

مطالعه تحلیلی نقش صدا و سیما در ترویج نماز

فاطمه یباری^۱، محمدمهدی کریمی نیا^۲، مجتبی انصاری مقدم^۳

^۱ فارغ التحصیل سطح سه حوزه علمیه (کارشناسی ارشد) رشته کلام با گرایش امامت، مؤسسه آموزش عالی حوزی الزهراء (سلام الله علیها)، شهر اهواز
^۲ استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، طلبه و پژوهشگر حوزه علمیه قم، استان قم، ایران
^۳ دانشجوی دکتری علوم قرآن و حدیث دانشگاه میبد، مدرس گروه علوم قرآن و حدیث دانشکده الهیات مجتمع آموزش عالی شهید محلاتی قم (نویسنده مسئول)

چکیده

نماز، بارزترین جلوه فرهنگ عبودیت است. در بعد تربیتی، نماز به ایجاد شخصیت بالنده کمک می‌کند. در عرصه اجتماع، نماز بر عناصر اساسی جامعه در سطح فرد، اثر می‌گذارد. نماز، عبادتی همه جانبه است که تمامی ابعاد زندگی بشر را دربر می‌گیرد. با توجه به این که رسانه به ویژه صدا و سیما در سطحی گسترده با افکار عمومی ارتباط دارد و نقش بسیار مهمی در فرهنگ سازی جوامع امروزی بر عهده دارد، می‌تواند در ترویج فرهنگ نماز، بسیار مؤثر باشد. هدف اصلی این نوشتار، بررسی نقش صدا و سیما در ترویج نماز می باشد. مباحث مختلف این نوشتار شامل: نقش مثبت فعالیت‌های رسانه ای در ترویج فرهنگ نماز از جمله: آموزش، پخش مراسم نماز، پخش اذان، ترویج نماز در عرصه هنر، دکور و طرح صحنه، نمایش نامه، قصه و رمان، سرود و شعر و صدا و سیما و پیشبرد فرهنگ نماز می باشد که در این نوشتار، به روش توصیفی - تحلیلی مورد بررسی قرار گرفته است. حاصل نوشتار این است که، نماز منبع قدرتی لایزال می باشد و در برابر جبهه ای که امروز پیش روی ماست، به تکیه گاه مستحکم ذکر خدا و امید و اعتماد به او بیش از همیشه نیازمندیم و نماز، آن سرچشمه جوشانی است که امید و اعتماد و قدرت معنوی را به ما می‌بخشد و اینکه رسانه از نخستین دوران زندگی تا پایان حیات انسان، به عنوان عامل آموزنده و تأثیر گذار نقش قوی دارد. بنابراین، ظهور رسانه تولد دنیای نوینی است که بدون توجه به آثار تربیتی آن، توفیق در آموزش و گرایش به نماز امکان پذیر نیست. امید است مسئولان و دردمندان دین و اصحاب رسانه به ویژه صدا و سیما در درجه اول، به شناخت و درک عمیق نماز و در درجه دوم، همتی بزرگ و تلاشی گسترده برای تبلیغ و تعلیم نماز در جامعه نیاز دارند تا بتوانند با روش‌های مناسب، نسل قدیم و جدید را به درک و عمل به نماز هدایت کنند.

واژه‌های کلیدی: نماز، صدا و سیما، عرصه هنر، دکور و طرح صحنه، نمایش نامه، قصه و رمان، سرود و شعر

مقدمه

در صدا و سیما نماز همچون موضوعی که باید به همه آموخت، تلقی گردد و در برنامه ای جداگانه یا در دل برنامه‌های گوناگون، از آن سخن رود و اعماق و رازها و درس‌های آن برای همه مردم بیان گردد. (پیام‌مقام معظم رهبر به مجامع سراسری نماز)

نماز، برترین عبادت عارفانه (بروجردی، جامع الاحادیث الشیعه، ۱۳۸۰، ج ۴، ص ۵) و ستون دین (هندی، کنز العمال، ج ۷، ح ۱۸۸۸۹، ص ۲۸۴) است و در گسترش فضایل اخلاقی و زدودن رذیلت‌ها بسیار موثر است (عنکبوت (۲۹)، آیه ۴۵). نماز، سبب ایجاد امنیت و آرامش در فرد می‌شود. (طه (۲۰)، آیه ۲۸) نماز، عبادتی همه جانبه است که تمامی ابعاد زندگی بشر را در برمی گیرد و بارزترین جلوه فرهنگ عبودیت است که باید از هر وسیله ای برای گسترش آن استفاده کرد.

