)
۱۹. خواندن نمازهای واجب {همیشه(۵۷)، اکثراً(۱۶)، گاهی(۱۴)، به ندرت(۶)، اصلاً(۷)}.	دانشجویان / ۱۸۰۸ نفر	کاظمی و فرجی (۱۳۸۱)
۲۰. اعتقاد به نماز به عنوان یک فریضه واجب {موافق(۷۵)}؛ ۲۱. اعتقاد به نماز به عنوان بهترین وسیله ارتباط با خداوند {موافق(۶۳)}؛ ۲۲. تلاش برای ادای نماز اول وقت {موافق(۴۵)}؛ ۲۳. تلاش برای ادای نمازهای مستحبی {مخالف(۷۲)}.	دانشجویان / ۴۲۷ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۸۱)
۲۴. ضرورت نماز خوانی {موافق(۹۲)}.	دانشجویان / ۳۵۰ نفر	فرجی (۱۳۸۱ و ۱۳۸۳)
۲۵. تقید به نماز {صبح(۱)، ظهر و عصر(۵)، مغرب و عشاء(۸)، همه نمازها(۶۵)، هیچ کدام(۲۰)}؛ ۲۶. رفتار والدین در مورد نماز خوانی فرزندان {بی تفاوت(۱۷)، توصیه کننده(۷۵)، وادارکننده(۷)}.	دانشجویان / ۳۲۷ نفر	رضایی (۱۳۸۲)
۲۷. تقید به نماز خوانی {هر روز(۴۴)، بیشتر روزها(۲۱)، برخی روزها(۱۹)، به ندرت(۲۲)، اصلاً(۵)}؛ ۲۸. تقید به نماز جماعت {هر روز(۳)، هفتگی(۳)، برخی روزها(۲۰)، به ندرت(۳۴)، اصلاً(۴۰)}؛ ۲۹. شرکت در نماز جمعه {هر جمعه(۲)، ماهی یک بار(۴)، چند مرتبه در سال(۷)، به ندرت(۲۲)، اصلاً(۶۶)}.	جوانان ۱۶ تا ۲۹ سال / ۷۸۸ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۸۲)
۳۰. اعتقاد به نماز به عنوان موجبات رشد انسان {موافق(۸۲)}؛ ۳۱. اعتقاد به نماز به عنوان موجبات آرامش {موافق(۸۷)}؛ ۳۲. اعتقاد به نماز به عنوان بهترین وسیله ارتباط با خداوند {موافق(۸۲)}؛ ۳۳. اعتقاد به نامسلمان بودن تارک الصلوه {موافق(۴۱)}؛ ۳۴. تلاش برای ادای نماز اول وقت {موافق(۳۳)، بینابین(۴۳)، مخالف(۱۶)}.	دانشجویان / ۸۴۰ نفر	مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی (۱۳۸۲)
۳۵. خواندن نمازهای واجب {هر روز(۶۵)، هفتگی(۷)، ماهانه(۵)، به ندرت(۱۵)، اصلاً(۶)}.	دانشجویان علوم پزشکی / ۴۰۰ نفر	غریب خواجه و میرزایی (۱۳۸۳)
۳۶. خواندن نمازهای واجب {همیشه(۶۶)، گاهی(۱۵)، به ندرت(۸)، اصلاً(۱۰)}.	دانشجویان / ۲۴۵ نفر	غیاثوند (۱۳۸۴)

بازسازی بر مبنای داده‌های کاظمی و فرجی (۱۳۸۸)، تعداد جمعیت‌های نمونه (۱۲۴۲۹ نفر)، ۱۷ عنوان پژوهش

واقعیت اجتماعی باور- رفتار نماز: چند استنباط نظری و تجربی

جداول ۱۱ تا ۱۳ حاوی داده‌های اخذ شده از ۳۶ عنوان طرح پژوهشی و یک جمعیت نمونه بزرگ حدود ۱۲۰ هزار نفری در سطح ملی، شهری و کلان شهر تهران طی یک دهه اخیر (۱۳۷۷ تا ۱۳۸۷) است که از نظر گروه‌های اجتماعی مورد مطالعه نیز مشتمل بر نسل جوان تحصیل کرده (دانش‌آموزان و دانشجویان) بوده و حاوی نکته‌های سودمندی برای تدوین مبانی نظری واقعیت اجتماعی نمازخوانی در ایران است. با این توضیح، بازخوانی این یافته‌های تجربی، بدون ذکر مجدد آمارهای ارائه شده، سودمند بوده و لذا نکات کلیدی مورد نظر خاطر نشان می‌گردد. آنچه در ادامه می‌آید با تأکید بر اهمیت شناخت واقعیت اجتماعی باور- رفتار نماز، مرتب شده است.

