

نقش فناوری ارتباطات و اطلاعات در تعمیق باورهای دینی و نماز در نسل جوان

زهرا مقصودی^۱ و لیلا موسوی^۲

۲۷

دوره جدید، سال ۷، شماره ۷،
پیاپی ۲۷ پاییز ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۴/۱۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۷/۱۵

صص: ۶-۲۸

شاپا چاپی: ۲۵۸۸-۷۴۷۵
الکترونیکی: ۲۶۴۵-۴۷۴۲



چکیده

امروزه تعمیق باورهای دینی و نهادینه‌سازی فریضه نماز در نسل جوان، به‌عنوان ستون دین اسلام و عاملی حیاتی در سلامت معنوی فرد و جامعه، با چالش‌های نوین ناشی از دگرگونی سبک زندگی و الگوهای ارتباطی مواجه است. این پژوهش با هدف بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در تعمیق باورهای دینی و نهادینه‌سازی فرهنگ نماز در نسل جوان، با روشی توصیفی-تحلیلی و از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و تحلیل محتوای کیفی انجام شده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد فناوری اطلاعات و ارتباطات با فراهم آوردن فرصت‌هایی مانند تولید محتوای جذاب چندرسانه‌ای، نرم‌افزارهای و برنامه‌های دیجیتال تعاملی عبادی و شبکه‌های اجتماعی معنا ساز، می‌تواند در تعمیق و عمومی‌سازی مفاهیم دینی مؤثر باشد. در مقابل، چالش‌هایی چون هجوم شبهات، سطحی‌شدن مفاهیم و شکاف نسلی نیز به عنوان تهدید مطرح است. دستیابی به این امر، مستلزم ایجاد تعادل میان اصالت محتوا و جذابیت رسانه‌ای و تولید محتوای غنی و خلاقانه است.

در نتیجه، فناوری اطلاعات و ارتباطات به زیرساختی ضروری برای تأثیرگذاری بر نسل جوان تبدیل شده و نقش آن، تسهیل و تعمیق تجربه معنوی از طریق تلفیق «دانش دینی اصیل، خلاقیت در تولید محتوا و بینش فناورانه» است. این امر همچنین نیازمند مدیریت هوشمندانه، آموزش سواد رسانه‌ای و ارائه الگوهای مصرف صحیح برای بهره‌گیری حداکثری از فرصت‌ها و کاهش تهدیدهای فضای دیجیتال است.

کلیدواژه‌ها: نماز، فناوری ارتباطات و اطلاعات (فاوا)، نسل جوان، باورهای دینی.

۱. کارشناس ارشد ریاضی محض، خادم آستان مقدس حضرت احمدبن موسی الکاظم (علیهما السلام)، (نویسنده مسئول)؛

پست الکترونیکی: z.magsudi128@gmail.com

۲. کارشناس ارشد علم‌سنجی، خادمیار رضوی و خادم آستان مقدس حضرت احمدبن موسی الکاظم (علیهما السلام)،

پست الکترونیکی: mousaviketabdar@gmail.com

انسان معاصر در گذر زندگی پرمشغله و استرس‌زای روزمره، پیوسته با فشارهای گوناگونی مواجه می‌شود که قوای روحی و جسمی او را تحلیل می‌برد. در این میان، برقراری ارتباط با سرچشمه هستی نقشی حیاتی در ترمیم قوای درونی ایفا می‌کند، تا جایی که برخی پژوهشگران این نیاز را هم‌تراز با نیازهای اولیه بشری دانسته‌اند (ادیب حاج باقری، ۱۳۷۹). نماز، به عنوان برجسته‌ترین شکل ذکر و ستون دین اسلام، والاترین راه برای ایجاد این پیوند است. این فریضه الهی، که در قرآن کریم به صراحت به عنوان بازدارنده از فحشا و منکر معرفی شده است (عنکبوت: ۴۵)، دارای کارکردهای فردی، اجتماعی و اخلاقی عمیقی است و نقشی محوری در شکل‌دهی به هویت دینی نسل جوان و تضمین سلامت معنوی جامعه ایفا می‌کند (زارعی و عباسی، ۱۴۰۳؛ لطفی، ۱۴۰۴).

از سوی دیگر، جهان امروز شاهد انقلابی کم‌نظیر در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) است. نسل جوان به عنوان اصلی‌ترین کاربران این فناوری‌ها، زندگی خود را در فضای دیجیتال سپری می‌کنند. این فضای جدید، از یک سو بسترهای بی‌سابقه‌ای برای دسترسی به معارف دینی و تعمیق باورها فراهم کرده و از سوی دیگر، به عرصه‌ای برای رقابت جدی بین محتوای دینی و غیردینی تبدیل شده است (پوراخوان و زارع، ۱۴۰۱). این تقاطع «نیاز نسل جوان به تعمیق باورهای دینی» و «نفوذ همه‌جانبه فناوری»، مسئله اصلی این پژوهش را شکل می‌دهد. پرسش اساسی این است که فناوری اطلاعات و ارتباطات چگونه می‌تواند به تعمیق و نهادینه‌سازی باورهای دینی و فرهنگ نماز در نسل جوان کمک کند؟ این پژوهش بر آن است تا، به واکاوی فرصت‌ها (مانند تولید محتوای جذاب، برنامه‌ها و نرم‌افزارهای دیجیتالی عبادی و شبکه‌های اجتماعی معنوی) و چالش‌های این نقش (مانند هجوم شبهات و انفعال در برابر محتوای غیردینی) بپردازد و تأثیر تحول فناورانه را بر باورها، مناسک، و ساختارهای جوامع دینی مورد بررسی قرار دهد.

