



به بحث و بررسی دارد، به تطبیق‌ها و تأویل‌های سطحی می‌پردازند و نظام ارزش‌ها را جابه‌جا می‌کنند. آن‌ها نگاهی که ما در معارف دینی نسبت به قرآن و اهل‌بیت علیهم‌السلام داریم، به‌خصوص نگاه عمیق و معرفتی به امام حسین علیه‌السلام را به‌شکل دیگری نشان می‌دهند. برای مثال، در کارگاه‌ها و برنامه‌های خود موضوعاتی را مطرح می‌کنند که جنبه‌ای خاص از زندگی امام را برجسته می‌کند و سایر ابعاد را نادیده می‌گیرد.

این افراد گاهی از تعبیراتی استفاده می‌کنند که تاکنون در فضای معرفتی ما مطرح نشده و مدعی می‌شوند: «این امام حسینی که من می‌گویم، کسی تاکنون برای شما نگفته است؛ چون نمی‌خواستند شما بدانید». در ادامه شروع به ارائه روایت‌هایی می‌کنند که یا تحریف‌شده‌اند یا کاملاً جعلی هستند.

مثلاً ادعا می‌کنند که «امام حسین علیه‌السلام یک بیزینس‌من بود، یک هلدینگ پرورش اسب داشت، یا تمام کرپل‌را خرید.»

این روایات و تعبیرات، حتی اگر در مواردی از تاریخ دینی ما اشاره‌ای به فعالیت‌های تجاری پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم یا اهل‌بیت علیهم‌السلام شده باشد، با هدف تحریف معنویت اصیل و تقلیل آن به یک نگاه سطحی ارائه می‌شوند.

بزرگ‌کردن چنین جنبه و انحصار معنویت در این امور، نه‌تنها ارزش‌های حقیقی دین را کم‌رنگ می‌کند؛ بلکه ارتباط عمیق و هدایت‌گرانه‌ای که ما با امام حسین علیه‌السلام داریم را نیز تحریف می‌کند.

برخی از این افراد، حتی پا را فراتر گذاشته و به جعل روایت‌ها و ارائه تحریف‌های عجیب و غریب دست می‌زنند که کاملاً با معارف اصیل دینی ما در تضاد است. این رویکرد، تحریف آشکاری در معارف دینی ماست.

■ **دامنه و گستره فعالیت‌های این جریان در عرصه فضای مجازی به چه صورت است؟**

● یکی از ویژگی‌های مهم بلاگرهای معنوی، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و شگردهایی است که مخاطبان را به سمت خود جذب می‌کنند. به‌طور مثال، بلاگرهایی که در حوزه‌های معنوی فعالیت می‌کنند، تلاش می‌کنند تصویری از دینداری ارائه دهند که با رفاه، ثروت و ظاهر شیک و جذاب همراه باشد و به‌گونه‌ای رفتار می‌کنند که انگار می‌توان «دینداری» را با «دنیاپرستی» همزمان ترکیب کرد. یعنی کسی که به زیارت امام حسین علیه‌السلام می‌رود، در کنار معنویت، برنامه‌ای برای مال‌گردی و خرید از پاساژها نیز ترتیب می‌دهد. این وضعیت، نوعی بازنمایی از همان مثال معروف «خدا و خرما» است که هم دین داشته باشیم و هم دنیا.

بلاگرهای معنوی، با ظاهر شیک، زندگی مرفه و تجویزهای معنوی‌ای که گاهی ریشه در آموزه‌های اسلامی دارد، سعی می‌کنند، الگوی جذابی برای مخاطبان خود باشند؛ اما در واقعیت، بسیاری از این اقدامات، به‌جای معنویت‌گرایی حقیقی، صرفاً استفاده ابزاری از دین و احساسات مذهبی است. این موضوع به‌ویژه در قالب مفاهیمی مانند «حجاب استایل» یا «بسته‌های معنوی» که با اهداف مالی و بازاریابی ارائه می‌شوند، آشکار است و با جذاب کردن دین از منظر رفاه و لذت‌های دنیوی، مفهوم اصیل معنویت و دینداری را تحریف کرده و آن را به کالایی برای فروش تبدیل کرده‌اند.

