

معنویت‌های نوپدید و فضای مجازی

سیدمحمدعلی رضوی^۱

چکیده

معنویت‌های نوپدید به گروه‌های معنویت‌گرایی گفته می‌شود که از دهه ۱۹۶۰ به بعد در بطن مدرنیته و پست مدرنیته ظهور یافته‌اند و به دلیل سازگاری با چارچوب ارزشی پسااستنی، به دوام و بقای خود تاکنون قوت بخشیده‌اند. یورش گسترده‌ای فکری این گروه‌ها از طریق فضای مجازی بر روح و روان جامعه، این پرسش را ضروری می‌نماید که چه ارتباطی میان این گروه‌ها و فضای مجازی وجود دارد و چگونه می‌توان با این گروه‌ها در فضای مجازی مقابله کرد؟ در این پژوهش، جنایت تبعیض نژادی از منظر فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل کیفری با روش توصیفی - تحلیلی و به شیوه گردآوری مدارک و روش اسنادی بررسی شده است. در این نوشتار ابتدا مفاهیم کلیدی پژوهش مثل «معنویت‌های نوپدید»، «فضای مجازی» و... مورد بررسی قرار گرفته و پس از آن جهات مشترک در گرایش‌های متفاوت معنویت‌های نوپدید، تعداد و تهدید جهانی معنویت‌های نوپدید، مدل‌های دسته‌بندی کلی معنویت‌های نوپدید، چالش‌های عمومی معنویت‌های نوپدید، پایگاه‌های الکترونیک معنویت‌های نوپدید، فضای مجازی در خدمت معنویت‌های نوپدید، شگردهای تبلیغی معنویت‌های نوپدید در فضای مجازی، شعارهای معنویت‌های نوپدید، فرصت‌های مقابله با این فرقه‌ها در فضای مجازی مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت از برآیند آنها این نتیجه بدست آمده است که ضروری است که به موازات فعالیت این گروه‌ها، فضای مجازی حد اقل

۱. دانشجوی دکتری حقوق جزا و جرم‌شناسی، طلبه سطح چهارم، مجتمع آموزش عالی علوم انسانی اسلامی،

در چند محور به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد: فعالیت این گروهها و نتایج این فعالیت‌ها درک و فهم و از طریق همین فضای مجازی اطلاع‌رسانی گردد، در عین اینکه پوشش‌های زیبا و مشابهت‌های ظاهری این ایده‌ها با عرفان‌های اصیل دینی در فضای مجازی مرزگذاری گردیده و در نهایت اصول و گزاره‌های عرفان‌های اصیل از طریق همین فضای مجازی به رهپویان معرفی گردد.

واژگان کلیدی: عرفان‌های نوظهور، فضای سایبر، معنویت نوپدید.

مقدمه

امروزه نشر افکار باطل، به وسیله‌ی ابزارهای ارتباط جمعی فراوان مانند رادیو، تلویزیون، اینترنت و انواع و اقسام روش‌های الکترونیکی انجام می‌گیرد و از شیوه‌های هنری هم استفاده می‌شود... بر عهده‌ی ما طلبه‌هاست که این شبهه‌ها را با پیشگیری یا درمان برطرف کنیم. چالش عمده‌ی امروز شما این است (بیانات مقام معظم رهبری - مدظله‌العالی - در دیدار علما و روحانیون استان همدان، ۸۵ / ۴ / ۱۳۸۳ [/https://farsi.khamenei.ir](https://farsi.khamenei.ir)).

در چند دهه‌ی اخیر ملت‌ها شاهد ظهور و بروز گروه‌ها و جنبش‌هایی بودند که توانستند در مدت کوتاهی با استفاده از فضای مجازی به راحتی وارد کشورها شده، به فرهنگ ملت‌ها و هویت آنها ضربه بزنند. آغاز دوران مدرنیته در غرب و رشد تفکرات اومانیستی، حاکمیت عقلانیت ابزاری، سنت‌گریزی، تبعدستیزی و مانند آن، زمینه‌های بروز خلأ معنوی را به وجود آورد و توانست انسان‌های نیازمند به معنویت را، که در جست‌وجوی معنویت بودند، به سوی این جنبش‌های نوپدید بکشاند. از سویی دیگر، یکی از بحث‌های اندیشمندان در جوامع غربی در دهه‌های اخیر، شکل‌گیری جنبش‌های نوپدید دینی بود (نگارش، ۵۰: ۱۳۹۱).

همزمان با این تحولات و فرایند جهانی شدن، فناوری اطلاعات و ارتباطات، امکان ظهور جامعه شبکه‌ای را فراهم آورده است که تعاریف جدیدی از هویت‌ها و جوامع انسانی عرضه می‌کند. جهان جدید به صورت شبکه‌ای درآمده است که بافت اصلی آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل می‌دهد. در پس این جامعه‌ی شبکه‌ای، تغییر ماهیت مراودات اجتماعی به شکل جوامع مجازی و معاشرت‌های الکترونیکی از طریق متون الکترونیک و سیستم چندرسانه‌ای به عنوان محیط نمادین پدید آمده است که همزمان با پیامدهای مثبت و سودمند، سبب پیدایش سوءاستفاده‌هایی نیز در فضاهاى مجازی شده است.

سیل همگانی شدن استفاده از رایانه، گوشی‌های هوشمند، تبلت و... و گرایش

برق‌آسای مردم، به ویژه نوجوانان و جوانان، به استفاده از اینترنت، یکی از روزنه‌هایی است که سبب حریص شدن سردمداران و متولیان معنویت‌های نوپدید به حضور جدی در فضای مجازی شده است و در جای جای فضای مجازی و محصولات اینترنتی شاهد خودنمایی این قبیل گروه‌ها هستیم.

این فضا با برداشتن محدودیت‌های فرهنگی و جغرافیایی، سهولت کار را برای فعالیت‌های آنان دوچندان کرده است و در همه‌ی مراحل، شامل تبلیغ، جذب، پشتیبانی و حمایت از پیروان و فریفتگان خود، از آن بهره‌ی وافی و کامل می‌برند.

بنابراین، ضروری است چالش‌های موجود در مقوله‌ی حضور معنویت‌های نوپدید در فضای مجازی شناسایی، فرصت‌ها و راهکارهای در خور این محیط برای نسل جدید و عصر نوین اسلامی مورد توجه قرار گرفته، رشد و تأثیرات مخرب این گونه گروه‌ها و گرایش‌ها مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

مفاهیم

الف) معنویت‌های نوپدید

معنویت در لغت، مصدر جعلی از واژه‌ی معنوی است و معنوی یعنی منسوب به معنی و در برابر لفظی است. این کلمه در معانی دیگری مانند حقیقی، راست، اصلی، ذاتی، باطنی و روحانی به کار رفته است (لغت‌نامه‌ی دهخدا، ۱۳۷۳: ذیل واژه‌ی معنویت). احساسات متوجه امور روحانی، که کاملاً متمایز از جهان مادی است و کیفیت ویژه‌ی ارتباط با گیتی را که در سنت خاصی معنا می‌بخشد، معنویت می‌خوانیم. معنویت در تاریخ کاربردهای گوناگونی داشته است (حمیدی، ۱۳۹۲: ۳۷). واژه‌ی معنویت در اوایل قرن پنجم با توجه به کاربردهای کتاب انجیل، به هر چیزی که به کلیسا و روحانیون تعلق داشت، گفته می‌شد. در آغاز قرن دوازدهم، معنویت در مقابل جسمانیت و مادیت قرار گرفت. در قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی کاربرد این معنا رو به افول گذاشت و در دوران مدرن، معنویت به کلی از مفهوم مطرح در مفهوم ادیان ابراهیمی جدا شد و متضمن مفهومی درون‌گرا گردید که منجر به رفاه و توسعه‌ی تجربه‌ی درونی افراد می‌گشت.

امروز با تحولاتی در این واژه روبه‌رویم و معانی‌ای مانند تمرکز، ایجاد خلأ، آرامش حاصل از تأمین نیازهای مادی، معنای زندگی و هدفمندی آن از آن اراده می‌شود (موسوی نسب، ۱۳۹۳: ۲۲). محرز است که غربیان با تکیه بر مبانی سکولاریستی و اومانیستی، به دنبال پاسخ‌گویی به نیازهای معنوی انسان عصر جدید هستند؛ به همین جهت، معنویتی که در غرب شکل گرفت، عموماً از نوع معنویت‌های متناسب با مبانی لیبرالیستی است. در این نوع معنویت، اعتقاد به خدا جایگاهی ندارد؛ چه رسد به دین و آموزه‌های وحیانی. بیشتر آنان معنویت را خارج از چارچوب ادیان الهی جست‌وجو می‌کنند (شریفی، ۱۳۷۸: ۳۴). معنویت‌های نوپدید یا عرفان‌های نوظهور (NSMs) () به گروه‌های معنویت‌گرایی گفته می‌شود که از دهه ۱۹۶۰ به بعد در بطن مدرنیته و پست مدرنیته ظهور یافته‌اند و به دلیل سازگاری با چارچوب ارزشی پسانستی، به دوام و بقای خود تاکنون قوت بخشیده‌اند (حمیدیه، ۱۳۹۲: ص ۳۰). معنویت‌های نوپدید به جست‌وجوی معنا و تفسیرهای مستقل از دین اشاره دارد که به وسیله‌ی گرایش‌های جدید معنوی در صد ساله‌ی اخیر به وجود آمده‌اند.