شرح و بیان مسئله

با دگرگونی سبک زندگی و تغییر الگوهای ارتباطی نسل جوان، روش‌های سنتی تبلیغ و ترویج دین دیگر به تنهایی پاسخ‌گوی نیازهای معنوی این نسل نیست. از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات با قابلیت‌هایی چون تعاملی بودن، جذابیت بصری، دسترسی پذیری فراگیر و سرعت انتقال بالا، به بستری اجتناب‌ناپذیر برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتار جوانان تبدیل شده است. در این میان، مسئله اصلی این است که چگونه می‌توان از ظرفیت‌های گسترده فناوری‌های نوین ارتباطی، با حفظ اصالت محتوای دینی و در نظرگیری ویژگی‌های روانشناختی و فرهنگی نسل جوان، برای تعمیق باورهای دینی و نهادینه‌سازی فریضه نماز بهره برد؟

پژوهش حاضر در صدد است تا با شناسایی فرصت‌ها (از جمله تولید محتوای چندرسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی معناساز، اپلیکیشن‌های تعاملی نماز و ایجاد جامعه‌های مجازی دینی) و نیز تبیین چالش‌های پیش‌رو (مانند سطحی‌شدن مفاهیم، هجوم شبهات، شکاف نسلی دیجیتال)، چارچوبی نظری برای بهره‌گیری مؤثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در تعمیق دینداری نسل جوان ارائه دهد.

مبانی نظری

این پژوهش از سه رهیافت نظری اصلی بهره می‌گیرد که تحلیل رابطه بین فناوری، دین و نسل جوان را ممکن می‌سازد:

۱. فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه‌های نوین

فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) به مجموعه ابزارها، فناوری‌ها و زیرساخت‌هایی اطلاق می‌شود که امکان تولید، پردازش، ذخیره‌سازی، انتقال و تبادل اطلاعات را فراهم می‌سازند. رسانه‌های نوین

برآمده از این فناوری‌ها (از قبیل شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌ها و نرم‌افزارهای دیجیتالی و بسترهای واقعیت مجازی) با ویژگی‌های منحصر به فرد چند رسانه‌ای بودن، تعاملی بودن و فرامرزی بودن، رویکرد جدیدی در ارتباطات ایجاد کرده‌اند. در حوزه ترویج معارف دینی، این ویژگی‌ها یک «فرصت طلایی» به شمار می‌آیند که مهم‌ترین مصادیق آن عبارتند از:

- شکستن مرزهای جغرافیایی و دسترسی نامحدود به مخاطبان جهانی.
- امکان تعامل دوسویه و مشارکت فعال مخاطب، که منجر به درونی‌سازی عمیق‌تر مفاهیم می‌شود.
- قابلیت ارائه مفاهیم انتزاعی و پیچیده دینی در قالب‌های جذاب و چندحسی (ترکیب متن، صدا، تصویر و انیمیشن).

۲. ترویج دین در عصر دیجیتال

برای تحلیل دقیق تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) بر تعمیق باورهای دینی نسل جوان، می‌توان از چارچوب‌های نظری ذیل بهره جست:

- نظریه انتشار نوآوری‌ها^۱

انتشار نوآوری فرآیندی است که طی آن، یک ایده یا فناوری جدید با گذشت زمان در بین اعضای یک سیستم اجتماعی منتشر می‌شود (راجرز^۲، ۲۰۰۳). نظریه انتشار نوآوری، فرآیند پذیرش و گسترش یک نوآوری (مانند یک اپلیکیشن نماز) در جامعه را تبیین می‌کند. بر این اساس، پذیرش ابزارهای دیجیتال دینی توسط جوانان به پنج عامل بستگی دارد: مزیت نسبی (کارآمدی نسبت به

۱ Diffusion of Innovations

۲ Rogers

روش‌های سنتی)، سازگاری (همخوانی با سبک زندگی و ارزش‌های آنان)، پیچیدگی (سهولت استفاده)، قابلیت آزمایش (امکان آزمون بدون تعهد) و قابلیت مشاهده (مشاهده نتایج مثبت در دیگران). طراحی جذاب و کاربرپسند و نشان دادن منافع ملموس، شتاب انتشار این نوآوری‌ها را افزایش می‌دهد (ناصر قراملکی، ۱۴۰۲).

- نظریه استفاده و خوشنودی‌ها^۱

این نظریه با تغییر از پرسش «رسانه با مردم چه می‌کند؟» به «مردم با رسانه چه می‌کنند؟»، بر فعال بودن مخاطب در انتخاب رسانه برای برطرف کردن نیازهای خاص تأکید می‌ورزد (کنز، هاس و گورویچ^۲، ۱۹۷۳). در این دیدگاه، مخاطب منفعل نبوده و به‌طور فعالانه رسانه را به منظور دریافت پاسخ به کاری برد. نیازهای نسل جوان در مواجهه با محتوای دینی می‌تواند شامل نیاز شناختی (کسب اطلاعات و پاسخ به شبهات)، نیاز عاطفی (دستیابی به آرامش معنوی)، نیاز اجتماعی (احساس تعلق به جامعه ایمانی) و نیاز هویتی (تقویت بنیان‌های هویت دینی) باشد. موفقیت یک رسانه دینی در گرو توانایی آن در پاسخ‌گویی مستقیم به این نیازهاست (ناصر قراملکی، ۱۴۰۲).

- نظریه یادگیری اجتماعی^۳

در این نظریه؛ افراد به جای یادگیری صرف از طریق تجربه مستقیم، به طور گسترده‌ای از طریق مشاهده رفتار دیگران و پیامدهای آن یاد می‌گیرند. این فرآیند «یادگیری مشاهده‌ای» به ویژه در محیط‌های رسانه‌ای که مملو از الگوها (مدل‌ها) هستند، اهمیت می‌یابد (بندورا^۴، ۲۰۰۱). این نظریه بر

۱ Uses and Gratifications

۲ Katz, Haas, & Gurevitch

۳ Social Learning Theory

۴ Bandura

اهمیت الگوبرداری در شکل‌گیری رفتار تأکید دارد. رسانه‌های نوین، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، بستری ایده‌آل برای ارائه الگوهای رفتاری مثبت (مانند چهره‌های محبوب یا هم‌سالان مقید به نماز) فراهم می‌کنند. مشاهده و الگوبرداری، می‌تواند نگرش و رفتار دینی جوانان را به‌طور غیرمستقیم و عمیق تحت تأثیر قرار دهد (ملکی گلین باغی، ۱۳۹۶).