در این دوران، اینستاگرام را می‌توان معبد معنویت عصر جدید نامید؛ زیرا اگر دین جدیدی وجود داشته باشد، معبد آن اینستاگرام است. این شبکه اجتماعی می‌تواند دین‌های مختلف و پراکنده را که دین‌شناسان به آن اشاره می‌کنند، به نمایش بگذارد و جلوه‌گری کند.

شما در اینستاگرام مربیان و کوچ‌های معنوی را می‌بینید که بر اساس فردگرایی و زیست‌محیطی که به انسان ارائه می‌دهند، او را هدایت می‌کنند. این نوع معنویت‌گرایی بر پایه دیوید الیز (individualism) استوار است؛ جایی که انسان تنها به خود اتکا دارد و نیاز به هدایت خارجی ندارد.

در این فضای فردگرایانه، اینستاگرام می‌تواند به‌عنوان راهبری برای زندگی فردی انسان عمل کند. انسان هر لحظه نیاز به راهنمایی دارد و این راهبری معنوی در فضای مجازی ارائه می‌شود؛ به‌طوری‌که دیگر نیازی به استدلال و برهان نیست.

■ **همانطور که منبع هدایت انسان در دین مشخص است، منبع هدایت زندگی انسان در دنیای بلاگری چیست؟**

● در دنیای سنتی، دین از یک فرایند اجتهادی، شامل: دانش‌های حدیث، فقه و اخلاق به وجود می‌آید تا یک نظام دینی و رفتاری برای انسان‌ها شکل دهد و مناسک را معین کند؛ اما در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، شما با یک فرد روبه‌رو می‌شوید که به شما هدایت معنوی می‌دهد؛ ولی نه از طریق دانش‌های دینی معتبر؛ بلکه به‌طور ساده و با نگاهی فردی.

در اینجا، شما به‌جای توجه به منابع و اصول دینی، فقط دنبال احساسی هستید که در شما ایجاد می‌شود. شما به‌جای جستجوی حقیقت و معنای واقعی دینی، تنها به دنبال راهبری هستید که شما را در مسیر معنوی پیش ببرد.

در این فضا، وقتی به شما می‌گویند که مثلاً فلان ذکر را ۳۵۹ بار بگویید، دیگر به‌دنبال آن نیستید که این ذکر از کجا آمده است، فقط این‌که آن را انجام بدهید و احساس معنویت را تجربه کنید.

در دنیای معنوی عصر جدید، برخی از ذکرها به‌شکل‌هایی عجیب و حتی خنده‌دار مطرح می‌شود؛ مثلاً یکی از خانم‌ها ذکرهایی را به‌طور بی‌معنی پیشنهاد می‌کنند که اصلاً مفهومی ندارند؛ مانند: «ابا الغوث ادرکنی».

باید توجه کنیم که دین اسلام جایگاهی بسیار فراتر از این مسائل دارد؛ درحالی‌که ما با این نگاه‌های گزینشی و حداقلی مواجه هستیم که دین را به ابزاری برای اهدافی نظیر ثروتمندشدن، توسعه رزق یا حتی مسائل پیش‌افتاده‌ای مانند: جلب محبت دیگران تقلیل می‌دهند.

دینی که انقلاب اسلامی را پدید آورد، دینی که توانست مستکبران جهان را به زانو درآورد و مفاهیمی همچون مقاومت را به فرهنگ جهانی تبدیل کند؛ همچنان همان ظرفیت و کارایی ذاتی خود را حفظ کرده است.

ادامه در صفحه بعد...