در این نوع معنویت، هرگونه تجربه‌ی عاطفی می‌تواند معنویت به شمار آید و اعتقادی به حقیقت ماورای عالم ماده وجود ندارد. مهم، برانگیخته شدن خود فرد است و لاغیر. در این نوع معنویت جایی برای تکلیف نیست و انسان‌ها مکلف به دستورالعمل‌های شرعی نیستند. آنچه امروز در معنویت‌های نوپدید القا می‌شود، معنویت بدون دین است، یعنی انسان به دنبال معنویت برود، هرچند شاخص‌های ادیان الهی را هم نپذیرد.

ب) فضای مجازی

فضای مجازی در اصل از دو واژه‌ی سایبرنتیک (Cybernetics) و اسپیس (Space) گرفته شده است. واژه‌ی سایبرنتیک دارای ریشه‌ی یونانی است. معنای اصلی آن در زبان یونانی، فرمانروایی و حکومت است و در آثار افلاطون نیز به همین معنا به کار رفته است. شاید بتوان علم هدایت و کنترل یا خودفرمایی را برابر فارسی آن دانست. به هر حال، سایبرنتیک اکنون نیز تا حدودی مفهوم قدیم را حفظ کرده و

بیانگر علمی است که به انسان یا ماشین خودکار، امکان حکومت کردن و فرمان دادن می‌دهد (جهانگیر، ۱۳۹۱: ص ۶۵).

نمی‌توان فضای مجازی را مترادف با اینترنت دانست، ولی اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی برشمرده می‌شود. اینترنت سامانه‌ای جهانی از شبکه‌های رایانه‌ای به هم پیوسته است که از «مجموعه‌ی پروتکل اینترنت» برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند؛ به عبارت دیگر، اینترنت شبکه‌ی شبکه‌هاست که از میلیون‌ها شبکه‌ی خصوصی، عمومی، دانشگاهی، تجاری و دولتی در اندازه‌های محلی و کوچک تا جهانی و بسیار بزرگ تشکیل شده که با آرایه‌ی گسترده‌ای از فناوری‌های الکترونیکی و نوری به هم متصل شده است (سیاح‌طاهری، بی‌تا: ص ۳۰).

بنابراین فضای مجازی یا فضای سایبر عبارت است از «مجموعه‌ای از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق رایانه و وسایل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی». در تعریفی دیگر، «محیط الکترونیکی واقعی است که ارتباطات انسانی به شیوه‌ای سریع، فراتر از مرزهای جغرافیایی و با ابزار خاص، خود، در آن، زنده و مستقیم روی می‌دهد». قید «واقعی»، مانع از این است که تصور شود مجازی بودن این فضا به معنای غیرواقعی بودن آن است، زیرا در این فضا نیز همان ویژگی‌های تعاملات انسانی در دنیای خارج همچون مسئولیت وجود دارد، ضمن اینکه فضای سایبر در واقع «محیط»ی است که ارتباطات در آن انجام می‌شود؛ نه صرف مجموعه‌ای از ارتباطات. از سوی دیگر، این ارتباطات گرچه ممکن است در همه حال برخط نباشد، ولی زنده و واقعی و مستقیم است؛ از این رو، تأثیر و تأثر بالایی در این روابط رخ می‌دهد (احمدی و ایزدی، ۱۳۹۸: ۲۹۷).

در کتاب شبکه‌ی عنکبوتی، تعریف متفاوتی از فضای مجازی ارائه شده است که به نظر می‌رسد از دقت بیشتری هم برخوردار است:

«فضای مجازی عبارت است از محیطی که در آن برقراری ارتباطات، رؤیت و انتقال اطلاعات (به صورت لمس نشدنی با اشغال اندکی از محیط لمس‌شدنی) در

ساختارها و قالب‌هایی در قالب خدمات به انسان‌ها، طراحی و کنترل می‌شود؛ بنابراین، همه‌ی خدمات، ابزارهای سخت و نرم، محتواها، ارتباطات، قالب‌ها و... دنیای اطلاعات و ارتباطات، شامل فضای مجازی می‌شود» (کهنوند، ۱۳۹۵: ۲۹).

در واقع، در این تعریف به سه ویژگی فضای مجازی اشاره شده است:

- محیط است و نامحدود نیست؛
- در قالب خدمات ارائه می‌شود؛
- خدمات و ارتباطات کنترل می‌گردد.

۲. جهات مشترک در گرایش‌های متفاوت معنویت‌های نوپدید

با توجه به اختلافات گروه‌های مدعی معنویت‌های نوپدید با هم، آنها مشترکاتی نیز با هم دارند. مهم‌ترین مواردی که همه‌ی این گروه‌ها را به همدیگر نزدیک می‌سازد و آنها در آن موارد با هم مشترک‌اند، زمینه‌های ذیل هستند:

۱. همه از برنامه‌های مذاهب آسمانی، که به زعم آنها سخت و مشکل است، گریزان‌اند و به گمان خودشان، با گرایش به این معنویت‌ها آزادی زیادی را در عین دین‌داری می‌خواهند و به دست می‌آورند (نگارش، ۱۳۹۵: ۳۳).

۲. همه یا بیشتر آنها در برابر مسائل اجتماعی یا سیاسی بی‌اعتنا نیستند (قتیری و سلمان‌دوی و برفه‌ای، ۱۳۹۹: ص ۱۸۲) و هرگز حاضر نیستند به خاطر آنها فداکاری یا مبارزه کنند و همین است که آنها را باب طبع جهان‌خواران و دولت‌های استعماری کرده است (نگارش، ۱۳۹۵: ص ۳۸).

۳. بیشتر آنها پیشوایان خود را تا سر حد پرستش اطاعت می‌کنند و گاه احترامی برای آنها بیش از آنچه ما برای پیغمبران الهی قائل هستیم، قائل‌اند (همان: ص ۳۳؛ وکیلی، ۱۳۸۵: ص ۶).

۴. همه‌ی آنها آداب و رسوم برای خود می‌سازند که در ادیان آسمانی وجود ندارد و منطقی و مورد پذیرش عقلای جهان هم نیست (شریفی دوست، ۱۳۹۰: ۶).

۵. همه یا بیشتر آنها با استدلال‌ات عقلی مخالف‌اند و عقل را راهزن این راه

می‌دانند، عشق و احساسات را حاکم بر همه چیز و عقل را حاکم معزول می‌پندارند، علوم دینی را قیل و قالی بیش نمی‌دانند که نه از آن کیفیتی حاصل می‌شود و نه حال! و همین امر، راه را بر ضد و نقیض‌گویی آنها هموار می‌سازد و هرگاه کسی بر آنها ایراد گیرد که این سخن یا این گونه آداب عقل‌پسند نیست، می‌گویند: این راه، راه عشق است، نه راه عقل (نگارش، ۱۳۹۵: ۳۶).

۳. تعداد و تهدید جهانی معنویت‌های نوپدید

هر چند از آغاز رسمی گروه‌های معنویت‌گرای نوپدید مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، بسط و گسترش آنها چه از نظر تعداد پیروان و چه از نظر تعداد خود این گروه‌ها خیره‌کننده و برق‌آسا بوده است. پژوهشگران تخمین زده‌اند که امروزه ده‌ها هزار جنبش نوپدید دینی در جهان وجود دارد که بیشتر آنها در آسیا و افریقا فعال‌اند. بیشتر این گروه‌ها تعداد معدودی عضو دارند، برخی در حد چند هزار عضو و فقط چند تایی از این گروه‌ها بیش از یک میلیون عضو دارند.

«میلتون»، پرکارترین پژوهشگر در حوزه‌ی جامعه‌شناسی ادیان نوپدید، می‌نویسد: بیش از دوهزار فرقه‌ی معنویت‌گرا در آمریکا و بیش از دوهزار جریان معنویت‌جویی در اروپاست و درصد کمی از آنها مشترک‌اند. در حقیقت، با گذشت حدود چهل سال، نزدیک به چهار هزار مکتب و فرقه‌ی عرفانی و معنوی در جهان غرب شکل گرفته است که این جریان‌های معنویت‌گرا، طیف بسیار متنوعی از عرفان ادیان ابراهیمی تا استفاده از مواد مخدر و روابط آزاد جنسی را دربر می‌گیرد. در واقع، هر چیزی که به نوعی فرصت فرار از چارچوب‌های جامعه‌ی مدرن و روگردانی از هنجارهای تمدن مادی و سرمایه‌داری را فراهم کند، معنویت شناخته می‌شود (مظاهری سیف، ۱۳۸۷: ۷۲).

شبکه‌ی اطلاعاتی با تأکید بر جنبش‌های دینی، در بایگانی خود بیش از ۲۶۰۰ گروه گوناگون دارد که بیشتر آنها جنبش‌های نوپدید دینی نام دارند. همچنین هارولد ترنر تخمین زده است که نزدیک به ده هزار دین جدید با بیش از دوازده میلیون پیرو، در میان طایفه‌های گوناگون وجود دارد. مسلم است که تعداد این فرق و انشعاباتشان

اکنون به بیش از ده‌هزار مورد می‌رسد. در آغاز دهه‌ی ۷۰ میلادی، تعداد این فرقه‌ها در غرب، ۷۸ عدد بود و در آغاز دهه‌ی ۹۰ میلادی، ۳۵۰ فرقه، ولی امروز تعداد آنها فقط در غرب بیش از ۲۵۰۰ فرقه‌ی نوپدید دینی است (راهنمایی؛ نقیب‌السادات؛ یکتا، ۱۳۹۷: ۷۸).