۳. الزامات محتوایی برای نسل جوان: از جذابیت تا اصالت

نسل حاضر که در محیطی با «بمباران اطلاعاتی» و «کمبود توجه» اجتماعی شده است، انتظار دارد محتوای دینی دارای سه ویژگی کلیدی باشد:

۱. دسترسی سریع و پاسخ فوری: امکان یافتن فوری پاسخ سوالات شرعی و اعتقادی.
۲. کیفیت تولید حرفه‌ای: محتوا باید از نظر فنی (طراحی، صدا، تصویر) با استانداردهای رسانه‌های جهانی رقابت کند تا اعتماد و اشتیاق مخاطب را جلب نماید.
۳. تلفیق اصالت و جذابیت: محتوا می‌بایست ضمن بهره‌گیری از قالب‌های جذاب و بصری (مانند موشن‌گرافیک)، از سطحی‌نگری پرهیز کرده و اصالت و عمق مفاهیم دینی را حفظ کند. بنابراین، ترویج موفقیت‌آمیز نماز در این عصر، مستلزم گذار از مدل‌های خطی و یک‌سویه به سمت خلق «تجربیات دینی تعاملی، شخصی‌سازی‌شده و همه‌جانبه» است.

پیشینه پژوهش

موضوع نماز و عوامل مؤثر بر آن، سهم قابل توجهی در ادبیات علمی و مذهبی داشته است. با محوریت قرار دادن نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات، می‌توان به در دو دسته مجزا به پژوهش‌هایی همانند موارد زیر اشاره نمود:

یک دسته از پژوهش‌ها به بررسی کلی فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی پرداخته‌اند. به عنوان مثال، لطفی (۱۴۰۴) در مقاله‌ای با عنوان «فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی» استدلال می‌کند که ماهیت فضای مجازی ذاتاً نه فرصت است و نه تهدید، بلکه این «نوع مواجهه» کاربران است که نتایج آن را تعیین می‌کند. وی تأکید دارد که خانواده‌های اسلامی می‌توانند با «آگاهی، مسئولیت‌پذیری و تجهیز به سواد رسانه‌ای»، این فضا را به ابزاری کارآمد برای تقویت هویت دینی تبدیل کنند.

به طور مشابه، حاجی‌زاده و مشایخ (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان «فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی» به این نتیجه رسیدند که فناوری‌های ارتباطی جدید آمیزه‌ای از فرصت‌ها (مانند آموزش الکترونیک و برقراری عدالت) و تهدیدها (در ابعاد فردی، خانوادگی و شخصیتی) هستند و با سرمایه‌گذاری فرهنگی می‌توان از تهدیدات کاست و بر فرصت‌ها افزود.

دسته دیگری از پژوهش‌ها به طور خاص‌تر به نقش ابزارهای ارتباطی در ترویج فرهنگ نماز پرداخته‌اند. کاظم‌زاده (۱۳۹۹) در مقاله «نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در ترویج فرهنگ نماز، مطالعات پژوهش‌ها و ارتباطات حوزوی» با تأکید بر این جمله؛ «نماز ستون دین و دین ستون فرهنگ است»، بر این باور است که در عصر حاضر، مسلمانان ناگزیرند برای مقابله با هجمه رسانه‌ای دشمنان، از پیشرفته‌ترین ابزارهای ارتباطی برای تقویت ایمان نسل جوان و ترویج نماز استفاده کنند. وی برای رسانه‌ها، اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها و صدا و سیما، نقشی حیاتی و تعیین‌کننده قائل است.

در همین راستا، تاجور و پورطهماسبی (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش جامعه اطلاعاتی و رسانه‌ها در ترویج فرهنگ نماز» به شناسایی کارکردهای رسانه (مانند ایجاد گفتمان دینی و الگوآفرینی)، چالش‌ها (مانند سطحی‌نگری و هویت‌زدایی) و فرصت‌ها (مانند از بین بردن مرزها و استفاده از آموزش مجازی) پرداخته و «رسانه و نماز» را در جهان معاصر دو جزء جدایی‌ناپذیر دانسته‌اند.

با وجود ارزشمندی پژوهش‌های پیشین، خلأهای قابل توجهی در ادبیات موضوع وجود دارد. پژوهش‌هایی مانند لطفی (۱۴۰۴) و حاجی‌زاده و مشایخ (۱۴۰۲) به تحلیل کلان فضای مجازی می‌پردازند؛ اما کمتر به شاخصه‌های خاص فناوری اطلاعات و ارتباطات و تأثیر آن بر «تعمیق» باورهای دینی و نه صرفاً «ترویج» آن توجه دارند. از سوی دیگر، تحقیقاتی مانند کاظم‌زاده (۱۳۹۹) و تاجور و پورطهماسبی (۱۳۹۵) اگرچه به نماز پرداخته‌اند، اما تمرکز آن‌ها عمدتاً بر رسانه‌های جمعی سنتی‌تر بوده است و نقش محوری بسترهای دیجیتال نوین (مانند شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های اختصاصی و محیط‌های واقعیت مجازی) در ایجاد یک تجربه دینی شخصی و عمیق برای نسل جوان را به صورت نظام‌مند بررسی نکرده‌اند. بنابراین، این پژوهش در صدد است تا با تمرکز بر «فناوری اطلاعات و ارتباطات» و «تعمیق باورهای دینی و نماز» این خلأ را پر کند. از این رو، در این پژوهش فرصت‌ها و چالش‌های ناشی از گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه دین بررسی و تأثیر این تحول فناورانه را بر باورها، مناسک، و ساختارهای جوامع دینی مورد کاوش قرار داده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش گردآوری اطلاعات، یک مطالعه کتابخانه‌ای با رویکرد توصیفی - تحلیلی است. در این راستا، داده‌های مورد نیاز از طریق مرور و مطالعه منابع مرتبط شامل مقالات علمی، کتب تخصصی و متون معتبر دینی گردآوری شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. بر این اساس، اگرچه روش گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای است؛ اما این پژوهش با گذر از گردآوری صرف، با نگاهی تحلیلی و ایده‌محور در پی ارائه دریافتی نو و الگویی مفهومی از نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در تعمیق باورهای دینی نسل جوان بوده است.