بعد از خانواده، مدرسه و جامعه به عنوان عوامل تأثیر گذار در تربیت ذکر شده اند. البته نباید تصور شود که رسانه از جمله: تلویزیون، رادیو، مجلات، ماهواره، و اینترنت، نقش کمتری از آن‌ها در امر تربیت دارند. حتی شاید بتوان گفت نقش آن بیش تر و پررنگ تر است! رسانه از بهترین و کارآمدترین ابزارهاست. که در راستای تفهیم و ترویج این امر مهم، اثر زیادی دارد و می‌تواند عامل کار آمدی در این مورد باشد و از نخستین دوران زندگی تا پایان حیات انسان، به عنوان عامل آموزنده و تأثیر گذار نقش قوی دارد. بنابراین، با توجه به این که رسانه در سطحی گسترده با افکار عمومی ارتباط دارد و نقش بسیار مهمی در فرهنگ سازی جوامع امروزی بر عهده دارد، می‌تواند در ترویج فرهنگ نماز، بسیار مؤثر باشد. (مرکز پژوهش‌های اسلامی، نماز در رسانه: راهکارهای پرداختن به نماز در برنامه‌های صدا و سیما، ۱۳۸۴، ص ۵).

در این میان صدا و سیما (رادیو و تلویزیون) به عنوان بازوی قدرتمند و به عنوان رسانه ای پر طرفدار می‌تواند نقش بسیار سازنده ای در گرایش و آشنایی نوجوانان و جوانان با فضایل نماز داشته باشد. مسلماً ساختن برنامه‌هایی که مفاهیم نماز و تأثیرات آن بر زندگی انسان را نشان می‌دهد، در این زمینه بسیار مفید و مثمر ثمر خواهد بود. (دوغان، آثار تربیتی نماز» راه‌های ایجاد گرایش به نماز در جوانان» ۱۳۸۸، ص ۱۵۲)

اینک در این مقاله ابتدا به طور کلی نقش رسانه در ترویج فرهنگ نماز را بیان می‌کنیم سپس به نقش صدا و سیما که یکی از مصادیق پرطرفدار رسانه است می‌پردازیم با این حال، می‌توان موارد زیر را از نقش مثبت فعالیت‌های رسانه در ترویج فرهنگ نماز بیان کرد.

رسانه، کانال ارتباطی

در بین کانال‌های ارتباطی، رسانه از مهم‌ترین راه‌های ارتباطی است که در انتقال کامل و همه‌جانبه پیام نقش مهمی دارد. با توجه به توانایی‌های بالقوه و بالفعل رسانه و سطح گسترده مخاطبان که رسانه در بین آن‌ها نفوذ و تأثیر زیادی دارد، می‌توان گفت رسانه یکی از مهم‌ترین عوامل گسترش فرهنگ نماز است. رسانه در انتقال پیام نماز و بیان حقیقت و درون‌مایه آن بسیار کارآمد و مفید است.

تهیه فیلم، پخش عکس، داستان‌سرایي و شعر در انتقال نماز مؤثرند و رسانه می‌تواند از تمام این ابزار بهره‌گیرد. پخش نماز جماعت و اذان و آموزش احکام فقهی و اعمال ظاهری نماز در رسانه نیز به گونه‌ای مؤثر است. رسانه از سه طریق می‌تواند در برنامه ریزی برای گسترش فرهنگ نماز نقش داشته باشد:

۱. زمینه‌سازی برای گسترش و تعمیق نمازگزاران؛ مانند معنوی کردن فضای عمومی جامعه و پخش مراسم نیایش، دعا و برنامه‌های دینی؛

۲. برگزاری نشست‌های علمی و تخصصی در مورد ابعاد تربیتی، اجتماعی، عرفانی، و سیاسی نماز؛

۳. بیان راهکارها برای گسترش نماز در دیگر مراکز و مؤسسه‌ها. برای نمونه، برنامه‌ای تخصصی

با حضور کارشناسان در مورد راه‌های افزایش حضور دانش‌آموزان در نماز جماعت مدارس طراحی شود.