بلاگرها چه بلایی بر سر معنویت مردم می‌آورند؟

گفت‌وگو با کارشناس جنبش‌های معنوی نوین

موضوع بلاگرهای مذهبی و معنوی که این روزها در فضای مجازی با آن مواجه هستیم، از پدیده‌ها و موضوعات پرچالشی است که چه‌بسا با سوء استفاده‌های بسیاری نیز مواجه هستیم و بر آن شدیم تا با یکی از کارشناسان حوزه اخلاق و معنویت، گفت‌وگویی را پیرامون این مسأله داشته باشیم.

یکی از ویژگی‌های مهم بلاگرهای معنوی، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و شگردهایی است که مخاطبان را به سمت خود جذب می‌کنند؛ به‌طور مثال، بلاگرهایی که در حوزه‌های معنوی فعالیت می‌کنند، تلاش می‌کنند تصویری از دینداری ارائه دهند که با رفاه، ثروت و ظاهر شیک و جذاب همراه باشد و به‌گونه‌ای رفتار می‌کنند که انگار می‌توان «دینداری» را با «دنیاپرستی» هم‌زمان ترکیب کرد.

گپ‌وگفتی که ملاحظه می‌کنید، محصل مصاحبه خبرگزاری حوزه با حجت‌الاسلام رسول حسن‌زاده، از پژوهشگران جنبش‌های معنوی نوین و عرفان‌های نوظهور است که تقدیم نگاه شما مخاطبان فرهیخته افق حوزه می‌شود.



■ **ضمن تشکر از حضور شما در خبرگزاری حوزه، در ابتدا کلیاتی در مورد فضای بلاگرهای مذهبی بفرمایید تا سؤالات بعدی را از خدمت شما بپرسیم.**

● امروز فضای مجازی بستری را فراهم کرده که مسائل مختلف، از جمله معنویت، در آن به‌شکلی گسترده و البته گاه نادرست مطرح می‌شود. برای ورود به این موضوع، لازم است ریشه‌های آن را بررسی کنیم. این مسأله ارتباط نزدیکی با موج جدید معنویت‌گرایی سکولار دارد که در شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، به‌شدت رواج پیدا کرده است. اغلب بلاگرهای معنوی با ظاهری دینی و ارائه روش‌های اسلامی، مانند ذکر، دعا و تجویزهای قرآنی، سعی دارند مخاطبان خود را جذب کنند؛ اما وقتی دقیق‌تر به این جریان نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که این نوع معنویت ارتباط چندانی با دین یا حتی ارتباط با خداوند متعال ندارد. آنچه این جریان ارائه می‌کند، یک معنویت سکولار است؛ معنویی که از نیاز فطری انسان به معنویت سخن می‌گوید؛ اما آن را از دین و آموزه‌های الهی جدا می‌کند. این نوع معنویت که رنگ عوض می‌کند و ظاهر خود را دینی نشان می‌دهد، در واقع پدیده‌ای بسیار خطرناک است.

■ **رویکردهای مختلف این معنویت سکولار چگونه منجر به تحریف آموزه‌های اصیل دینی می‌شود؟**

● این مسأله به نگاه‌های اصلاح‌گرایانه و رفرمیستی به دین- به‌ویژه در واکنش به جلوه‌های خشن و بنیادگرایانه‌ای که گاه از دین ارائه شده است- بازمی‌گردد. این جریان‌ها سعی دارند، با فاصله گرفتن از اصول اصیل دینی، نوعی معنویت فردگرایانه و بدون التزام به خداوند ارائه دهند که این خود، رنگ خطری جدی برای جامعه دینی و اخلاقی ماست. بسیاری از این جریان‌ها با ادعای زیباسازی و جذاب‌سازی دین و نگاه کارکردگرایانه به آن، در واقع دست به تحریف دین می‌زنند.

این ورودها که بیشتر بر اساس ذوق و سلیقه شخصی صورت می‌گیرد، به تغییر شکل دین و حتی نابودی آن منجر می‌شود و دین در این نوع نگرش‌ها، به‌تدریج از اصالت خود تهی شده و معنای واقعی‌اش را از دست می‌دهد.

در این نگاه، انسان به موجودی برتر تبدیل می‌شود که حق انتخاب دارد و می‌تواند دینی مطابق با سلیقه و نیازهای خود بسازد.