فرصت‌ها و نقش آفرینی فناوری‌های ارتباطی در ترویج فرهنگ نماز

انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات با شتابی شگفت‌انگیز، ابعاد گوناگون زندگی بشر، از جمله ساحت‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی معنوی را دستخوش دگرگونی ساخته است. در این میان، آموزه‌ها و مناسک دینی، به‌ویژه فریضه «نماز»، نیز از این تحولات مستثنی نبوده‌اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات، با گشودن افق‌های نوین، ظرفیت‌های بی‌بدیلی را برای «ترویج، تعمیق و نهادینه‌سازی» این آموزه‌ها، به‌خصوص در میان نسل جوان، فراهم آورده است. دانش و اطلاعات که امروزه به‌مثابه «شاه‌کلید دستیابی به بهره‌وری، رقابت، ثروت و رفاه» شناخته می‌شوند (دهقانی، پوراحمدی و ناصری، ۱۴۰۲)، در عرصه دین نیز نقشی انکارناپذیر در ارتقای سطح آگاهی و کیفیت عمل پیروان ایفا می‌کنند. فناوری‌های نوین، در حکم ابزارهایی توانمند، امکان تحقق اهداف فرهنگی و دینی را با کارآمدی بیشتری فراهم می‌سازند که در ادامه، مهم‌ترین مصادیق آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

افزایش دسترسی و ارتقای جذابیت از طریق قالب‌های نوین رسانه‌ای

رسانه‌های دیجیتال امکان ارائه آموزه‌های نماز و اخلاق دینی را در قالب‌هایی فراهم می‌کنند که از جذابیت ذاتی برای نسل جوان برخوردارند. این فناوری‌ها قادرند تجربه‌ای عمیق‌تر و ملموس‌تر از مفاهیم انتزاعی دینی خلق کنند.

- تولید محتوای کوتاه با استفاده از نماهنگ‌های چند ثانیه‌ای: تولید نماهنگ‌های کوتاه ۱۵ تا ۶۰ ثانیه‌ای با محوریت تأثیرات نماز بر زندگی روزمره یا آموزش نکات فقهی مختصر (مانند احکام وضو) که در بسترهایی نظیر ایتا و یا اینستاگرام از مقبولیت بالایی برخوردار است.
- موشن گرافیک و انیمیشن: به‌کارگیری تصاویر متحرک برای تبیین مفاهیم پیچیده اعتقادی مرتبط با نماز (مانند فلسفه نماز یا معاد) به شیوه‌ای بصری و در عین حال مستند.

- پادکست و فایل‌های صوتی: تولید محتوای صوتی باکیفیت که امکان بهره‌مندی از آموزه‌هایی مانند سیره معصومین علیهم‌السلام یا تفسیر آیات نماز را در اوقات فراغت (مانند حین رانندگی یا پیاده روی) فراهم می‌کند.
- بازی‌های دینی: به‌کارگیری بازی، تولید بازی‌های حرفه‌ای دینی در بسترهای ارائه بازی، چه به صورت برخط چه به صورت نرم افزار و بدون نیاز به اینترنت، به منظور آموزش احکام، یادآوری و تقویت حفظ احکام واجبه و یا ادعیه و آشنایی با تاریخ اسلام که می‌تواند عاملی انگیزش‌بخش برای نوجوانان و جوانان باشد.
- واقعیت مجازی^۱ و واقعیت افزوده^۲: این فناوری‌ها قادرند با شبیه‌سازی فضای معنوی اماکن مقدس (همچون مسجدالحرام) یا نمایش دقیق و نحوه صحیح انجام اعمال عبادی در محیطی سه‌بعدی، درکی عمیق‌تر و همه‌جانبه‌تر از فرایض دینی مانند حج یا نماز را ارائه دهند (پوراخوان و زارع، ۱۴۰۱).

شخصی‌سازی^۳ و هدفمندسازی محتوا

- یکی از مزایای ممتاز فناوری اطلاعات و ارتباطات، توانایی آن در تحلیل داده‌ها و ارائه محتوای سفارشی‌شده متناسب با نیات و مشخصات هر کاربر است.
- شناسایی سلیقه و ترجیحات مخاطب: با تحلیل الگوی رفتاری کاربران جوان، می‌توان دریافت کدام سبک روایتگری (داستانی، پرسش و پاسخ، یا استدلال محور) بیشترین تأثیر را دارد و تولید محتوا را بر آن اساس سامان داد.

۱ Virtual Reality

۲ Augmented Reality

۳ Personalization

- سطح‌بندی هوشمند محتوا: تولید و ارائه محتوایی که با توجه به سطح دانش و علاقه کاربر (مبتدی، متوسط، پیشرفته) تغییر می‌کند. برای نمونه، یک نرم افزار یا برنامه می‌تواند برای تازه‌مسلمانان، تنها احکام پایه نماز را نمایش دهد و برای سایر کاربران علاقه‌مند، مباحث عمیق فلسفی و عرفانی نماز را مطرح کند.

آموزش تعاملی و به‌هنگام^۱

فناوری‌های مبتنی بر گوشی تلفن همراه، امکان ارائه خدمات دینی را به‌صورت فوری و در لحظه نیاز کاربر مهیا ساخته‌اند.