یکی دیگر از پژوهشگران، که بیشتر، واکنش جهانی به ظهور و فعالیت این گروه‌ها را مورد توجه دارد، در این زمینه می‌نویسد: امروزه، در جهان، بیش از هزار فرقه‌ی معنوی پدید آمده است. همه‌ی این فرقه‌ها در امریکا موجود است. حدود هفتصد فرقه در انگلستان و کمترین آن در سوئد و سوئیس با ۵۰ تا ۱۰۰ فرقه است. این پدیده در خود غرب، بحران تلقی می‌شود؛ از این رو، در خود امریکا، که مهد این جریان‌هاست، صدها انجمن و مرکز برای فعالیت‌های ضدفرقه‌ای شکل گرفته است. در انگلیس نیز یک اداره‌کل به نام اداره‌کل ضدفرقه برای مبارزه با این جریان‌ها پدید آمده است. در فرانسه، وزارتخانه‌ای برای حل این بحران وجود دارد. همه‌ی این برنامه‌ها، نشان می‌دهد که جریان فرقه‌های معنوی، برای سیاستمداران در غرب، پدیده‌ی مثبتی نیست (محمدی، ۱۳۸۷: ۷۴).

نویسندگان دیگری که بیشتر، سرعت رشد این گروه‌ها و پی‌آمدهای فردی فعالیت این گروه‌ها را در ایران مورد توجه و بررسی دارند، در این زمینه می‌گویند: «در سه دهه‌ی گذشته به دنبال روی آوردن مردم به معنویات و برای جلوگیری از گرایش مردم به ادیان الهی، ۲۵۰۰ فرقه‌ی جدید ساخته شده که با یک حساب سرانگشتی، تقریباً هفته‌ای دو فرقه‌ی جدید به وجود آمده است، ولی از آنجا که بحث ادیان نوظهور در دانشگاه‌ها و بین دانشجویان، که قشر فرهیخته و تأثیرگذار جامعه هستند، تهدیدی بسیار خطرناک و جدی به شمار می‌رود، زیرا حوزه‌ی عمل و مانور مبلغان این جریان‌ها بیشتر از هر گروهی در مراکز آموزشی و میان جوانان و نوجوانان است و از این رو، توجه و اقدام جدی‌تری را نیز می‌طلبد. تحقیقات ثابت کرده است که ادامه‌ی فعالیت این گروه‌ها در جامعه‌ی ایرانی با خطراتی مانند اخذ پول زیاد از افراد، کسب

پول‌های بادآورده‌ی کلان، تخریب قدرت کار و شغل در اعضا، ترویج بی‌بندوباری، احساس ترس یا گناه، از میان بردن احساس مسئولیت، هدایت کردن افراد به زندگی پرحیله، بی‌رحمانه و جنایتکارانه، فاصله گرفتن از ادیان الهی و... همراه است (علی قنبری برزیان و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۷۱).

هرچند آمار دقیق و مطمئنی از تعداد گروه‌ها و شمار پیروان آنها وجود ندارد، ولی تردیدی نیست که سرعت رشد این گروه‌ها برق‌آسا، قدرت تکثیر و افزایش این گروه‌ها خیره‌کننده و حیرت‌آور و البته پیامدهای فردی، اجتماعی، اقتصادی، اعتقادی، امنیتی و حتی سیاسی حضور و فعالیت این گروه‌ها بر جوامع، به ویژه کشورهای جهان سوم و بالاخص کشورهای اسلامی، تردیدناپذیر و به شدت در خور توجه و تأمل است.

۴. مدل‌های دسته‌بندی کلی معنویت‌های نوپدید

جنبش‌های معنوی نوین (جمن) در چند دهه‌ی گذشته بسیاری از دین‌شناسان، جامعه‌شناسان و الهی‌دانان را به پژوهش و نظریه‌پردازی واداشته است. تنوع این جنبش‌ها بسیار زیاد و گسترده است و تعداد آنها روز به روز بیشتر می‌شود تا جایی که مؤسسه‌ی اینفورم در سال ۲۰۱۰م اعلام کرد که تعداد این جنبش‌ها در اروپا از ده‌هزار مورد گذشته است. با توجه به گستردگی و تنوع جمن‌ها نیازمند ابزارهای نظری هستیم که در فهم بهتر و مهار موضوع، پژوهشگران را کمک می‌کند.

یکی از مهم‌ترین ابزارهای نظری برای شناسایی و تحلیل‌پذیر کردن موضوعات پرمصادق و پیچیده، مدل‌های دسته‌بندی گوناگونی است که در پژوهش‌های مختلف بنا بر رویکرد، چارچوب نظری، فرضیه و اهداف تحقیق به صورت منفرد یا ترکیبی به کار می‌آید.

از مهم‌ترین و مفیدترین مدل‌های دسته‌بندی جمن‌ها می‌توان مدل‌های ذیل را نام برد: مدل دسته‌بندی تاریخی (زمانی، دوره‌ای)، جغرافیایی، مدل والیس، کارکردی، مدل سینگر، جامعه‌شناختی، محتوانگر، غایت‌شناختی، منبع‌شناسی، ماهوی و... و برای توضیح بهتر، دو نمونه‌ی مهم و مشهور از این مدل دسته‌بندی‌ها به صورت

مختصر مورد اشاره قرار می‌گیرد:

الف. مدل والیس: مدل والیس در دسته بندی معنویت های نوپدید بر موضوعی متمرکز شده است که از مهم‌ترین شاخص‌های ادیان جدید و جنبش‌های معنوی نوپدید نیز تلقی می‌شود. بر این اساس در این مدل دسته بندی این جنبش‌ها، بر اساس نسبت آنها با دنیا‌گرایی صورت گرفته و در نتیجه به سه گروه زیر دسته بندی می‌گردند:

۱. جنبش‌های طردکننده‌ی دنیا؛

۲. جنبش‌های تأییدکننده دنیا؛

۳. جنبش‌های تطبیق‌کننده با دنیا.

مدل تقسیم‌بندی را والیس ارائه کرده است، همیلتون آن را مفیدترین مدل دسته‌بندی در این باره می‌داند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۳۶۶).

ب. غایت‌شناختی: این دسته‌بندی با توجه و تمرکز به نهایت سیر و تحول معنوی جنبش‌های معنوی نوپدید ارائه شده است:

۱. جنبش‌های طبیعت‌گرا: این دسته شامل طیفی از این گروه‌ها می‌شود که غایت معارف و سلوک را، نیروی طبیعت می‌دانند. جالب اینکه این دسته خود شامل زیر مجموعه‌های ذیل است:

۱-۱. وهم‌جو: گروه‌های که با اوهام و کاهش کارایی ذهن هوشیار، ارتباط برقرار می‌کند.

۱-۲. واقع‌نگر: با تعمق در متن زندگی واقعی و از خلال واقعیت‌ها و برای بهبود زندگی با نیروی طبیعت پیوند می‌سازد.

۲. جنبش‌های انسان‌گرا: انسان و لایه‌های عمیق وجود او را غایت سلوک و قلّه‌ی معارف می‌شناسد.

۲-۱. الحادی: خالق و خدایی غیر از انسان را نام نمی‌برد و نمی‌شناسد.

۲-۲. الهی: خالق و خدای عالم را با حقیقت وجود انسان یکی می‌داند و بعدی

فراتر از اوج وجود بشر برای او تصور نمی‌کند.

۳. جنبش‌های خداگرا: خداوند را موجودی مستقل و متعالی تعریف می‌کند.

۳-۱. انسان‌ستیز: انسان را در ستیز و کشاکش با خدا و خداوند را در جنگ با بشر

می‌بیند و راه معرفت و سلوک را در خلال همین ستیزه‌ها نشان می‌دهد.

۳-۲. انسان‌انگار: خداوند را بسان انسانی خاکی، دارای تجسم و تجسد می‌پندارد.

۳-۳. انسان‌باور: انسان را شایسته رفتن تا اوج و قرب خداوند می‌شناسد (مظاهری

سیف، ۱۳۸۸: ص ۳۵).

۵. چالش‌های عمومی معنویت‌های نوپدید

- معنویت‌های نوپدید با فروکاستن مفهوم دین، جایگزینی خودمحوری به جای

خدامحوری و فرعی‌سازی دین، بزرگ‌ترین ضربه را بر کیفیت تدین وارد می‌کنند. آنها به

دنبال معنویتی بدون التزام به مقدمات و دین هستند، که التقاطی بودن ادیان جدید نیز به

همین معناست. فرقه‌های نوظهور براساس نیازهای معنوی انسان به مسائل عرفانی و

آسمانی مطرح می‌شوند و به وجود می‌آیند. این آیین‌ها پاسخی حقیقی و درست به

نیازهای معنوی انسان ارائه نمی‌کنند، بلکه به دنبال زمینی و مادی کردن انسان هستند. این

فرقه‌ها یکسری اهداف فردی و گروهی و در بیشتر موارد اهداف سیاسی را دنبال می‌کنند.

- کلیدی‌ترین نکته درباره‌ی جنبش‌های معنوی جدید این است که این جریان‌ها

نیامده‌اند که به داد فطرت حقیقت‌خواهی و خداطلبی انسان برسند، بلکه آمده‌اند تا بشر

خسته از زندگی ماشینی را آرام کنند و روان ناآرام او را تسکین دهند؛ به عبارتی، آمده‌اند

تا انسان مُدرن را با فرهنگ و تمدن جدید غربی سازگاری دهند و تحمل او را برای

پذیرش وضع موجود بالا ببرند؛ بنابراین در این بازار، «یافتن حقیقت» اهمیتی ندارد،

بلکه «تحصیل آرامش» مهم است و همه‌ی برنامه‌های به ظاهر معنوی و آیین‌ها و آداب،

برای «حلّ مشکلات موجود» طراحی شده‌اند، نه برای تکامل و رشد.