۱) واقعیت باور به نماز

در این زمینه از داده‌های تجربی مندرج در جداول مزبور چند نکته نظری استنباط می‌شود.

الف) آگاهی کمینه و حداقلی از فلسفه نماز: جامعه دینی ایرانی آگاهی لازم و شایسته‌ای از علت وجودی نماز و ضرورت نمازخوانی حقیقی ندارد. به عبارت دیگر، همچنان رازهای فلسفه قرآنی نماز سر به مهر و پوشیده باقی مانده است. اگرچه به مدد رساله‌های علمیه فقهی نسبت به اطلاعات ظواهر نماز (از احکام فقهی و شرعی مربوط به شرایط وضو تا نمازگزار، نمازخانه و مانند آن) دانش نسبی آن هم در حد رفع نیاز اولیه وجود دارد، اما در خصوص فلسفه نماز و نمازخوانی و نسبت نماز و تدبیر و تعبّد توجیه نظری، از جنبه الهیاتی و معارفی، صورت نگرفته است.

ب) اعتقاد اکثریتی و بیشینه به وجوب فریضه نماز: تمام داده‌های تجربی کم و بیش مبین این واقعیت است که اجتماع دینی ایرانی بر واجب بودن فریضه نماز تأکید دارد. آن هم بنا به دلایلی مانند این که نماز موجب رشد و تعالی معنوی، رشد اخلاقیات، خودسازی، آرامش و طمأنینه قلبی است. اما مسأله این است که پاسخگویان درباره این موضوع که نماز بهترین وسیله برای ارتباط با خداوند باشد، توافق و اجماع کمتری در مقایسه با کارکردهای قلبی نماز بر سر آن وجود دارد؛ بنابراین وجود آن اجماع قلبی حداکثری و پائین بودن میزان این اجماع، هردو جای بحث و تأمل دارد.

ج) اعتقاد نسبی، ولی بیشینه به تدین بدون نماز: درصدی از جامعه دینی ایرانی بر این باور است که می‌توان متدین و دیندار بود، اما به خواندن نماز نیز بی‌اعتنا بود؛ به عبارت دیگر میان دینداری و نماز لزوماً و ضرورتاً نسبتی قطعی و ناگسستنی وجود ندارد. شاید به دلیل این باور رایج در اجتماع دینی ایرانی است که نمازخوانی نمازخوانان نشانه تدین نیست؛ و یا اینکه برخی از نمازخوانان از تدین لازمه نماز برخوردار نیستند. این مسأله نیز به سهم خود در خور تأمل و مطالعه بیشتر است؛ بویژه اگر این باور، بینش مخالفی را نیز تداعی کند که نسبت نمازخوانی و غیرمتدین بودن نیز قابل وثوق نیست.

۲) واقعیت رفتار نمازخوانی

در این زمینه نیز داده‌های تجربی مزبور تبیین‌کننده چند نکته نظری استنباطی است. الف) رفتار اکثریتی و بیشینه در نمازخوانی فرادا: اجتماع دینی ایرانی اکثراً به ادای نمازهای واجب می‌پردازند؛ اما نحوه اقامه نماز آنان عمدتاً فرادا است. بدین معنی که داده‌های تجربی حاکی از بی‌رغبتی به شرکت در نماز جماعت و حضور کم‌رنگ نمازخوانان در مساجد محلی و نمازخانه‌های مدرسه‌ای و دانشگاهی است. حضور در نماز جمعه نیز، باوجود تمهیدات گسترده حکومتی و تبلیغات سیاسی و رسانه‌ای، بسیار ناچیزتر از نماز جماعت است. این نیز مسأله‌ای است که باید از ابعاد مختلف مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