رسانه با بهره‌گیری از ابزار زیر به خوبی می‌تواند نقش خود را در ارتباط با گسترش و تعمیق نماز در بین مخاطبان ایفا کند:

الف - آموزش

یکی از ابعاد تبلیغات نمازگزاران و راه‌های ترویج فرهنگ نماز، بیان احکام فقهی و ظاهری

نماز است. رسانه، به ویژه صدا، در این مورد اقدامات مثبتی انجام داده است. گسترش این فعالیت‌ها یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های فرهنگ نماز را فراهم می‌کند.

برنامه‌های نمایشی، مسابقه، سخنرانی، ارتباط تلفنی یا مکاتبه‌ای و پاسخ به پرسش‌ها از راه‌های مطلوب و مفیدی است که در طول سال به فراخور مناسبت‌های مذهبی، می‌توان برای آزمایش احکام نماز از آن‌ها استفاده کرد. ماه مبارک رمضان، که زمینه‌یادگیری نیز در مردم وجود دارد فرصت بسیار مناسبی است.

در این راستا، باید راه‌های جدید و متنوعی برای آموزش اعمال نماز به نوجوانان و کودکان در نظر گرفته شود. استفاده از کتاب‌های درسی و هماهنگی با آموزش و پرورش و همکاری مدرسه و خانواده در این راه مؤثر است.

ب- پخش مراسم نماز

پخش مراسم نماز، افزون بر معنوی کردن فضا، نوعی تبلیغ در راستای نمازگزاری به شمار می‌آید.

هم چنین، نمایش مجالس مذهبی، سبب گرمی داشت شعایر مذهبی و تقویت باورهای دینی در سطح افکار عمومی می‌شود و مشخص است که مراسم نماز، یکی از مهم ترین مجالس مذهبی است. به تصویر کشیدن مراسم نماز جماعت پس از پخش اذان و تصاویری از نماز جمعه، از نقاط مثبت کار رسانه در ارتباط با نماز است که در ترویج فرهنگ نماز مؤثر است.

نشان دادن نمازهای خاص مانند نماز جمعیت انبوه عزاداران حسینی در ظهر عاشورا، نماز در پارک و فضای سبز، قله کوه، حیاط دانشگاه، نمازهای فرادا در مهمان خانه ها، غذاخوری‌ها و تالارهای پذیرایی، نقش بیشتری در هدایت عمومی جامعه به سوی نماز ایفا می‌کند.

ج- پخش اذان

نماز، از عبادت‌های دین اسلام است که بیش ترین تبلیغات را داراست. این فریضه پر ارج، از طریق اذان روزی سه بار تبلیغ می‌شود و مسلمانان به گرمی داشت و به پا داشتن آن دعوت می‌شوند.

اذان، یکی از مهم ترین آواهای روحانی است که در آماده سازی شرایط برای برپایی نماز، بسیار مؤثر است. با پخش اذان، حال و هوای خاصی ایجاد می‌شود.

پخش اذان با صدای زیبا، از کارهای بسیار مفید رسانه در راستای اشاعه فرهنگ نماز در جامعه است.

تهیه ویژه برنامه پیش و پس از اذان، بر تأثیر و روح انگیزی اذان می‌افزاید و فضای مناسب تری را برای این منظور آماده می‌کند.

الف- ترویج نماز در عرصه هنر

استفاده از هنر در تبلیغ و گسترش مفاهیم و شعایر دینی، راهی بدون حساسیت و عوارض جانبی است. با توجه به مطالبی که در پی خواهد آمد، استفاده از ابزار هنر در انتقال پیام‌های دینی به نسل جدید انقلاب مؤثر خواهد بود.

۱- رویکرد افکار عمومی در مسایل هنری به شکلی است که از شیوه‌های هنری استقبال می‌کند. مقبولیت یک شیوه در ابزار و افکار عمومی در موفقیت و تأثیر کار تبلیغاتی، عنصری حیاتی است.