- در معنویت‌های جدید، به جای پیامبران، عارف‌نماهای عصر جدید قرار

دارند و به جای «منجی» و «موعود»، کسانی مانند «جن‌گیر»، «جادوگر» و

«مرتاض» معرفی می‌شود. از نشانه‌های افول معنویت حقیقی در عصر جدید، همین بس که پائولو کوئیلو، که آثارش در میان برخی کشورها مورد استقبال قرار گرفته است، دو کتاب درباره جادوگری به نام‌های بریدا و والکیری‌ها دارد و و مهم‌ترین کتاب خود یعنی کیمیاگر را به استاد جادوگری‌اش تقدیم کرده است و البته یک کتاب در باب روسپی‌گری و فاحشه‌گری به نام یازده دقیقه نگاشته است!! و با این وضعیت خود را از پیش‌کسوتان حوزه‌ی معنویت و عرفان می‌داند!!

۶. پایگاه‌های الکترونیک معنویت‌های نوپدید

در فضای مجازی با جست‌وجوی ساده در مورد کلیدواژه‌های مرتبط با معنویت‌های نوظهور در کشور، یافته‌های در خور نمایش به دست می‌آید. اگر در ابتدا و انتهای عبارت جست‌وجو علامت «(» یا «quotation» قرار داده شود، مطالبی که در متن آنها عین کلمات وجود دارد، موتورهای جست‌وجو عین کلمه‌ی داخل عبارت را جست‌وجو می‌کنند و نمایش می‌دهند. براساس این، کلماتی که با فاصله در یک متن آمده‌اند، به صورت یک کلمه‌ی مستقل مشاهده نمی‌شود؛ برای نمونه، اگر کلمات «عرفان» و «حلقه» در یک پاراگراف به صورت جداگانه به کار رفته باشد، به صورت یافته‌ی مستقل نمایش داده نمی‌شوند. با همین شکل (یعنی محدود نمودن با) کلمات دلایلی لا ما ۵۴۹۰۰۰ بار، اشو ۲۹۰۰۰۰۰ بار، کوئیلو ۲۱۶۰۰۰ بار، یوگا ۲۶۴۰۰۰۰ بار، عرفان حلقه ۶۲۰۰۰ بار و عرفان سرخ‌پوستی ۱۱۳۰۰ بار تکرار شده است. (سایت فرقه نیوز)

کلمات مذکور در پایگاه‌های الکترونیک به زبان فارسی مشاهده می‌شود؛ نه به زبان انگلیسی! به عبارت دیگر، این ارقام نشان‌دهنده‌ی میزان رشد و گسترش این جریانات به زبان فارسی است. این در حالی است که به هنگام جست‌وجوی «نقد دلایلی لا ما»، تنها به بیست بار تکرار برمی‌خوریم یا برای «نقد اشو» ۵۸۸ بار تکرار در فضای مجازی وجود دارد. بیشترین تکرار مربوط به «نقد یوگا» است که تعداد آن ۱۸۲۰ بار است.

گاهی برای ناظر بی‌طرف، شکل ورود متون معنویت‌های جدید به فضای مجازی ایجاد ابهام و سؤال می‌کند؛ برای نمونه، «کوئلیو» آخرین کتاب خود را پیش از چاپ به زبان اصلی، به زبان فارسی ترجمه نموده و آن را در پایگاه شخصی خویش به خوانندگان فارسی‌زبانش اهدا کرده و در اختیار ایشان قرار داده است. بسیاری از کتاب‌های «اشو» را می‌توان به صورت فایل پی‌دی‌اف در سایت‌های ایرانی دریافت نمود. متن آموزشی دوره‌های «عرفان حلقه» همین‌طور برای دانلود در اینترنت، در دسترس کاربران و مشتاقان عرفان و معنویت است.

۷. فضای مجازی در خدمت معنویت‌های نوپدید

در جهان امروز، که دنیای ارتباطات و تکنولوژی است و فضای مجازی به شدت گسترده و تأثیرگذار، معنویت‌گرایی‌های نوپدید نیز با درک این امکان به شدت تلاش دارند پیام‌هایی را صادر کنند که به وسیله‌ی آنها بتوانند تغییرات معناداری در رفتار مخاطبانشان در کشورهای مختلف ایجاد کرده، به اهداف مشخص خود برسند. بدیهی است که نمی‌خواهند این ابزار قدرتمند را از دست بدهند، بلکه طبیعی است که از راه‌های متفاوت و شیوه‌های گوناگون پیام‌ها و در نتیجه تأثیر خود را ایجاد نمایند. مهم‌ترین و در عین حال کاربردی‌ترین راه‌های استفاده از فضای مجازی برای آنها از قرار ذیل است:

الف. امکان خرید اینترنتی محصولات فرقه‌ها: یکی از قابلیت‌های اینترنت، امکان خرید محصولات مربوط به جریان‌ات معنویت‌گراست. پاره‌ای از کتاب‌ها، فیلم‌ها و محصولات مربوط به فرقه‌های جدید، به صورت رسمی در کشور امکان عرضه و توزیع ندارند، ولی این امکان به کاربر اینترنتی داده می‌شود که خریدار با انتقال اعتبار به شماره حساب‌های داده‌شده و پرداخت هزینه‌ی پستی این اقلام، آن را خریداری کرده، در منزل یا هر نشانی دیگری دریافت نماید. به ویژه نمادهای مربوط به فرقه‌ها هم‌اکنون به این صورت خرید و فروش می‌شوند؛ برای نمونه، یکی از نویسندگان در مورد پائولو کوئلیو می‌نویسد: ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی روی شبکه جهانی اینترنت به زبان فارسی، از دیگر عوامل ترویج آثار اوست. در پایگاه رسمی پائولو کوئلیو به زبان فارسی، اطلاعاتی

درباره‌ی زندگی‌نامه، مؤسسه‌ی پائولو، نمایشگاه، عکس، کتاب‌ها و مانند آن در دسترس است. پایگاه رسمی پائولو به چهارده زبان پرتغالی، اسپانیایی، انگلیسی، ایتالیایی، فرانسوی، رومانیایی، آلمانی، فارسی، ژاپنی، لهستانی، روسی، چینی، عربی و چک درباره‌ی این نویسنده و آثارش اطلاع‌رسانی می‌کند. آرش حجازی به او پیشنهاد داده است که ترجمه‌ی فارسی کتاب‌هایش را در اینترنت منتشر نماید. کوئلیو نیز با پیشنهاد انتشار رایگان ترجمه‌ی فارسی کتاب‌هایش در اینترنت موافقت کرده است (بلوچیان طوقی، ۱۳۹۵: ص ۲۰). کوئلیو معتقد است: نویسندگان اینترنت را دست‌کم گرفته‌اند (گفت‌وگوی کوئلیو با رویترز، به نقل از ایسنا، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۸۶).

نمادهای منسوب به ایران باستان یا دین زرتشت را می‌توان به شکل‌های متنوع، در اینترنت یافت و خرید. در پاره‌ای از فایل‌های کتاب مربوط به ادیان جدید، به ضمیمه-ی فایل، این نوشته دیده می‌شود: «لطفاً این متن را به دیگران هم هدیه دهید».

ب. استفاده از نام‌های مشابه: بعضی از جریانات انحرافی در فضای مجازی برای خنثی‌سازی نظریات منتقدین خود، اقدام به تعیین نام‌های مشابه با پایگاه‌های مخالفان کرده، می‌کوشند نقد ناقدان کم‌اثر شده، هر چه کمتر به گوش دیگران برسد. کارشناسان و استادان یکی از مشهورترین مؤسسه‌های رصد و نقد معنویت‌های نوظهور، از آنجا که در پورتال رسمی خود، اقدام به افشاگری و نقدهای درون‌دینی در مورد مبانی عرفان حلقه نمودند، هواداران عرفان حلقه هم اقدام به راه‌اندازی پایگاهی با همان نام کردند تا کسانی که در جست‌وجوی نقد عرفان حلقه‌اند، سر از پایگاه خود عرفان حلقه درآورند.

البته از آنجا که در این پایگاه رویکرد علمی وجود نداشت و به منتقدین عرفان حلقه فحاشی می‌شد، مورد اقبال قرار نگرفت و در جست‌وجوهای اینترنتی، نام آن در رتبه‌های آخر بالا می‌آید.

ج. امکان دستیابی با استفاده از فیلترشکن: پاره‌ای از فرقه‌ها، که امکان رسمی فعالیت در کشوری را ندارند، به کمک نرم‌افزارهای فیلترشکن توانسته‌اند با بخشی از

کاربران حرفه‌ای، همچنان ارتباط گرفته، در فضای مجازی به حیات خویش ادامه دهند. البته با مظلوم‌نمایی از محدودیتی که برای چنین جریان‌اتی ایجاد شده است، تلاش می‌کنند قیافه‌های حق به جانبی از خویش به نمایش بگذارند. جریان «شیطان‌گرایی» و جریان «تی.اس.ام» و فرقه‌ی «رام‌الله» در ایران، چنین رویه‌ای داشته‌اند.