ب) بازاجتماعی شدن دینی کم‌رمق و فرهنگ نماز کم‌رونق: با توجه به تأثیر چهار نهاد عمده موثر در اجتماع دینی ایرانی شامل بزم مسجد، مدرسه، رسانه و خانواده برای بازاجتماعی شدن دینی نسل جوان و تحصیل کرده، با هدف هدایت آگاهانه، اختیاری و درست و دقیق آن‌ها به منظور پذیرش فرهنگ نمازخوانی، واقعیت‌ها - دست کم در محدوده پژوهش‌های تجربی موجود - حکایت از واقعیتی دیگر دارد. اکنون مشخص شده است که در واقعیت امر، به دلیل کم‌جاذبگی مساجد، کم‌حساسیتی خانواده‌ها، کم‌رونقی رسانه ملی و بدمواجهگی نظام آموزشی رسمی، این فرآیندهای اساسی (بازاجتماعی شدن دینی نسل جوان برای فرهنگ‌پذیری نمازخوانی) با چالش روبروست.

۳) واقعیت شکاف بین باور به نماز و رفتار نمازخوانی

اما در این زمینه، البته با توجه به نکات پیش گفته، می‌توان فهرستی از شکاف فرهنگی - عقیدتی نمازخوانی تنظیم کرد.

الف) شکاف بین باور به نماز (اعتقاد اکثریتی به وجوب فریضه نماز) و عمل به نماز (ادای کمینه نمازها)؛

ب) شکاف بین تدین (اعتقاد به لزوم دیندار بودن) و تعبد (تن ندادن به نماز به عنوان محمل بندگی خداوند)؛

ج) شکاف بین تدین لازمه نماز (عدم تجلی نماز در رفتار فرهنگی) و نماز لازمه تدین (ابراز تدین بی‌نمازخوانی).

برای تأمل نظری بیشتر درباره این مطالب و نیز نکات ذکر شده پیش از آن؛ جمع‌بندی از این مولفه‌ها در جداول ۱۴ و ۱۵ درج گردیده است. باعنایت به موارد مذکور می‌توان زمینه برای مبانی نظری نماز بیشتر به بحث پرداخت.

این استنباطات نظری را که در ذیل سه مضمون اساسی فلسفه، فرهنگ و واقعیت اجتماعی نماز دسته‌بندی شده است، می‌توان در حکم خط‌سیرهایی برای مبانی نظریه اجتماعی- فرهنگی نماز محسوب کرد. از این رو، این مبانی می‌تواند برای تدوین نظریه‌ها و مدل‌های تحلیلی (نظری و تجربی) که مورد نیاز پژوهش‌های اجتماعی نماز است مورد استفاده قرار گیرد.

جدول شماره ۱۴: جمع‌بندی استنباطات نظری راجع به «فلسفه و فرهنگ» نماز

ایده‌های نظری	مضمون نظری
	فلسفه نماز
<p>۱. نسبت نماز با ایمان؛ ۲. نسبت نماز با معنویت؛ ۳. نسبت نماز با اطمینان و آرامش قلبی</p> <p>۴. رابطه نماز با تدین؛ ۵. نسبت نماز با تعبد؛ ۶. نسبت نماز با تعقل</p>	فرهنگ نماز
<p>۱. نقش سیستمی مسجد در گرایش/عدم گرایش به نمازخوانی</p> <p>الف) ماهیت جاذبه/دافعه سخت‌افزاری</p> <p>ب) ماهیت جاذبه/دافعه نرم‌افزاری</p> <p>پ) ماهیت جاذبه/دافعه سازمان‌افزاری</p> <p>۲. سازوکار تعاملی و تبادل‌ی خانواده، مدرسه و مسجد در تقویت آگاهانه و اختیاری نماز(فردا و جماعت)</p> <p>الف) نقش اجتماعی شدن دینی فرد در خانواده (برای ایفای نماز فرادا)</p> <p>ب) نقش باز اجتماعی شدن دینی فرد در مدرسه (برای اقامه نماز جماعت)</p> <p>پ) نقش عامل اراده، اختیار و آگاهی در منش و کنش نمازخوانی</p> <p>ت) نقش سیاست مدرسه‌ای مسجد</p> <p>ث) نقش سیاست مسجدی مدرسه</p> <p>ج) نقش سیاست مسجدی-مدرسه‌ای خانواده</p> <p>۳. پیوند هنر، علم، تکنولوژی، فرهنگ در رسانه‌ای کردن نمازخوانی</p> <p>الف) رسانه و معناسازی نمازخوانی، سبک سازی نمازخوانی و هویت‌سازی نمازخوانی</p> <p>ب) رسانه‌ای شدن جدید نمازخوانی از طریق مجازی شدن و اینترنتی شدن فضای رسانه</p> <p>پ) کاهش برد ارتباطی رادیو و تلویزیون و درمقابل افزایش نقش رسانه‌های دیجیتالی شخصی شده(اس.ام.اس، بلوتوث، شبکه‌های ماهواره‌ای)</p> <p>۴. نماز رسانه‌ای و رسانه نماز</p> <p>الف) نقش مخاطب‌سنجی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>ب) نقش بازاریابی اجتماعی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>پ) نقش تبلیغات فرهنگی دینی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>ت) نقش مسجد الکترونیکی و دیجیتالی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>ث) نقش برنامه‌سازی تلویزیونی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>ج) نقش نماز مجازی برای نماز رسانه‌ای</p> <p>چ) ظرفیت اجتماع دینی نمازخوان برای نماز رسانه‌ای</p>	