۲- دشمن در تهاجم فرهنگی از ابزار و شیوه‌های هنری بسیار استفاده می‌کند و فرهنگ مسموم و فرسوده خود را تزیین می‌کند تا ارزش‌های اسلامی و معارف بلند آن را از میان ببرد. از این رو، در راه تدافع فرهنگی و شاید تهاجم فرهنگی به دشمن، استفاده از ابزار هنری راه گشا خواهد بود.

۳- انسان به طور فطری به ظرایف و لطافت‌های هنری متمایل است. به این ترتیب، با استفاده از کشش و جاذبه هنری، مفاهیم دینی به خوبی ترویج می‌شود. اینک، برخی جلوه‌ها و نمودهای هنری در عرصه رسانه که به طور مستقیم و غیرمستقیم در گسترش فرهنگ نماز مؤثرند، بررسی می‌کنیم.

ب- دکور و طرح صحنه

صحنه و دکوری که برنامه‌های تلویزیونی در آن اجرا می‌شود، می‌تواند بسیاری از پیام‌ها را به بینندگان منتقل کند. تصویر پشت سر گوینده تلویزیون می‌تواند تابلوی گویا، زیبا و ظریفی در مورد نماز باشد که با هنرمندی خاصی جاسازی شده است.

در دیگر برنامه‌ها نیز که در مورد موضوع‌های مختلف علمی، سیاسی، اجتماعی، ورزشی، خانوادگی، هنری، تفریحی و سرگرمی، برنامه‌های کودک و نوجوان، خبر و اجرایی است، طراح دکور به طور غیرمستقیم به موضوع نماز مربوط باشد، برای نمونه، یکی از کارهای نماز مانند ذکر رکوع یا «بسم الله الرحمن الرحيم» یا ذکر صلوات یا تصویری از یک نیایشگر، به صورتی زیبا و جذاب در دکور قرار بگیرد. این نوع طراحی دکور، سبب معنوی شدن فضای برنامه‌ها می‌شود و به طور غیرمستقیم به گسترش نمازگزاری کمک می‌کند.

در فیلم‌ها و سریال‌های نمایشی نیز طرح دکور باید به شکلی باشد که از معارف دینی حکایت کند. برای نمونه، اگر صحنه فیلم، منزل است یک تابلوی آیات قرآن در اتاق پذیرایی نصب شده باشد، یا اگر محل کار است بالای سر کارمند اداره تابلوی «بسم الله الرحمن الرحيم» وجود داشته باشد یا روی پنجره مغازه عبارت «هنگام نماز تعطیل است»، نوشته شده باشد.

ج- نمایش نامه

نمایشنامه نویسی یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین هنرهای رسانه‌ای است که محتوا و حقیقت نمایش و فیلم از آن برخاسته است. در نوشتن نمایش نامه، باید به نکات ظریفی توجه کرد که نه تنها در سیر کلی و محتوای نمایشنامه خللی ایجاد نمی‌

کنند، بلکه سبب معنوی شدن فضای نمایش و بستر سازی برای نمازگزاری می‌شود. بدون این که از نماز حرفی به میان آید یا موضوع نمایشنامه نماز باشد؛ در تمامی نمایش نامه‌ها در موضوعات مختلف می‌توان موضوع نماز را به شکلی خاص گنجانند، بدون این که بیننده یا شنونده حساس شود. برای نمونه به جای این که گفته شود «ساعت ۱۲/۳۰ می‌آیم.» « بگوید «پس از نماز ظهر می‌آیم».