د. فقدان امکان تعقیب متخلفان و مبلغان جریان‌ات جدید در اینترنت: از آنجا که در فضای مجازی امکان تعقیب متخلفان به صورت عادی وجود ندارد، مکاتب انحرافی نیز در این فضا امکان فعالیت گسترده‌تری پیدا می‌کنند. راه‌اندازی يك وبلاگ با نامی جعلی و غیر واقعی، کاری است آسان، زیرا نه زمان بر است و نه هزینه‌بردار؛ از این روست که گاهی فردی اقدام به راه‌اندازی چندین وبلاگ با نام‌های متعدد و ساختار متفاوت می‌کند و هویت جدیدی برای خویش تعریف می‌نماید. عرفان حلقه در سال‌های ۸۸ و ۸۹ چنین رویه‌ای را در پیش گرفت.

ه. بعضی از جریان‌ات بیش از آنکه هستند، خود را نشان می‌دهند. نکته‌ی مهم در باب تبلیغات اینترنتی معنویت‌های نوظهور در کشور، این است که بسیاری از این مکاتب خود را بیش از آنچه هستند، نشان داده، طرفداران و علاقه‌مندان خود را چندبرابر برمی‌شمارند.

«دالایی لا ما»، که در کشور ما چندان طرفداری ندارد، بیش از ۵۴۰۰۰۰ بار نامش تکرار شده است. تکرار بالا علامت این نیست که وی به همین نسبت مقبولیت یافته و هوادار پیدا کرده است. تحلیل دقیق‌تر این است که افراد محدود دلبسته به اندیشه‌های وی، سعی فراوان در معرفی افکار و اندیشه‌های او داشته‌اند. البته اخبار سیاسی مربوط به وی هم بی‌تأثیر نبوده است.

هواداران عرفان حلقه تابستان ۸۹ ادعا کردند که در حال جمع‌آوری طومار حمایتی از رهبر عرفان حلقه در فضای مجازی، با امضای يك میلیون نفر هستند، در حالی که هیچ فیلتری برای جلوگیری از تکرار امضا در اینترنت تعبیه نکردند. بماند که با این همه، چنین طوماری هیچ‌گاه محقق نشد و این ادعا در حد شعار و آرزو باقی ماند!

با جست‌وجو در اینترنت، متوجه می‌شویم که کوئلیو در شبکه‌های اجتماعی متعددی فعال است که می‌توان این موارد را برشمرد:

فیسبوک، توئیتر، یوتیوب، فرندفید، فلیکر، جاپکو، Librarything، Netvibes، Pownce، ردیت، تامبلر، سرویس Upcoming و Vimeo37 (گفت‌وگوی کوئلیو با رویترز، به نقل از ایسنا، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۸۶).

و. پاسخ‌گویی اینترنتی: معنویت‌های جدید از ظرفیت مجازی برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های هواداران خویش سود جست‌ه‌اند. حتی مترجمان کتاب‌های وارداتی، بخشی از وقت خود را پای اینترنت می‌گذرانند تا به ابهامات دیگران درباره‌ی خویش پایان دهند و ایشان را از نظر ذهنی به اقتناع برسانند.

کوئلیو همچنین در گفت‌وگو با رویترز گفت: روزی سه ساعت را در اینترنت می‌گذرانم و روزانه پانصد ایمیل دریافت می‌کنم. اگر چه نمی‌توانم به همه‌ی آنها پاسخ دهم، ولی می‌کوشم تا حد امکان به آنها نزدیک شوم. آنها خوانندگان من و انسان‌هایی هستند که روح مرا درک می‌کنند (گفت‌وگوی کوئلیو با رویترز، به نقل از ایسنا، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۸۶).

سیدجلال‌الدین موسوی‌نسب، که به پدر یوگای ایران مشهور بود، در سایت خویش به پرسش‌های پرتوجویان یوگا پاسخ می‌داد و پاسخ‌ها را پس از ارسال، در پایگاهش منتشر می‌کرد. پاره‌ای از علاقه‌مندان به یوگا هم مطالب موجود در بانک پرسش و پاسخ وی را منعکس می‌کردند.

مترجم آثار اشو در ایران به پرسش‌ها و درخواست‌های خوانندگان آثار اشو در باب ایده‌های اشو پاسخ می‌داد و حتی قرار ملاقات جهان‌گردان «اشوپارک» در هند را از همین طریق هماهنگ می‌کرد. راه‌اندازی سامانه‌های پاسخ‌گویی، بخشی از تشکیلات عرفان‌های جدید است.

ز. امکان تبادل لینک و به اشتراک‌گذاری سایت‌های همسو: بسیاری از سایت‌ها اقدام به تبلیغ سایت‌های همسو با خود کرده، همفکران خویش را با نام‌هایی مانند

لینکستان و لینک دوستان معرفی می‌کنند. گروه «رام‌الله» اقدام به تهیه مجموعه سایت‌های شاگردان و طرفداران «ایلینا رام‌الله» نمود و مریدان «سای‌بابا» مجموع لینک دوستان سای‌بابا را طراحی و اجرا کردند.

ح. چت و اتاق گفت‌وگو: یکی از امکانات اینترنت، امکان «گپ» یا همان Online chat است. امروزه، ابزار چت به شکل‌های مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ مانند ام‌اس‌ان مسنجر، گوگل‌تاک، ام‌آی‌آر‌سی، یاهو مسنجر. همین‌طور نرم‌افزارهای چت برای استفاده‌ی کاربران از طریق موبایل هم طراحی شده و به بازار آمده است. امروزه، کاربران زیادی از طریق اتاق‌های گفت‌وگو یا چت‌روم با همدیگر ارتباط گرفته، به تبادل نظر می‌پردازند.

جریان‌ات معنویت‌گرا اگر چه همگی این ظرفیت را به شکل رسمی و گسترده مورد استفاده قرار نمی‌دهند، ولی در حد توان خویش از آن غفلت نکرده، دست‌کم آن را برای مشتریان ویژه به کار می‌گیرند.

ط. بازی‌های آنلاین: یکی از قابلیت‌های اینترنت، امکان بازی به صورت آنلاین است. در بعضی از این بازی‌ها آموزه‌های دیگر ادیان و مکاتب وارد شده است. ی. دانلود فیلم‌های تبلیغاتی و کلیپ‌های تبلیغی رهبران: بخشی از مکاتب جدید، محصولات برای معرفی رهبران تولید کرده و به فضای اینترنت فرستاده‌اند. این دسته از محصولات، که جذاب و هنرمندانه ساخته شده‌اند، برای دانلود در پایگاه‌های الکترونیک قرار داده شده و در مواردی می‌توان به صورت لینک در سایت‌های مختلف دریافت کرد.

کلیپ‌های مدیتیشن اشو و همین‌طور فیلم زندگی وی برای آشنایی دیگران با شخصیت و ایده‌های اشو، در بسیاری از سایت‌ها وجود دارد و می‌توان دریافت کرد. فیلم‌های تبلیغاتی عرفان حلقه، که با نام «آشنایی با عرفان حلقه» به واسطه‌ی آقای طاهری به صورت سخنرانی آماده شده، در پایگاه‌های وابسته به عرفان حلقه موجود است. فیلم مستند زندگی «آواتار مهر بابا Meher Baba» در اینترنت قرار داده شده

است و کاربران به دیدن این مستند تشویق می‌شدند. کلیپ مربوط به تبلیغات «فالون دافا» و روش‌های تزکیه‌ی روح و بدن آقای «لی هنگجی» در بعضی وبگاه‌ها، مانند یوتیوب وجود دارد. همین‌طور فیلم‌های «تائو»، انرژی‌درمانی، بودیسم و دیگر فرقه‌های شرقی به صورت‌های متعدد در دسترس است.

از همه بالاتر، فیلم‌های معناگرایی، که به‌وسیله هالیوود و سینماهای غرب تولید شده‌اند نیز سهل و آسان در دسترس کاربران اینترنتی قرار دارد. قسمتی از این فیلم‌ها معمولاً به صورت تیزر تبلیغاتی برای فروش در قالب سی دی یا دی وی بارگذاری شده‌اند (شریفی دوست، ۱۳۹۰: ص ۲۸).

۸. شگردهای تبلیغی معنویت‌های نوپدید در فضای مجازی

از سویی دیگر، می‌توان فعالیت‌های مجازی معنویت‌های کاذب را مشتمل بر چند مرحله دانست که هر مرحله فعالیت‌های ویژه‌ای را در خود جای داده است و جالب اینکه همه‌ی این مراحل هر یک مکمل مراحل دیگرند. مراحل طراحی شده به صورت زنجیره‌وار از قرار ذیل است:

الف. مرحله‌ی مقدماتی: با تبلیغاتی که چندان به ماهیت فرقه ارتباطی ندارد، سعی در جذب و عضویت فرد در محیط‌های اینترنتی مانند سایت‌ها و وبلاگ‌ها می‌کنند. این سایت‌ها و وبلاگ‌ها این مهم را با در اختیار گذاشتن مسائلی که مورد کنجکاوی بسیاری از کاربران اینترنتی است، چه به صورت رایگان و چه با قیمتی ارزان اجرایی می‌کنند. برای نمونه می‌توان به ارائه‌ی فیلم‌های فارسی و کلیپ‌های موسیقی ممنوع، فروش ارزان قیمت فیلم‌های به‌روز هالیوودی و حتی فروش فیلم‌های نیمه‌مستهجن و فیلم‌های آموزشی مانند آموزش زبان خارجی و از سویی دیگر، ارسال ایمیل‌های گوناگون حاوی عکس، داستان‌های جذاب و کلیپ‌های مختلف اشاره کرد. نکته‌ای که نباید مورد غفلت قرار بگیرد، این است که این مرحله تا مدت مشخصی برای کاربران عضو ادامه دارد و پس از آن با رونمایی از لینک‌های جدیدی در سایت یا وبلاگ و بعضاً با تغییر نشانی سایت و وبلاگ، فرد را وارد مرحله‌ی دوم می‌کنند.