جدول شماره ۱۵: جمع بندی استنباطات نظری راجع به «واقعیت اجتماعی» نماز

بینش نظری	مضمون نظری
<p>۱. آگاهی کمینه و حداقلی از فلسفه نماز</p> <p>اجتماع دینی ایرانی، آگاهی لازم و شایسته‌ای از علت وجودی نماز و ضرورت نمازخوانی حقیقی ندارد. به عبارت دیگر هنوز و همچنان رازهای سر به مهر فلسفه قرآنی نماز پوشیده باقی مانده است. این درست است که به کمک رسانه‌های عملیه فقهی نسبت به اطلاعات ظواهر نماز (از احکام فقهی شرعی مربوط به شرایط وضو تا نمازگزار، نماز خانه و مانند آن) دانش نسبی آن هم در حد رفع نیاز اولیه وجود دارد؛ اما در خصوص فلسفه نماز و نمازخوانی و نسبت نماز و تدین و تعبد، توجیه نظری از نوع الهیاتی و معارفی نشده است.</p>	
<p>۲. اعتقاد اکثریتی و بیشینه به وجوب فریضه نماز</p> <p>تمام داده‌های تجربی کم و بیش مبین این واقعیت است که اجتماع دینی ایرانی بر وجوب فریضه نماز اذعان دارند. آن هم بنابه دلایلی از قبیل این که نماز موجب رشد و تعالی معنوی، رشد اخلاقیات، خودسازی و آرامش قلبی است. اما مسأله این است، که نماز می‌بایست بهترین وسیله‌ای برای ارتباط با خداوند باشد؛ این اجتماع دینی توافق و اجماع کمتری، در مقایسه با کارکردهای قبلی نماز دارند. بنابراین، وجود آن اجماع قبلی حداکثری و پائین بودن این اجماع هر دو جای بحث و تأمل دارد.</p>	<p>الف. واقعیت باور به نماز</p>
<p>۳. اعتقاد نسبی، ولی بیشینه به تدین بدون نماز</p> <p>اجتماع دینی ایرانی بر آن است که می‌توان متدین و دیندار بود، اما نماز نیز نخواند؛ به عبارت دیگر میان دینداری و نماز لزوماً و ضرورتاً نسبتی قابل وثوق و ناگسستگی وجود ندارد. آنچه که این نوع اعتقاد درباره بی‌نسبتی دینداری و نمازخوانی در مورد آن سکوت می‌کند و به تصریح بیان نمی‌شود، شاید این باور رایج در اجتماع دینی ایرانی باشد که نمازخوانی نمازخوانان دلیل تدین نیست؛ و یا این که نمازخوانان عصر حاضر از تدین لازمه نمازبرخوردار نیستند. این مسأله نیز به سهم خود در خور تأمل و مذاقه است؛ بویژه اگر این باور، این استدلال مخالف را نیز سامان دهد که نسبت نمازخوانی و نامتدین بودن نیز قابل وثوق و توجه نیست.</p>	