به طور کلی، می‌توان بدون این که موضوع نمایش نامه نماز باشد و بدون این که نماز به تصویر کشیده شود، از نماز صحبت کرد و به این وسیله وضعیتی را که متأسفانه امروزه شاهد آن هستیم یعنی بیگانه بودن نمایشنامه‌های رسانه ای ما با نماز و حذف نماز از صحنه زندگی افراد جامعه اصلاح کرد. (محمدی، علل نمازگریزی و نقش رسانه در گسترش نماز (۲)، ۱۳۸۳، صص ۱۵۳-۱۵۴)

صدا و سیما با استفاده از هنر نمایش در به تصویر کشیدن نگرش و رفتار پیشوایان، رهبران و الگوهای محبوب در ارتباط با نماز، می‌تواند تأثیرات بسیار مؤثر و پایداری در ایجاد بازخوردهای نوین نسبت به ارزش و جایگاه نماز در بین همه مردم به ویژه نوجوانان و پرورش حس مذهبی آن‌ها داشته باشد. مسلماً در نقل قصه‌های نماز یا تهیه برنامه‌های نمایشی و تلویزیونی می‌بایست دقیقاً به اصول روان‌شناسی اجتماعی توجه نموده، ویژگی‌های سنی، ذهنی، گرایش‌های روانی عاطفی و همچنین شرایط فرهنگی اجتماعی مخاطبین را مدنظر قرار داد و حتی‌الامکان از بیان مستقیم و شیوه تبلیغی صرف در مورد نماز پرهیز کرد. صدا و سیما می‌تواند برنامه‌هایی درباره نماز و با رعایت اصول و ظرافت‌های یاد شده، در قالب نمایش (فیلم و سریال)، گزارش، سخنرانی، مستند و ... ارائه دهد. (سایت اندیشه قم، برگرفته از مقاله «نقش رسانه در ترویج فرهنگ نماز»، تاریخ انتشار ۱۳۹۷/۰۹/۰۵)

د- قصه و رمان

امروزه، قصه و رمان یکی از مهم ترین ابزار فرهنگی هستند که در تبلیغات و گسترش طرز تفکری خاص، بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرند. حتی اندیشه‌های فلسفی و عرفانی نیز از این راه ترویج می‌شوند.

نوشتن رمان‌ها و قصه‌های زیبا توسط هنرمندان متعهد و متخصص، راه مطلوبی برای اشاعه فرهنگ دین داری و نماز در جامعه است. به ویژه این که، امروزه جوانان از رمان استقبال می‌کنند. متأسفانه رمان‌های دینی در این عرصه، موفقیتی کسب نکرده اند و نتوانسته اند توجه جوانان را جلب کنند.

۵- سرود و شعر

برداشت بیشتر افراد جامعه از سرود، تصویری غیر دینی است و کم تر به نظر می‌رسد که از این ابزار هنری بتوان بهره دینی برد، ولی با توجه به تأثیر پذیری افکار عمومی از سرود و روان شناسی اجتماعی مخاطبان، باید گفت که در فرایند تبلیغات دینی، «سرود» بسیار راه گشاست.

البته چگونگی انتخاب و اجرای سرود بسیار مهم است که باید دقت شود تا با روحیه مخاطبان تناسب داشته باشد، در غیر این صورت مؤثر نخواهد بود. شعار، مشاعره و قطعه ادبی، سه عنوان دیگر هنری و ادبی هستند که هر کدام به نحوی برای گسترش و تعمیق فرهنگ نماز مؤثر خواهند بود. حساسیت و اهمیت نماز، دین داران متعهد جامعه را به سمتی راهنمایی می‌کند که از هر ابزاری بهره گیرند تا سرانجام با استفاده از تمام این ابزارها و امکانات به هدف مقدس خود برسند. (محمدی، علل نمازگریزی و نقش رسانه در گسترش نماز (۲)، ۱۳۸۳، ص ۱۵۴)

صدا و سیما و پیشبرد فرهنگ نماز

از عوامل دعوت به نماز، برنامه‌های صدا و سیماست. در اسلام حدود پانزده درصد روایت‌هایی که مربوط به همه دین است، مخصوص نماز است. و در میان هزاران حدیث و نکته و اسرار که در روایات وجود دارد بسیاری از آنها با هنر و تصویر قابل اجرا است. در صدا و سیما باید جایی دائمی برای افراد فاضل و عاشق، فارغ، اسلام شناس، مردم شناس، هنرشناس، همراه با امکانات و بودجه ای در نظر گرفته شود.