ب. مرحله‌ی میانی: در این مرحله تا حدودی از همراهی افراد اطمینان حاصل شده است؛ از این رو، در کنار اموری که در مرحله‌ی مقدماتی صورت می‌گرفت، فاز جدید جذب و فریب آغاز می‌شود و آن، گفت‌وگو با افراد در فضای مجازی است که در چت‌روم‌ها و شبکه‌های اجتماعی صورت می‌پذیرد. در این گفت‌وگو، که اساس آن بر مهربانی و تساهل و تسامح با افراد پایه‌ریزی شده است، طرف می‌کوشد به صورتی خزنده اعتقادات فرد را مورد سؤال قرار داده و وی را درباره‌ی بسیاری از باورهای خویش، بی‌اهمیت و سست نماید.

ج. مرحله‌ی نهایی: این مرحله در حقیقت نتیجه‌ای است که در پی مراحل پیشین به ارغان می‌آید، یعنی زمانی که از عضویت پایدار افراد اطمینان حاصل شد و ارتباطات دوستانه و سستی باورها به بلوغی نسبی رسید، می‌توان از اعتقادات فرقه‌ها به راحتی سخن گفت و سندی رسمی برای عضویت افراد صادر نمود. در این مرحله است که دیگر فضای مجازی پاسخ‌گو نبوده، افراد باید در موقعیت‌های حقیقی و جلسات رودررو قرار گیرند.

شایان توجه است که دو مرحله‌ی مقدماتی و میانی با روش‌های غیرمستقیم و مرحله‌ی نهایی با روش‌های مستقیم اجرا می‌شود (پاشایی، ۱۳۹۰، ص ۴۸).

د. مرحله‌ی تثبیت: آنها با ترسیم فضای رعب و وحشت برای اعضای خویش در محیط اینترنت، که هیچ واقعیت خارجی ندارد، سبب می‌شوند افراد ترس شدیدی از مخالفت با فرقه یا جدایی از آن داشته باشند و در صورت جدایی هم مدام این مسئله را انکار می‌نمایند. در توضیح این فضا باید گفت که این عرفان‌واره‌ها در مراحل عضویت کاربران می‌کوشند اطلاعات بسیار خصوصی را از افراد اتخاذ کنند و اقرارهایی در مورد گناهان فرد بگیرند و این دستمایه‌ای می‌شود که در صورت تمرد افراد، آنان را تهدید به افشای آن اطلاعات کرده، حتی در مواقعی آنها را تهدید به ترور نمایند.

۹. شعارهای معنویت‌های نوپدید

در نگرش کلی، آنچه در روش‌های غیرمستقیم به وسیله‌ی این فرقه‌ها مطرح

می‌شود، بیشتر تکیه بر اموری است که بیشتر انسان‌ها درگیر آن بوده، به دنبال برون‌رفتی از آن هستند؛ به عبارت دیگر، چنین جریاناتی با سوءاستفاده از قضایای اولیه و بالذات، مانند احتیاج فطری انسان‌ها به معنویت، بحران‌های اجتماعی و روانی، که ایجادشان به ویژه در عصر معاصر همیشه ناگزیر است، یا با احساس تمامیت‌خواهی در حاکمیت سیاسی و... و با طرح اساسی‌ترین خواش‌های انسان، حربه‌ای مناسب برای کشاندن افراد به تشکیلات فرقه‌ای اختیار کرده‌اند. این خواش‌ها را می‌توان در امور زیر خلاصه کرد:

۱. عشق: که بیشتر عشق به دنیا و همه‌ی انسان، فارغ از تفکرات و مذهب‌ها مطرح می‌شود و در نهایت هم منجر به گرایش به مادیات و آزادی‌های جنسی مخرب می‌گردد (برای نمونه، ر.ک: کوئیلو، ۱۳۷۹: ص ۷۰؛ اشو، ۱۳۷۹: ۹۳؛ و...). یکی از مهم‌ترین اصولی که اشو به شدت بر آن تأکید دارد، اصل عشق و عشق‌ورزی است. در واقع، عشق عصاره‌ی پیام اشو است (اشو، ۱۳۸۲: ۱۲).

۲. رسیدن به آرامش و تعادل: مانند ترویج مدیتیشن و یوگا و... (لارنش، ۱۳۷۸: ۴۷). یکی از طرفداران مدیتیشن می‌گوید: مدیتیشن، صلح و آرامش مطلق را به انسان ارزانی می‌دارد که در آن از تفکرات و افکار خبری نیست. با کمک تمرین‌های مدیتیشن یوگا، فرد از حلقه‌ی تولد و مرگ (تناسخ) رها می‌گردد؛ رهایی از خودپنداری و رسیدن به خود بزرگ (شیواناندا، ۱۳۸۱: ۱۷ و ۳۴).

۳. رسیدن به تعالی: برای رسیدن به تعالی، باید جسم و روح انسان یکی شود. در صورت یکی شدن جسم و روح، شخص به کمالات انسانی، تهذیب اخلاق و سلامت جسم و ذهن نایل می‌شود... در یوگا ادعا می‌گردد که انسان از طریق یوگا به خودآگاهی رسیده، به خویش‌خویش پی می‌برد و به شناخت و دیدن حقیقت توانمند می‌شود (شارما، ۱۳۸۳: ۱۴).

۴. راه‌ها و رازهای موفقیت در زندگی، به ویژه در امور مادی و تحصیلی (سایت فرقه نیوز- گفت‌وگو با مهدی سالاری تحت عنوان «<https://ferghe.ir>» معنویت‌های نوظهور را

می‌شناسید: تاریخ انتشار: ۰۶ شهریور - ۱۴۰۰، ۳۶:۱۷).

۵. ایمان و اعتقاد رمزآلود و سحرآمیز همراه با کنار گذاشتن و بی‌اهمیت جلوه دادن عمل و عقل، که منجر به اباحی‌گری می‌شود (برای نمونه، ر.ک: پائولتوئیچل، ۱۳۸۲: ص ۱۵؛ اشو، ۱۳۸۱: ص ۴۰۴).

۶. مظلوم‌نمایی: عرفان‌واره‌ها همواره از نماد مظلوم‌نمایی بهره می‌برند و به محض برخورد با آنان، محیط اینترنت را با انتشار مطالب ضد و نقیض و دروغ، محلی برای مظلوم‌نمایی خود می‌گردانند (وحید پاشایی، ۱۳۹۰: ۳۷).

به هر ترتیب، به نظر می‌رسد که فعالیت‌ها، شعارها و تلاش‌های طرفداران معنویت‌های نوپدید، سویی از ماجراست و نمی‌تواند به تنهایی سبب جذب و گسترش گسترده به سوی آنها باشد. واقعیت این است که این ماجرا از سمت و سوی دیگری نیز برخوردار است؛ به تعبیر دیگر، زمینه‌های اجتماعی، روانی، اقتصادی و البته فردی در افراد جذب‌شده نیز وجود دارد که آنها را مستعد قرار گرفتن در چنین مسیری می‌سازد. به همین دلیل، بسیاری از تحلیلگران، علل اجتماعی ذیل را برای گرایش افراد، به ویژه جوانانی از قشر متوسط تحصیل کرده به معنویت‌های نوپدید می‌شمارند:

۱. از چیزی، برای نمونه از خانواده‌ای بامحبت، ولی بیش از اندازه انحصارگرا، از دوستی بد یا از زندگی‌ای نامرضی فرار می‌کنند.

۲. معتقدند که دین‌های سنتی، گرفته و خفه، خسته‌کننده، ریاکارانه، بی‌حس و بی‌عاطفه هستند، در حالی که ادیان جدید، جمع‌های کوچک‌تر، صمیمی‌تر، هیجان‌انگیزتر و جذاب‌تر ایجاد می‌کنند.

۳. برخی جویندگان می‌خواهند رابطه‌ای نزدیک‌تر با خدا یا جهانی بهتر (با ملکوت خداوند) داشته باشند.

۴. برخی دوست دارند به جامعه‌ی دوستانه‌ای از افراد خوش‌فکر تعلق داشته باشند.

۵. برخی نیز دوست دارند با کشف «خود حقیقی‌شان»، خط مشی زندگی یا

روابط خود یا سطح موفقیت خود در درس یا کار اقتصادی را بهبود بخشند
(<https://fa.wikifeqh.ir>).

۱۰. فرصت‌های مقابله با این فرقه‌ها در فضای مجازی

نکته‌ای که در بدو امر مناسب است مورد توجه قرار گیرد، علاوه بر راه‌اندازی جنگ نرم و جنگ روانی، فرصت استفاده‌ی معکوس از موقعیت‌هایی است که در محیط مجازی دستمایه‌ی معنویت‌های نوظهور شده است، به این معنا که آنها با حضور جدی در سایت‌ها و وبلاگ‌های تبلیغاتی و چت‌روم‌ها و شبکه‌های اجتماعی، اقدام به فعالیت می‌کنند؛ از این رو، بر متصدیان امر است که با برنامه‌های مدون و حساب‌شده، حضور خود را در این گونه محیط‌ها افزایش داده، گوی سبقت را از آنها برمایند.