ادامه جدول شماره ۱۵

<p>۴. رفتار اکثریتی و پیشینه در نمازخوانی فرادا اجتماع دینی ایرانی اکثراً به خواندن نمازهای واجب می‌پردازند. اما نحوه برپائی نمازهای مزبور عمدتاً فرادا است. از این رو، داده‌های تجربی، حاکی از بی‌رغبتی به نماز جماعت و حضور کم‌رنگ نمازخوانان در مساجد محلی و نمازخانه‌های مدرسه‌ای و دانشگاهی است. حضور در نماز جمعه نیز، با وجود تمهیدات گسترده حکومتی و تبلیغات رسانه‌ای، بسیار ناچیزتر از نمازجماعت است. این نیز مسأله‌ای است که باید از ابعاد مختلف مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.</p> <p>۵. بازاجتماعی شدن دینی کم‌رمق و فرهنگ نماز کم‌رونق با توجه به تأثیر نهادهای عمده مؤثر در اجتماع دینی ایرانی (مسجد، مدرسه، رسانه و خانواده) برای باز اجتماعی شدن دینی نسل جوان و تحصیل کرده، با هدف هدایت آگاهانه، اختیاری و درست و دقیق آن‌ها به منظور پذیرش فرهنگ نمازخوانی، واقعیت‌ها حکایت از واقعیتی دیگر دارد. اکنون مشخص شده است که در واقعیت امر، به دلیل کم‌جاذبگی مساجد، کم‌حساسیتی خانواده‌ها، کم‌رونقی رسانه ملی و بدمواجهگی نظام آموزشی رسمی، این فرآیندهای اساسی (باز اجتماعی شدن دینی نسل جوان برای فرهنگ‌پذیری نمازخوانی) با چالش روبروست.</p>	<p>ب. واقعیت رفتار نمازخوانی</p>
<p>۶. شکاف بین باور به نماز (اعتقاد اکثریتی به وجوب فریضه نماز) و عمل به نماز (ادای کمیته نمازها)</p> <p>۷. شکاف بین تدین (اعتقاد به لزوم دیندار بودن) و تعبد (تن‌ندادن به نماز به عنوان محمل بندگی خداوند)</p> <p>۸. شکاف بین تدین لازمه نماز (عدم تجلی نماز در رفتار فرهنگی) و نماز لازمه تدین (ابراز تدین بی نمازخوانی)</p> <p>۹. دوقطبی شدن اجتماع دینی کنونی به صورت جمعیت مقید به نماز و جمعیت بی توجه به نماز</p> <p>۱۰. دوقطبی شدن نگرش مثبت / منفی سیاسی نمازخوانان به نظام سیاسی</p> <p>۱۱. دوقطبی شدن نگرش مثبت / منفی سیاسی نمازخوانان به روحانیت.</p>	<p>پ. واقعیت شکاف باور- رفتار نمازخوانی</p>

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.

در همین ارتباط، چند یافته تجربی در این مقاله قابل استناد بوده و لازم است در پژوهش‌های آتی مورد توجه و بررسی بیشتر قرار گیرد.

الف) آگاهی کمینه و حداقلی از فلسفه نماز

اجتماع دینی ایرانی آگاهی لازم و شایسته‌ای از علت وجودی نماز و ضرورت نمازخوانی حقیقی ندارد. به عبارت دیگر همچنان رازهای فلسفه قرآنی نماز سر به مهر و پوشیده باقی مانده است. اگرچه به مدد رساله‌های عملیه فقهی نسبت به اطلاعات ظواهر نماز (از احکام فقهی و شرعی مربوط به شرایط وضو تا نمازگزار، نمازخانه و مانند آن) دانش نسبی آن هم در حد رفع نیاز اولیه وجود دارد، اما درخصوص فلسفه نماز و نمازخوانی و نسبت نماز و تدین و تعبد توجیه نظری، از جنبه الهیاتی و معارفی، صورت نگرفته است.

ب) اعتقاد اکثریتی و بیشینه به وجوب فریضه نماز

تمام داده‌های تجربی کم و بیش مبین این واقعیت است که اجتماع دینی ایرانی بر واجب بودن فریضه نماز تأکید دارد؛ آن هم به دلایلی مانند این که نماز موجب رشد و تعالی معنوی، رشد اخلاقیات، خودسازی، آرامش قلبی است. اما مسأله این است که پاسخگویان درباره این موضوع که نماز بهترین وسیله برای ارتباط با خداوند باشد، توافق و اجماع کمتری در مقایسه با کارکردهای قلبی نماز بر سر آن وجود دارد؛ بنابراین، وجود آن اجماع قلبی حداکثری و پائین بودن میزان این اجماع، هر دو جای بحث و تأمل دارد.