آموزش نماز برای عموم و قشرهای ویژه از جمله نماز در هواپیما، نماز در بیمارستان، نماز در میدان جنگ و مانند آن قابل آموزش است. هنرمندان دلسوز می‌توانند با مشاوره اسلام شناسان خوش سلیقه، بسیاری از اینها را همراه با اعتقاد شخصی خود به تصویر بکشاند. می‌توان آموزش احکامی از جمله وضو، غسل، وضوی جبیره، تیمم، قبله شناسی، وقت شناسی، احکام جماعت، شیوه درست خواندن نماز و پاسخ به شبهات نسل نو را به تصویر بکشد. صدا و سیما می‌تواند از نمازهای ویژه ای که شهیدان محراب، جبهه، اسیران در زندان‌ها و اردوگاه‌ها اقامه کرده اند، فیلم بسازد و می‌تواند فرازهایی از وصیت نامه شهدا درباره نماز را در چند لحظه بخواند.

الف- تناسب نماز شبکه‌های تلویزیون با مخاطبان

بنا بر حدیث سیره پیامبر این بود که بزرگان هر گروه و قومی را احترام می‌کرد؛ «يُكْرِمُ كَرِيمَ كُلِّ قَوْمٍ». (طبرسی، مکارم

الأخلاق، ۱۳۱۴ق، ص ۱۴)

لازم است به تفکر و توقع مخاطبان توجه داشته باشیم. اگر در میدان فوتبال نماز جماعت بزرگان ورزش فوتبال را نشان دهند، در دعوت مردم به نماز مفیدتر از آن است که نماز جماعت سالمندان را نشان دهند.

اگر از مدارس ابتدایی، دبیرستان‌ها و دانشگاه‌ها نماز جماعت‌هایی را در شبکه‌های سیما بیاورند اثر بسیاری مهمی در جذب این گونه مخاطبان در جذب به نماز دارد. پخش نمازهای تکراری برای دعوت به نماز جاذبه لازم را ندارد.

ب- فرهنگ سازی

صدا و سیما می‌تواند برای امور زیر اقدامات مطلوبی را انجام دهد:

ای کاش زمان‌ها و مکان‌ها و بودجه‌هایی که صرف پیشگیری و جلوگیری از فحشاء و منکر می‌شود برای اقامه نماز هزینه گردد.

ای کاش برخی از برنامه‌ها، کتاب‌ها، بودجه‌ها، زمان‌ها و زمین‌هایی که برای تربیت انسان‌ها هزینه می‌شد، صرف نماز می‌گشت.

ای کاش در بودجه‌ها و برنامه‌هایی که برای مسائل فرهنگی هزینه می‌شد، نماز را در رأس کار فرهنگی خود قرار می‌دادند. ای کاش هنرمندان ما اسرار نماز را با هنر خویش ترسیم می‌کردند و اسرار نماز را با هنر خود به مردم می‌آموختند. (قراقرتی، شیوه‌های دعوت به نماز، ۱۳۹۶. صص ۱۹۴-۱۹۶)

صدا و سیما نه تنها یک دانشگاه عمومی و تأثیرگذار است، بلکه یک آینه عیب نمای جامعه هم می‌تواند باشد. از این رو، صدا و سیما می‌تواند در موارد زیر بر استحکام جایگاه نماز در جامعه، نقش آفرینی کند:

۱. آموزش عمومی و بالا بردن سطح آگاهی جامعه؛ از طریق بیان اهمیت نماز با استناد به آیات و روایات، توجه دادن مردم نمازگزار به مراتب و مقامات اهل نماز در جهت تشویق آنان به تلاش و تکراری نشدن امر نماز و عبادت، بیان شرح حال بزرگان و درجات آنان، بیان قصه‌ها و داستان‌های مربوط به نماز، آموزش و اصلاح فرهنگ نمازگزاران از راه بیان اخلاق و اعمال خاص آنان که در قرآن و حدیث آمده است؛ همچنین چگونگی استفاده از آب به هنگام وضو گرفتن و خلاصه توجه دادن اهل نماز به انتظار مردم از آنان و....

۲. آموزش ویژه خانواده‌ها؛ با توجه به نقش اساسی والدین در تربیت فکری کودک، می‌توان با برنامه‌های متنوع و جذاب خانوادگی اهمیت تأثیر و نقش نماز در سلامت روحی فرد را القا کرد.