این دین که بیشتر یک دین کلکسیونی است، اساساً برای تأمین نیازهای مادی انسان شکل گرفته و معنویت آن نیز، چیزی جز دستیابی به یک حس خوب و سرخوشی از زندگی نیست.

در این میان، اسلام و آموزه‌های قرآنی نیز در بسیاری از موارد، صرفاً به‌عنوان ابزاری برای جلب اعتماد مخاطبان مذهبی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

این جریان‌ها، روایات قرآنی را در کنار آموزه‌های مسیحی، یهودی و حتی فلسفه‌های شرقی به‌صورت سرهم‌بندی‌شده ارائه می‌دهند. در چنین رویکردی، قرآن و اسلام دیگر موضوعیت ندارند؛ بلکه تنها ابزاری برای اهداف مادی و دنیوی هستند.

■ **اهداف و ماهیت بلاگرهای معنوی را توضیح دهید.**

● در جریان بلاگرهای مذهبی که ظاهری اسلامی دارند و از آیات قرآن برای مسائلی مانند درمان، ثروتمند شدن، گره‌گشایی و حل مشکلات استفاده می‌کنند، می‌توان گفت این پدیده از گذشته وجود داشته است؛ اما امروزه به‌شکل گسترده‌تر و به‌عنوان یک فرهنگ فراگیر دیده می‌شود.

این نوع معنویت، بی‌هویت و بی‌سامان است و استفاده از آیات قرآن در این روند، صرفاً به‌عنوان یک پوشش برای این بی‌سامانی عمل می‌کند. افزون بر این، خاصیت‌هایی که برای ذکرها و آیات تجوی شده بیان می‌شود، غالباً بر مبنایی غیرتوحیدی و با استدلال‌های شبه‌علمی و کارکردگرایانه ارائه می‌گردد که هیچ حجت یا دلیل قانع‌کننده‌ای برای آن‌ها وجود ندارد.

به‌عنوان مثال، ادعا می‌شود که اگر ذکرِ خاص گفته شود، حتماً نتیجه‌ای معین به‌دست خواهد آمد؛ اما این استدلال‌ها معمولاً ناتمام و غیرقابل اثبات هستند.

به همین دلیل، ما با پدیده‌ای به‌نام «فروش دین» و «کالایی‌شدن دین» مواجه هستیم. این افراد با استفاده از فریب و بهره‌برداری از ناآگاهی مخاطبان، جیب‌های خود را پر از پول می‌کنند.

■ **مشتریان این جریان‌ها معمولاً چه افرادی هستند؟**

● مشتریان این جریان‌ها معمولاً از لایه‌های مختلف جامعه هستند و هریک با انگیزه‌ها و تفکرات گوناگون به این فضا جذب می‌شوند.

بخشی از افرادی که به سمت این جریان‌ها جذب می‌شوند، ممکن است واقعاً به دنبال معنویت باشند؛ تشنگان معنوی که با نگاهی جستجوگرانه به این فضا وارد می‌شوند؛ اما در کنار این افراد، گروه دیگری نیز وجود دارند که بیشتر به کارکردهای این جریان‌ها علاقه‌مندند.

محور اصلی این نوع معنویت‌گرایی، کارکردگرایی است که شامل درمان‌جویی، شفاجویی، رفاه‌جویی و مواردی از این دست می‌شود؛ به‌عنوان مثال، وقتی فردی کارگاهی با عنوان «کسب ثروت» یا «سلامتی با قرآن» برگزار می‌کند، برای بخشی از افراد ممکن است قرآن موضوعیت داشته باشد؛ اما برای عده‌ای دیگر، هدف اصلی همان ثروت یا سلامتی است. به‌همین دلیل، ما شاهد حضور لایه‌های مختلفی از افراد با انگیزه‌های گوناگون در این فضا هستیم.

برخی به دنبال رفع نیازهای شخصی و کارکردگرایانه وارد این جریان‌ها می‌شوند و برخی دیگر ممکن