- بسترهای مانند برنامه‌ها یا نرم افزارهای هوشمند اوقات شرعی: این برنامه‌ها فراتر از اعلام وقت نماز، می‌توانند با هوشمندی و بر اساس برنامه‌ی روزانه‌ی کاربر (مانند پایان یک جلسه کاری یا ورزش)، یادآورهای مناسب و غیرمزاحمی را ارسال کنند.
- دوره‌های برخط آموزش احکام: برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت و تعاملی با امکان پرسش و پاسخ زنده با عالمان و کارشناسان دینی جهت رفع ابهامات و یا رفع اشکالات مسائلی مانند: احکام قنوت یا سجده سهو و غیره.

ایجاد عرصه‌ای برای گفت‌وگو سازنده و پاسخ به شبهات

همانگونه که می‌دانیم؛ فضای مجازی همواره بستری برای طرح پرسش‌ها و شبهات اعتقادی بوده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند این فضا را به محیطی نظام‌مند و کنترل‌شده برای پاسخ‌گویی به این دغدغه‌ها تبدیل کند.

- تالارهای گفت‌وگو تخصصی^۱: ایجاد فضای گفت‌وگوی برخط، با مدیریت و حضور استادان و کارشناسان مجرب جهت پاسخ‌گویی ساختاریافته به شبهاتی مانند فلسفه عبادات و غیره.
- مشاوره دینی فوری^۲: توسعه بسترهای گفت‌وگوی ربّانی هوشمند آموزش‌دیده با هوش مصنوعی که توانایی پاسخ‌گویی به سوالات رایج و فوری در مورد احکامی مانند نماز را دارند و در موارد پیچیده، کاربر را به کارشناس انسانی ارجاع می‌دهند.

چالش‌ها و موانع پیش رو

علیرغم فرصت‌های بی‌شمار، به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه‌ی دین با چالش‌هایی روبروست که در صورت عدم مدیریت صحیح، می‌تواند تأثیراتی معکوس به همراه داشته باشد. مدیریت خردمندانه این فناوری‌ها، کلید عبور از این موانع و بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های آنهاست.

۱ Forums

۲ Chatbots و Live Chat

- سیطره محتوای غیردینی و کاهش تمرکز

فضای مجازی، عرصه‌ای به شدت رقابتی است که در آن، محتوای سرگرمی محور به دلیل جذابیت ذاتی و پشتیبانی الگوریتم‌های رسانه و بسترهای مجازی، از توجه و فراوانی بسیار بیشتری نسبت به محتوای دینی برخوردار است.

• کاهش سهم توجه: جوانان بخش عمده‌ی اوقات خود را به صورت برخط در شبکه‌هایی سپری می‌کنند که هدف اصلی آن‌ها سرگرمی است. در چنین محیطی که انبوهی از اطلاعات و سرگرمی‌ها در جریان است، خطر غرق شدن در جذابیت‌های سطحی و غفلت از ابعاد عمیق و معنوی زندگی، از جمله نماز، به‌طور جدی وجود دارد.

• شبهه‌افکنی سازمان‌یافته: فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های معاند که از همین ابزارهای فناوری برای تضعیف باورهای دینی اساسی و ایجاد تردید در مورد عباداتی مانند نماز استفاده می‌کنند، یک تهدید مستمر به شمار می‌آید.

- خطر سطحی‌نمایی مفاهیم عمیق و تضعیف تجربه جمعی

ویژگی سرعت و اختصار در تولید محتوای دیجیتال، در صورت عدم دقت، می‌تواند به نقطه‌ضعفی تبدیل شود.

• تقلیل عبادت به یک فرآیند مکانیکی: تأکید افراطی بر جنبه‌های شکلی و فقهی نماز (مانند آموزش حرکات به صورت تکه‌تکه و کوتاه) ممکن است این تصور را ایجاد کند که نماز صرفاً یک مجموعه حرکت فیزیکی است و از جوهره آن، یعنی «حضور قلبی» و «ارتباط معنوی»، غفلت شود.

- کم‌رنگ شدن تجربه جمعی: تمرکز بر نماز فردی و آموزش از طریق برنامه و نرم‌افزارها، ممکن است به تدریج موجب کاهش حضور در «نماز جماعت» شود؛ حال آنکه این امر، دارای ابعاد اجتماعی و تربیتی بسیار مهم و غیرقابل جایگزینی است.

- ضرورت توانمندسازی مبلغان در عرصه سواد دیجیتال

- تولید محتوای مؤثر و جذاب برای نسل جوان، مستلزم برخورداری از مهارت‌های تخصصی در حوزه تولید چندرسانه‌ای، بازاریابی دیجیتال و درک عملکرد الگوریتم‌هاست.
- فاصله روش شناختی: بسیاری از مبلغان سنتی فاقد مهارت‌های فنی و زیبایی شناختی لازم برای تولید محتوای رقابت‌پذیر در فضای دیجیتال هستند.
- نبود استراتژی کلان: فقدان یک برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ در سطح ملی برای تولید و توزیع محتوای دینی، منجر به پراکندگی منابع و کاهش اثربخشی کلی می‌گردد.

راهکارها و سطوح اقدام برای ترویج فرهنگ نماز

- برای بهره‌برداری مؤثر از فرصت‌ها و مهارت‌های فضای مجازی در راستای ترویج فرهنگ نماز، نیازمند رویکردی همه‌جانبه، نظام‌مند و هماهنگ در سطوح مختلف هستیم. این راهکارها در سطوح خرد، میانی و کلان، با همکاری نهادهای مختلف قابل پیگیری است.

- سطح خرد: نقش خانواده

- آموزش سواد رسانه‌ای: والدین با کسب آگاهی درباره فضای مجازی، باید توانایی تشخیص محتوای سالم از ناسالم و استفاده هدفمند از ابزارهای دیجیتال را به فرزندان خود بیاموزند.