۳. اصلاح افکار عمومی (اعم از مذهبی‌ها و غیر آنان) در مورد با نماز؛ از جمله اصلاح تصویرهای غلط و عامیانه در نزد مردم که بیشتر پیشرفت‌های علمی و تکنولوژی را مدیون افراد غیرمذهبی می‌دانند، یا نماز را بیشتر یک عبادت شخصی تصدیق می‌کنند. (حمید وارسته، بهشت وصال: بررسی آثار تربیتی، اجتماعی و فرهنگی نماز، ۱۳۸۴، ص ۴۴).

نتیجه گیری

نماز، رکن اصلی دین است و باید اصلی ترین جایگاه را در زندگی مردم داشته باشد. نماز منبع قدرتی لایزال می باشد و در برابر جبهه ای که امروز پیش روی ماست، به تکیه گاه مستحکم ذکر خدا و امید و اعتماد به او بیش از همیشه نیازمندیم و نماز، آن سر چشمه جوشانی است که امید و اعتماد و قدرت معنوی را به ما می‌بخشد تفکر و برنامه ریزی برای برپایی نماز، یکی از شایسته ترین و ضروری ترین کارهایی است که باید در جمهوری اسلامی انجام شود؛ زیرا برپا داشتن نماز، نخستین ثمره و نشانه حکومت صالحان است.

و از آنجا که رسانه‌ها کلاس همگانی و همه جایی و بدون انحصاری هستند که تمام لحظه‌های خالی و غیر رسمی انسان را پر کرده اند و در ایجاد انگیزه و پذیرش یک عمل و شکل دادن عادت‌های خوب یا بد، نقش بسیار مؤثری ایفا می‌کنند بنابراین رسانه از بهترین و کارآمدترین ابزارهای موثر در ترویج نماز می باشد. رسانه از نخستین دوران زندگی تا پایان حیات انسان، به عنوان عامل آموزنده و تأثیر گذار نقش قوی دارد. بنابراین، ظهور رسانه تولد دنیای نوینی است که بدون توجه به آثار تربیتی آن، توفیق در آموزش و گرایش به نماز امکان پذیر نیست. به ویژه صدا و سیما به عنوان بازوی قدرتمند و به عنوان رسانه ای پر طرفدار دارای نقش بسیار سازنده ای در گرایش و آشنایی نوجوانان و جوانان با فضایل نماز می باشد و در این زمینه بسیار مفید و مثمر ثمر خواهد بود.

منابع

قرآن کریم

- ۱- بروجردی، حسین، جامع الاحادیث شیعه، تهران: دارالمرتضی، ۱۳۸۰.
- ۲- دوغان، محمدزکی، آثار تربیتی نماز « راههای ایجاد گرایش به نماز در جوانان»، تهران: ستاد اقامه نماز، ۱۳۸۸.
- ۳- طبرسی، حسن بن فضل، مکارم الأخلاق، قم: الشریف الرضی، ۱۳۷۰.

۴- علاء الدین علی بن حسام الدین هندی، کنز العمال، محقق: بکری حیانی - صفوة السقا، ناشر: مؤسسه الرساله، چاپ پنجم، ۱۴۰۱ هـ.

۵- قرائتی، محسن، شیوه‌های دعوت به نماز، تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی ستاد اقامه نماز، ۱۳۹۶.

۶- وارسته، حمید، بهشت وصال: بررسی آثار تربیتی، اجتماعی و فرهنگی نماز، قم: صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۴.

۷- محمدی، محسن، علل نمازگریزی و نقش رسانه در گسترش نماز (۲)، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۳.

۸- مرکز پژوهش‌های اسلامی، نماز در رسانه: راهکارهای پرداختن به نماز در برنامه‌های صدا و سیما، قم: صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۸۴.

۹- سایت اندیشه قم، برگرفته از مقاله «نقش رسانه در ترویج فرهنگ نماز»، تاریخ انتشار ۱۳۹۷/۰۹/۰۵.

۱۰- نماز؛ گنجینه رمز و راز پیام‌های مقام معظم رهبر به مجامع سراسری نماز، پیام چهارم، ۷۳/۶/۱.