پ) اعتقاد نسبی، ولی بیشینه به تدین بدون نماز

درصدی از اجتماع دینی ایرانی بر این باور است که می‌توان متدین و دیندار بود، اما به خواندن نماز نیز بی‌اعتنا بود؛ به عبارت دیگر میان دینداری و نماز لزوماً و ضرورتاً نسبتی قطعی و ناگسستنی وجود ندارد. شاید به دلیل این باور رایج در اجتماع دینی ایرانی است که نمازخوانی نمازخوانان نشانه تدین نیست؛ و یا این که برخی از نمازخوانان از تدین لازمه نماز برخوردار نیستند. این مسأله نیز به سهم خود در خور تأمل و مطالعه بیشتر است؛ بویژه اگر این باور، بینش مخالفی را نیز ایجاد کند که نسبت نمازخوانی و غیرمتدینی نیز قابل وثوق نیست.

ت) رفتار اکثریتی و بیشینه در نمازخوانی فرادا

اجتماع دینی ایرانی اکثراً به ادای نمازهای واجب می‌پردازند؛ اما نحوه اقامه نماز آنان عمدتاً فرادا است؛ بدین معنی که داده‌های تجربی حاکی از بی‌رغبتی به شرکت در نماز جماعت و حضور کم‌رنگ نمازخوانان در مساجد محلی و نمازخانه‌های مدرسه‌ای و دانشگاهی است. حضور در نماز جمعه نیز، با وجود تمهیدات گسترده حکومتی و تبلیغات سیاسی رسانه‌ای، بسیار ناچیزتر از نماز جماعت است. این نیز مسأله‌ای است که باید از ابعاد مختلف مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

ث) باز اجتماعی شدن دینی کم‌رمق و فرهنگ نماز کم‌رونق

با توجه به تأثیر چهار نهاد عمده مؤثر در اجتماع دینی ایرانی شامل مسجد، مدرسه، رسانه و خانواده برای باز اجتماعی شدن دینی نسل جوان و تحصیل کرده، با هدف هدایت آگاهانه، اختیاری و درست و دقیق آن‌ها به منظور پذیرش فرهنگ نمازخوانی، واقعیت‌ها -

دست کم در محدوده پژوهش‌های تجربی موجود - حکایت از واقعیتی دیگر دارد. اکنون مشخص شده است که در واقعیت امر، به دلیل کم‌جاذبگی مساجد، کم‌حساسیتی خانواده‌ها، کم‌رونقی رسانه ملی و بدمواجهگی نظام آموزشی رسمی، این فرآیندهای اساسی (بازاجتماعی شدن دینی نسل جوان برای فرهنگ‌پذیری نمازخوانی) با چالش روبروست.

ج) واقعیت شکاف بین باور به نماز و رفتار نمازخوانی

همچنان ما شاهد شکاف بین باور به نماز (اعتقاد اکثریتی به وجوب فریضه نماز) و عمل به نماز (ادای کمینه نمازها)؛ شکاف بین تدین (اعتقاد به لزوم دیندار بودن) و تعبد (تن ندادن به نماز به عنوان محمل بندگی خداوند)؛ و نهایتاً شکاف بین تدین لازمه نماز (عدم تجلی نماز در رفتار فرهنگی) و نماز لازمه تدین (ابراز تدین بی‌نمازخوانی) هستیم.

پی‌نوشت‌ها

- ۱) متون عمومی نمازپژوهی از این منبع گرفته شده است: www.hawzah.net
ضمناً 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/payannamehedini/result.php
- ۳) سایت حوزه نت: www.hawzah.net
- ۴) سایت ستاد اقامه نماز: www.center.namaz.ir و همچنین سایت سازمان تبلیغات اسلامی: 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 مصاحبه‌های علمی پانزدهمین اجلاس سراسری نماز: نماز و رسانه ملی ۲، تهران: موسسه فرهنگی - انتشاراتی ستاد اقامه نماز.
- ۷) این یافته‌های 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

ب) یافته‌های ۹ عنوان چکیده طرح‌های پژوهشی تجربی نیز در سایت سازمان مدارک و اطلاعات علمی ایران- وزارت علوم در دسترس است: 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.

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

منابع

- صحتی سردرودی، محمد (۱۳۷۶)، «کتاب‌شناسی توصیفی و گزیده نماز»، **مجله پاسدار اسلام**، شماره ۱۸۹: ۴۲-۴۸
- کاظمی، عباس و فرجی، مهدی (۱۳۸۸)، **سنجه‌های دین‌داری در ایران**، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.