- الگوسازی عملی: والدین باید با التزام عملی به نماز و مدیریت صحیح استفاده از فناوری، سرمشق رفتاری مناسبی برای فرزندان باشند.
- مدیریت زمان و ایجاد تعادل: تعیین زمان‌های مشخص برای استفاده از ابزارهای دیجیتال و ترغیب به فعالیت‌های جایگزین غنی‌ساز (مانند مطالعه، ورزش و مشارکت در مراسم مذهبی) برای جلوگیری از غرق‌شدگی در فضای مجازی ضروری است.

- سطح میانی: نقش مدرسه

- طراحی برنامه درسی تلفیقی: ادغام هوشمندانه‌ی ابزارهای دیجیتال (برنامه‌ها و نرم‌افزارها، فیلم و پادکست و نماهنگ کوتاه آموزشی، محتوای غنی چندرسانه‌ای) با روش‌های سنتی آموزش معارف دینی برای افزایش جذابیت و عمق یادگیری.
- تولید محتوای بومی و جذاب: همکاری مدارس با نهادهای فرهنگی و متخصصان فناوری برای تولید بازی‌ها، انیمیشن‌ها و نرم‌افزارهای آموزشی جذاب با موضوع نماز.
- ساماندهی آموزش بر بستر فناوری: استفاده از سامانه‌های مدیریت یادگیری برای ارائه دوره‌های غیرحضوری، برگزاری آزمون‌های برخط و ایجاد فضای گفتمان درباره‌ی مسائل دینی.
- ترویج تولید محتوای دانش‌آموزی: برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات تولید محتوای دیجیتال (فیلم کوتاه، پادکست، انیمیشن، اینفوگرافیک) با موضوع نماز برای تقویت خلاقیت و مشارکت فعال دانش‌آموزان.

- سطح کلان: نقش نهادهای فرهنگی و حاکمیتی

- راه‌اندازی پویاها و چالش‌های مجازی: سازماندهی تالارهای تبادل اطلاعات برخط با هشتک‌های مشخص (مانند #نماز_اول_وقت) برای تشویق کاربران به اشتراک‌گذاری تجربیات معنوی خود.

- حمایت از تولید محتوای خلاقانه: تخصیص منابع و حمایت از تولید آثار حرفه‌ای در قالب انیمیشن، مستندهای کوتاه و موشن گرافیک با مضامین دینی.
- طراحی مشوق‌های فرهنگی: اعطای جوایز، تقدیرنامه‌ها و ایجاد امتیازات اجتماعی برای فعالان عرصه ترویج دیجیتال فرهنگ نماز.
- برنامه‌ریزی فرهنگی منسجم: تدوین و اجرای برنامه‌های جامع، مستمر و ملی با محوریت نماز و بهره‌گیری از ظرفیت‌های تمام‌سنجی فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- توانمندسازی مبلغان: برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای سواد دیجیتال و مهارت‌های تولید محتوای مدرن برای طلاب، مبلغان و کارشناسان دینی.

- هم‌افزایی نهادی: تکمیل‌کنندگی نقش خانواده و مدرسه

هم‌افزایی، هماهنگی و پیوند میان تلاش‌های خانواده و مدرسه، عامل تعیین‌کننده‌ای در موفقیت این مسیر است. ایجاد سازوکارهای رسمی برای ارتباط مستمر میان اولیای دانش‌آموزان و مربیان پرورشی، تبادل تجربیات و تدوین برنامه‌های مشترک، می‌تواند هم‌گرایی و اثربخشی اقدامات را به حداکثر برساند.

در جمع‌بندی نهایی، راهبردهای پیشنهادی، چارچوبی جامع برای به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) به‌عنوان ابزاری راهبردی در خدمت تقویت معنویت و ترویج ژرف‌اندیشانه‌ی فرهنگ نماز در جامعه، به‌ویژه در میان نسل نوپوی امروز، ارائه می‌دهند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهشی

یافته‌های این پژوهش به وضوح نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)، دیگر صرفاً یک ابزار کمکی و جانبی نیست؛ بلکه به یک زیرساخت ارتباطی و فرهنگی اجتناب‌ناپذیر برای تعامل با نسل جوان تبدیل شده است. تردیدی نیست که موفقیت در تعمیق باورهای دینی و نهادینه‌سازی فریضه‌ای مانند نماز در گرو پذیرش این رویکرد جدید و بهره‌برداری هوشمندانه، فعال و نه منفعلانه، از ظرفیت‌های آن است. چالش اصلی در این مسیر، ایجاد تعادل میان اصالت محتوایی و جذابیت رسانه‌ای است؛ به گونه‌ای که هم عمق معنوی و استحکام علمی آموزه‌ها حفظ شود و هم با خلاقیت و زبانی همسو با زیست‌جهان نسل جدید ارائه گردد. در این میان، نقش کلیدی فناوری، نه جایگزینی تجربه معنوی؛ بلکه تسهیل، تعمیق و زمینه‌سازی برای وقوع این تجربه است.

مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش را می‌توان در محورهای زیر خلاصه کرد:

- تأیید کارآمدی فضای مجازی به مثابه یک محیط یادگیری: شواهد پژوهشی مؤید آن است که فضای مجازی، در صورت برنامه‌ریزی سنجیده و هدفمند، می‌تواند به عنوان یک ابزار توانمند در فرآیند تعلیم و تربیت دینی عمل کند و از طریق خلق تجربه‌های یادگیری نوین و جذاب، در ترویج فرهنگ نماز اثربخشی قابل توجهی داشته باشد.
- قابلیت تحقق ترویج نماز از طریق برنامه‌ریزی خلاق: این پژوهش نشان می‌دهد که با تدوین برنامه‌های راهبردی، خلاقانه و مخاطب‌محور می‌توان نسل جوان را به سوی اقامه‌ی آگاهانه و با نشاط نماز سوق داد. استفاده از روش‌های فعال مانند محیط‌های بازی، واقعیت مجازی و محتوای تعاملی، از ارکان این موفقیت است.