در نگاهی کلان به موضوع و صرف نظر از دقت‌های جزئی، روش‌هایی که ما را در تفوق بر عرفان‌واره‌ها مدد می‌رسانند، حائز اهمیت است. به نظر می‌رسد با توضیحاتی که درباره‌ی روش‌های معنویت‌های نوپدید ارائه کرده‌ایم، عملکرد معکوس ما در مقابله با آنها موجب نتایجی در خور توجه خواهد شد. آنجایی که جریان‌ات انحرافی از روش‌های غیرمستقیم استفاده می‌کنند، مناسب است که ما از روش‌های مستقیم برای جذب و تبلیغات بهره ببریم، زیرا آنها برای مخفی نگاه داشتن ماهیت واقعی و کریه خود و به دلیل مغایرت آموزه‌هایشان با اصول مذهبی و انسانی، اقدام به این‌گونه اعمال می‌کنند، در حالی که اندیشه‌ی ناب توحیدی و اسلامی، به ویژه مکتب ناب تشیع، اگر به درستی و با نگاه نیازهای امروز بشریت عرضه شود، هیچ‌گاه با مخالفت روبه‌رو نخواهد شد.

بنابراین، ما به سبب اطمینان از آموزه‌های خود، می‌توانیم با روش‌های مستقیم، افراد را جذب کنیم یا از کشیده شدن به دام معنویت‌های دروغین بازداشتیم، آن‌گاه با روش‌های غیرمستقیم، به علت تنوع و همگامی با تغییرات مدام فضای مجازی، ثبات و ماندگاری افراد را در این مسیر تضمین کنیم.

می‌توان روش‌های مستقیم را به شرح زیر برشمرد:

۱. اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی: این امر تا حدودی می‌تواند کاربران اینترنتی، به ویژه کاربران نوپا و کم‌تجربه را از دسترس تبلیغات عرفان‌واره‌ها دور نگاه دارد. همواره ترسیم دقیق نظام عقیدتی سبب تفکر می‌شود و اگر آن نظام و باورها منطقی و عقلانی باشند، مورد پذیرش قرار می‌گیرند؛ به این جهت اگر از عمق باورها و عقاید شوم معنویت‌های نوظهور پرده برداریم و از سویی دیگر، نظام عقیدتی اسلام و تشیع را برای سطوح مختلف به شکل مفهومی عرضه کنیم، زمینه را برای فعالیت‌های بعدی فراهم نموده، سبب موفقیت خواهد شد.

۲. ایجاد چالش در پایگاه‌های آنها: به هر حال، فضای مجازی محیطی را برای این عملیات مهیا نموده است؛ از این رو، چه بهتر که بتوانیم این فعالیت را مصادره به مطلوب نموده، برای احیای ارزش‌ها به کار ببریم. البته اخلال وارد کردن به این معناست که با حضور در سایت‌ها و وبلاگ‌ها به صورت منسجم و گروهی، نظرات و ایمیل‌های انتقادی ارائه گردد و متصدیان آن پایگاه‌ها به چالش کشیده شوند، زیرا شاید اجرای این امر به دست یک نفر چندان مؤثر نباشد.

۳. احداث سایت‌ها و وبلاگ‌های مذهبی: این امر را شاید بتوان مهم‌ترین فرصت در فضای مجازی برای مقابله با معنویت‌های نوظهور قلمداد کرد. البته شایسته است که این دست سایت‌ها و وبلاگ‌ها افزون بر برخورداری از کمیت در خور اعتنا، از کیفیت مطلوبی هم برخوردار باشند. متأسفانه، هم‌اکنون فضای مجازی قدرت نوآفرینی را کم نموده، کارهایی که در این فضا ارائه می‌شوند، بیشتر تقلید و تکرار کارهای موجود با نقابی جدید است. از این جهت، طرحی نو باید در انداخت و رقابت جانانه را با سایت‌های رقیب آغاز نمود. به نظر می‌رسد یک پایگاه مناسب اینترنتی برای مقابله با ترویج چنین عرفان‌واره‌هایی، جدا از برخورداری از شرایط اولیه، پایگاه جذاب مانند گرافیک مناسب و طراحی زیبا، محتوای غنی در عین سادگی و روزآمدی مطالب و ارتباط مداوم با کاربران از طریق ایمیل، پیامک و... باید

امور ذیل را به شکلی هنرمندانه و عالمانه رعایت کند:

الف. دقت در معرفی عرفان‌واره‌ها: گام نخست در نقد هر جریان، تبیین درست اندیشه‌ها و باورهای آن است. در مورد معنویت‌های کاذب، این نکته بسیار باید مورد توجه باشد که معرفی آنها برای نقد و بررسی، منجر به نوعی تبلیغ و جانبداری از آنها نگردد.

ب. نقد و بررسی: نکته‌ای که در این قسمت باید مد نظر قرار گیرد این است که عمده‌ی نقدهایی که در اینترنت صورت گرفته، سطحی و عاری از دقت‌های علمی و منطقی و استانداردهای پژوهشی است؛ بنابراین، ضروری است که مراکز پژوهشی نشست‌ها و همایش‌های تخصصی در این زمینه راه‌اندازی نموده و بخشی از فعالیت‌های خود را معطوف به نقد و بررسی در فضای مجازی کرده، خروجی جلسات را در فضای اینترنت منتشر نمایند.

ج. طرح شبهات اساسی در باورهای این فرقه‌ها: مطرح کردن شبهات سبب می‌شود گروه مورد شبهه، توان و انرژی زیادی را در پاسخ‌گویی به کار ببندد که خود سبب از دست دادن فرصت برای انسجام درونی شده، ارائه‌ی نظام کاملی از باورهایشان را ناممکن می‌سازد.

د. استفاده از مطالب دیداری و شنیداری (مدیا) در کنار مسائل متنی: مانند مصاحبه با برگشتگان و فریب‌خوردگان این گروه‌ها و پخش فیلم‌های مستند از پشت پرده این عرفان‌واره‌ها و ...

ه. رصد اخبار عرفان‌واره‌ها و انعکاس ناکامی‌های آنان: آنچه باید همواره مد نظر قرار گیرد، این است که تضعیف اصلی تفکرات انحرافی و مرموزانه هنگامی است که مشت آنها باز و اهدافشان افشا شود. زمانی که از پشت پرده‌ی مسائل آگاهی به دست آید، فعالیت‌های بعدی رونقی نخواهد داشت؛ بنابراین، در مرحله‌ی نخست لازم است در ابعاد گسترده اهداف شوم معنویت‌های نوظهور در قالب محصولات سایتهی مانند ویژه‌نامه‌ها، مقالات و محصولات مدیا و ارسال مستمر آنها به ایمیل‌های

کاربران یا به شکل حضور در چت‌روم‌ها و شبکه‌های اجتماعی افشا شود. سپس می‌توان با ترسیم مهندسی معرفتی در این موضوع، به طور کلی افراد را از افتادن در دام‌های پهن‌شده در بستر اینترنت رهانید.

و. ایجاد محیط‌های گفت‌وگو: این محیط‌ها را می‌توان در قالب چت‌روم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و فروم‌ها ایجاد کرد و فضای حاکم بر آنها را استدلالی نمود. آسیب‌پذیری معنویت‌های نوظهور در مباحث استدلالی، ولو به شکلی سطحی به روشنی دیده می‌شود، زیرا سران این جریان‌ها نه توانایی کافی در استدلالی کردن عقاید خویش را دارند و نه به دلیل هجوم فریب‌خوردگان نیاز و ضرورتی در این امر می‌بینند. آنان، همواره، پیروان خود را در حالات مبهم نگاه داشته، انتظاراتی واهی بر آنها تحمیل می‌کنند.

به نظر می‌رسد اجرایی کردن کامل این مراحل تا حد زیادی می‌تواند از مسمومیت فعالیت‌های معنویت‌های نوپدید لااقل در میان مخاطبان مسلمان کاسته، پرسش‌های متعددی پیش روی کاربران درباره‌ی این جریان‌ها بگشاید، زیرا در این مراحل، انبوهی از معارف درست به کاربر عرضه و از سویی دیگر، انبوهی از شبهات و تردیدها نیز برای وی ایجاد شده است.

ناگفته نماند که مقابله با عرفان‌واره‌ها کار ساده‌ای نیست، زیرا در برابر ما سرمایه‌های زیاد، رسانه‌های گسترده و برنامه‌ریزی‌های پیچیده‌ای در کار است. ما تازه باید با روشن‌فکران غیردینی خود درباره‌ی اینکه معنویت‌های نوظهور خطر است، مناظره کنیم! اگر تمام آنها نیز به میدان مبارزه بیایند و برای روشن کردن خرد و معنویت مردم بکوشند، هنوز کمتر از جبهه‌ی مقابل نیرو داریم!

در مقابل می‌توان برای رویارویی با عرفان‌واره‌ها، در اقداماتی معکوس، از روش‌های مستقیم مانند اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، ایجاد چالش و حتی اخلال در پایگاه‌های مجازی آنها، احداث سایت‌ها و وبلاگ‌های مذهبی و ارائه‌ی اموری مانند طرح شبهات اساسی بر ضد آنها و نقد و بررسی عقایدشان به همراه عرضه نظام

عقیدتی کاملی از اسلام و تشیع و مخابره‌ی ناکامی‌ها و خیانت‌های آنان و همچنین ایجاد محیط‌های گفت‌وگو استفاده کرده، سپس برای مصونیت کاربران، از روش‌های غیرمستقیم بهره برد تا کاربر احساس نکند که مدام در حصر معرفتی قرار گرفته و به نوعی اختیار از او سلب شده است.