- اولویت محتوای جذاب، غنی و تعاملی: یافته‌ها بر این امر صحنه می‌گذارند که صرف انتقال محتوا کافی نیست. جذابیت بصری و شنیداری و فراهم آوری امکان تعامل دوسویه، از عوامل کلیدی در پذیرش محتوا توسط کاربر است. قالب‌های نوینی چون انیمیشن، پادکست‌های داستانی و شبیه‌سازهای عبادی، ظرفیت بی‌بدیلی در این زمینه دارند.
 - توانمندی ذاتی رسانه‌های نوین در بسط مفاهیم دینی: شبکه‌های اجتماعی و بسترهای دیجیتال، با قابلیت انتشار سریع و گسترده، پتانسیل فوق‌العاده‌ای برای عمومی‌سازی و عادی‌سازی مفاهیم دینی مانند نماز در جامعه دارند، مشروط بر آنکه محتوای تولیدشده از نظر محتوا، غنی از نظر علمی مستند و از نظر زیبایی‌شناختی رقابت‌پذیر باشد.
 - ضرورت مدیریت هوشمندانه و پیشگیرانه: علیرغم تمام فرصت‌ها، یافته‌ها هشدار می‌دهند که فقدان مدیریت هوشمندانه و راهبردی می‌تواند به تقویت پیامدهای منفی بینجامد. بنابراین، آموزش سواد رسانه‌ای به همه‌ی ذی‌نفعان، نظارت بر محتوا و ارائه‌ی الگوهای صحیح مصرف، امری حیاتی است.
- در مجموع، می‌توان استنباط کرد که فضای مجازی در حکم یک ابزار دوگانه^۱ است که همزمان هم فرصت‌های بی‌نظیری پیش رو می‌گذارد و هم تهدیدهای جدی به همراه دارد. موفقیت در میدان ترویج فرهنگ نماز، منوط به ترکیب سه‌گانه «دانش دینی اصیل، خلاقیت در تولید محتوا و بینش فناورانه» است.

پیشنادهای پژوهشی

به منظور بهره‌برداری از دستاوردهای این مطالعه و با هدف توسعه پژوهش‌های آتی، پیشنهادهای زیر در دو «الف: فردی-مؤسسه‌ای» و «ب: فرامؤسسه‌ای» ارائه می‌گردد:

الف: سطح فردی-مؤسسه‌ای

- اجرای برنامه‌های آموزشی سواد دیجیتال و رسانه‌ای: پیشنهاد می‌شود کارگاه‌های آموزشی مستمر برای سه گروه هدف اصلی زیر طراحی شود؛
 - **جوانان:** با محوریت مهارت‌های «نقد محتوا»، «مدیریت زمان» و «حفاظت از داده‌های شخصی».
 - **خانواده‌ها:** با تمرکز بر «شیوه‌های نظارت غیرمستقیم»، «گفت‌وگوی مؤثر درباره فضای مجازی» و «الگوسازی مصرف متعادل».
 - **مبلغان و مربیان دینی:** با هدف آموزش «مهارت‌های تولید محتوای حرفه‌ای»، «بازاریابی دیجیتال» و «روانشناسی نسل جوان».
- تأسیس استودیوهای تخصصی تولید محتوای دیجیتال دینی: ایجاد یا تجهیز استودیوهای چندرسانه‌ای در نهادهای مذهبی و آموزشی (مانند حوزه‌های علمیه و دارالقرآن‌ها) با مأموریت تولید محتوای باکیفیت، مستند و جذاب توسط تیم‌های چندتخصصی متشکل از فقیه، متخصص رسانه، روان‌شناس و هنرمند.
- توانمندسازی نظام‌مند مبلغان: تدوین و اجرای دوره‌های مهارت‌افزایی تخصصی برای مبلغان با هدف تسلط بر ابزارهای نوین ارتباطی، درک الگوریتم‌های پلتفرم‌ها و زبان بیانی نسل جوان. این دوره‌ها باید فراتر از کارگاه‌های مقطعی و به صورت یک برنامه‌ی آموزشی مدون باشد.

ب: در سطح فرامؤسسه‌ای

- توسعه و رونمایی از یک «ابرنامه یا نرم افزار یا پلتفرم ملی محتوای دینی». سرمایه‌گذاری و طراحی یک ابرنامه یا نرم‌افزار، پلتفرم یا پورتال یکپارچه که به عنوان مرجع رسمی و قابل اعتماد، تمامی

نیازهای جوان (آموزش احکام، پاسخ به شبهات، پادکست، کتابخانه دیجیتال، مشاوره و...) را در خود جای دهد و زیر نظر شورایی از مراجع عظام تقلید و متخصصان حوزه دیجیتال فعالیت کند.

- طراحی یک «صندوق حمایت از خلاقیت‌های دیجیتال دینی»: ایجاد سازوکارهای حمایتی (اعطای بودجه یا حمایت مالی و مادی، تسهیلات، برگزاری جشنواره‌ها و غیره) برای جذب و توانمندسازی استعداد‌های جوان در حوزه‌های تولید انیمیشن، بازی‌های جدی، تولید محتوای دیجیتال، برنامه یا نرم‌افزارسازی هدفمند و پادکست‌های حرفه‌ای با مضامین دینی.
- تدوین سند راهبردی هوش مصنوعی برای ترویج دین: «تشکیل کارگروهی ویژه متشکل از متخصصان هوش مصنوعی، علوم دینی و رسانه برای پژوهش، توسعه و به‌کارگیری راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی در زمینه‌هایی مانند:

- ردیابی و پایش هوشمند شبهات: برای شناسایی سریع و ارائه پاسخ‌های مستند.
- تولید نیمه‌خودکار محتوا: در قالب‌های ساده و متنوع.
- ارائه محتوای سفارشی‌شده بر اساس علائق و سطح دانش هر کاربر.
- ایجاد شورای عالی هماهنگی تولید محتوای دیجیتال دینی: تشکیل نهادی فرابخشی با حضور نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما، حوزه‌های علمیه، وزارت آموزش و پرورش و انجمن‌های صنفی فعالان دیجیتال به منظور ایجاد وحدت رویه، جلوگیری از موازی‌کاری و اجرای پویای ملی منسجم.

تحقق آرمان ترویج فرهنگ نماز در عصر دیجیتال، نیازمند عبور از مرحله‌ی شعار و اتخاذ رویکردی برنامه‌محور، سرمایه‌گذاری محور و علم‌محور است. آنچه در این مسیر تعیین‌کننده خواهد بود، عزم جدی نهادهای متولی

برای سرمایه‌گذاری روی زیرساخت، نیروی انسانی توانمند و تولید محتوای سطح اول است تا از فضای مجازی نه به عنوان یک تهدید، که به عنوان یک فضای فراگیر، در دسترس و اثرگذار به نفع ارزش‌های دینی بهره‌برداری شود.

فهرست منابع

قرآن کریم

آقاجانی، محمد و صفا، آزاده (۱۳۹۹). بررسی ارتباط اعتیاد به اینترنت با نگرش و التزام عملی نسبت به نماز در دانشجویان: یک مطالعه مقطعی. سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، ۴(۴)، ۹-۱۵.

ادیب حاج باقری، محسن (۱۳۷۹). آثار مطلوب نماز در بهداشت روان. طب و تزکیه، ۹(۴)، ۱۰۱-۱۰۵.

افشارمنش، محمود و نودزی، محمود (۱۴۰۰). راهکارهای همکاری خانه و مدرسه در راستای تقویت تربیت دینی دانش‌آموزان دوره ابتدایی، آموزش معارف و تربیت اسلامی، ۱(۴)، ۱۰-۳۴.

پوراخوان، وحید و زارع، امید (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل نقش فناوری‌های نوین در ترویج فرهنگ اسلامی، پنجمین همایش ملی فناوری‌های نوین در تعلیم و تربیت، روانشناسی و مشاوره ایران، تهران.

تاجور، آذر و پورطهماسبی، الهام (۱۳۹۵). نقش جامعه اطلاعاتی و رسانه‌ها در ترویج فرهنگ نماز. دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

- حاجی‌پور، حسین (۱۳۹۵). چیستی، چرایی و ضرورت سواد رسانه‌ای برای مبلغان، پژوهش‌نامه تربیت تبلیغی، ۱۱(۱۲).
- حاجی‌زاده، هانیه و مشایخ، فرحناز (۱۴۰۲). فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی. *انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی*. ۱۱۳-۹۱: ۲(۲).
- دهقانی، علی اصغر؛ پوراحمدی میدی، حسین و ناصری، مجتبی (۱۴۰۲). ارزیابی و پیشنهادات سیاست‌گذاری فضای سایبر در جمهوری اسلامی ایران. *پژوهش‌های روابط بین‌الملل*، ۳(۱۳)، ۱۸۷-۲۱۷.
- رسولی، غلامرضا (۱۴۰۲). واکاوی نقش فضای مجازی در آموزش و ترویج فرهنگ نماز در بین دانش‌آموزان با تأکید بر فرصت‌ها. *ششمین همایش بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی، همدان*.
- روستایی، زینب و کوهکن، طاهره (۱۳۹۸). نهادینه‌سازی فرهنگ نماز بر اساس سیر نزول آیات. ۱۰(۳۶)، ۱۰۶-۶۵.
- زارعی، طیبه و عباسی دره‌بیدی، احمد (۱۴۰۳). واکاوی عوامل مؤثر بر ترویج نماز در دانش‌آموزان مقطع متوسطه اول از دیدگاه مربیان ورزشی. *علوم تربیتی از دیدگاه اسلام*، ۱۲(۲۶)، ۱۲۳-۱۴۲.
- کاظم‌زاده، موسی (۱۳۹۹). نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در ترویج فرهنگ نماز. *مطالعات پژوهش‌ها و ارتباطات حوزوی*.
- لطفی، مهدی (۱۴۰۴). فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی. *فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی* (۱)، ۴۱-۶۹.
- ملکی‌گلین بلاغی، محسن (۱۳۹۶). نقش فضای مجازی در تربیت دینی جوانان و نوجوانان و جذب آنها به محافل مذهبی (مساجد). *دومین، کنگره بین‌المللی علوم انسانی، مطالعات فرهنگی، تهران*.

موسویان، سیدمرتضی و نجفی، حسن (۱۳۹۶). نقش سواد رسانه‌ای در تبلیغ دین. پژوهش‌های معنوی.

ناصر قراملکی، حبیب (۱۴۰۲). نقش تکنولوژی‌های نوین و تأثیر آن در فرهنگ دینی. بیست و یکمین، کنفرانس ملی روان‌شناسی، علوم تربیتی و اجتماعی، بابل.
نجاتی حسینی، محمود (۱۳۹۱). واقعیت اجتماعی نمازخوانی در ایران: بازخوانی مطالعات نماز و نماز پژوهی‌ها. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱(۱)، ۱-۳۷.

Bandura, A. (۲۰۰۱). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, ۳(۳), ۲۶۵-۲۹۹.

Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (۱۹۷۴). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.

Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (۱۹۷۳). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, ۳۸(۲), ۱۶۴-۱۸۱.

Rogers, E. M. (۲۰۰۳). *Diffusion of innovations* (۵th ed.). Free Press.

منابع اینترنتی:

- رهبر معظم انقلاب. ۱۰ توصیه درباره‌ی آداب نماز.
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۲۷۰۰۵>
- رهبر معظم انقلاب. بیانات در دیدار با جمعی از مبلغین و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور.
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۵۳۳۳۳>
- رهبر معظم انقلاب. بیانات در دیدار اعضای ستادهای نماز جمعه.
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۳۱۳۳>