نتایج و یافته‌های پژوهش

با توجه به مطالب گفته‌شده، تردیدی نیست که معنویت‌های نوپدید حضور مستمر، گسترده و برنامه‌ریزی‌شده‌ای در فضای مجازی دارند و در راه جذب افراد سخت در تلاش‌اند. معنویت‌های نوپدید همسو با تمناهای فطری انسان هستند، ولی پاسخی مسخ‌شده به آن می‌دهند. فطرت، شیفته‌ی عاشق شدن و دل بستن است، ولی معنویت‌های نوپدید، مانند اشو و کوئیلو، عشقی هوسناک و شهوت‌آلود را پیشنهاد می‌کنند. فطرت ما تشنه‌ی مشاهده‌ی عظمت، شکوه، جلال و تجربه‌ی هیبت و خشیت در برابر آن است، ولی مرلین منسون پاسخ آن را با کلیپ‌ها و موسیقی هولناک بلک متال می‌دهد. ما شیدای پرستیدن هستیم، ولی سای‌بابا خود را خدای پرستیدنی و خالق هستی معرفی می‌کند. بیشترین افرادی که به سراغ جریان‌های معنویت‌گرا رفته‌اند، افرادی‌اند که عطش خداخواهی در آنها بیدار می‌کند و لبریز از حس پرستش‌اند. آنچه از جانب مخاطبان، به ویژه جوانان، وجود دارد، جز بستر آماده نیست که همان «نیاز به معنویت» نام دارد؛ بنابراین، اشتباه است گمان کنیم افرادی که جذب معنویت‌های جدید می‌شوند، لایبالی و بی‌ارتباط با خدایند که کاری با تهذیب نفس و خودسازی ندارند. آنچه مانع تحلیل و تشخیص جوانان می‌شود و گاهی آنها را به مرز دلدادگی می‌رساند، «مانورهای عملی» است که بعضی از مدعیان معنویت و عرفان، به عموم مردم، به ویژه مریدان خود، از فضای مجازی نشان می‌دهند. در جانب مقابل، معنویت دینی عرفان اسلامی، که پاسخی درست، بجا و همسو با فطرت انسانی و مسیری راستین برای درک حقیقت است، به زبان و مخاطب‌شناسی امروزی نیاز دارد. بنابراین ضروری است که به موازات فعالیت این گروه‌ها، فضای مجازی حد اقل در چند محور ذیل به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد: فعالیت این گروه‌ها و نتایج این فعالیت‌ها درک و فهم و از طریق همین فضای مجازی اطلاع‌رسانی گردد، در عین اینکه پوشش‌های زیبا و مشابهت‌های ظاهری این ایده‌ها با عرفان‌های اصیل دینی در فضای مجازی مرزگذاری گردیده و در نهایت اصول و گزاره‌های عرفان‌های اصیل از طریق همین فضای مجازی به رهپویان معرفی گردد.

فهرست منابع

۱. احمدی، روح‌الله؛ ایزدی، جهانبخش (۱۳۹۸). هویت‌سازی گروه‌ها و عرفان‌های نوظهور در فضای سایبری، فصلنامه‌ی علمی- پژوهشی مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی، سال نهم، شماره‌ی ۳۴، ص ۲۹۵-۳۲۰.
۲. اشو، چاندرا موهان جین. (۱۳۸۱). ضربان قلب حقیقت مطلق، مترجم: مرضیه شنکائی ناشر: فردوس.
۳. اشو، چاندرا موهان جین. (۱۳۸۲). عشق پرنده‌ای آزاد و رها، ترجمه‌ی مسیحا برزگر، تهران، انتشارت دارینوش.
۴. بلوچیان طرقي، مریم (۱۳۹۵). نقدی بر پائولو کوئلیو، در خیال آرامش (نقدی بر عرفان‌های نوظهور و شناخت عرفان حقیقی)، تهیه و تنظیم: واحد پژوهش مدرسه‌ی علمیه‌ی حضرت خدیجه(علیها السلام)، مشهد، انتشارات نسیم رضوان.
۵. پاشایی، وحید (۱۳۹۰). «معنویت‌های نوظهور در فضای مجازی؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»، مجله‌ی معارف، شماره ۹۰، ص ۴۱-۵۲.
۶. پل تونیچل، جان. (۱۳۸۲). کلید جهانهای اسرار، مترجم: هوشنگ اهرپور، ناشر: نگارستان کتاب.
۷. پل تونیچل، اکنکار. (۱۳۸۲). کلید جهان‌های اسرار، مترجم: هوشنگ اهرپور، تهران، نگارستان کتاب.
۸. جهانگیر، عیسی (۱۳۹۱). شیعه در فضای سایبر؛ رویکردی اجتماعی، قم، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (قدس سره).
۹. حسینی، بشیر؛ حق‌پناه، حسین (۱۳۹۴). ۱۵۰هشتگ، تهران، رواق اندیشه.
۱۰. حمیدیه، بهزاد (۱۳۹۲). «جنبش‌های نوپدید معنوی: دین یا عرفان؟»، مجله‌ی ادیان و عرفان (مقالات و بررسی‌ها)، دوره‌ی ۴۶، شماره‌ی ۱، ص ۲۹ - ۵۰.
۱۱. دالایی لاما، تنزین گیاتسو، (۱۳۸۴). زندگی در راهی بهتر، ترجمه‌ی فرامرز جواهری‌نیا، تهران، انتشارات ماهی.
۱۲. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۳). لغت‌نامه‌ی دهخدا، تهران، مؤسسه‌ی انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۱۳. راهنمایی، حسین؛ نقیب‌السادات، سیدرضا؛ یکتا، مهدیه (۱۳۹۷). «شناسایی تکنیک‌های

- تبلیغی عرفان‌واره‌های نوظهور»، فصلنامه‌ی علوم خبری، شماره‌ی ۲۵ ص ۶۹-۱۰۱.
۱۴. سیاح‌طاهری، محمدحسین (بی‌تا). حقیقت مجازی (درباره‌ی فضای مجازی چه بدانیم و چه بگوییم؟)، تهران، مرکز ملی فضای مجازی.
۱۵. شارما، پی دی (۱۳۸۳). یوگای پیشرفته، ترجمه‌ی رضا رامز، تهران، نشر ثالث.
۱۶. شان، لارنش (۱۳۷۸). چگونه مدیتیشن نکنیم؟، ترجمه‌ی نسرین مجیدی، چاپ دوم، انتشارات هیرمند.
۱۷. شـیرینی، احمدحسین (۱۳۷۸). درآمدی بر عرفان حقیقی و عرفان‌های کاذب، تهران، به‌آموز.
۱۸. شریفی‌دوست، حمزه (۱۳۹۲). کاوشی در معنویت‌های نوظهور، قم، دفتر نشر معارف.
۱۹. شیواناندا، سوامی (۱۳۸۱). جاپا یوگا، ترجمه‌ی پروین بیات، تهران، عصر روشن‌بینی.
۲۰. قبری برزبان، علی و دیگران (۱۳۹۹). «تأملی بر گرایش به معنویت‌های نوپدید»، فصلنامه-ی توسعه‌ی اجتماعی، دوره‌ی ۱۴، شماره‌ی ۴، ص ۱۶۹-۱۹۸.
۲۱. کهنوند، محمد (۱۳۹۵). شبکه‌ی عنکبوتی، قم، انتشارات ذکری.
۲۲. کوئلیو، پائولو (۱۳۷۹). دومین مکتوب، ترجمه آرش حجازی، تهران، کاروان.
۲۳. کوئلیو، پائولو (۱۳۸۲). کنار رود پیدرا نشستم وگریستم، ترجمه آرش حجازی، تهران، کاروان.
۲۴. کوئلیو، پائولو (۱۳۸۳). عطیه‌ی برتر، ترجمه‌ی آرش حجازی، تهران، انتشارات کاروان.
۲۵. محمدی، محسن (۱۳۸۷). «آشنایی با مبانی معنویت‌های نوظهور»، مجله‌ی خُلُق، شماره‌ی ۶، ص ۷۲-۸۳.
۲۶. مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۷). «معنویت مدرن»، پگاه حوزه، شماره‌ی ۲۴۲، ص ۶۹-۷۸.
۲۷. مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۸). تجربه‌های عرفانی در ادیان، قم، بوستان کتاب.
۲۸. موسوی نسب، محمدرضا (۱۳۹۳). «اهداف، اصول و روش‌های تربیت عرفانی»، مجله‌ی اسلام و پژوهش‌های تربیتی، شماره‌ی ۲، ص ۱۹-۳۶.
۲۹. نگارش، حمید (۱۳۹۵). «معنویت‌های نوپدید و چالش‌های آینده انقلاب اسلامی»، سیاست متعالیه، سال چهارم، شماره‌ی ۱۴، ص ۲۵-۴۰.
۳۰. نگارش، حمید؛ رسانه و جنبش‌های نوپدید دینی، مجله: بازتاب اندیشه، زمستان ۱۳۹۱ - شماره ۱۱۹، صص ۴۸ تا ۶۵.

۳۱. همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی دین، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران، مؤسسه‌ی فرهنگی انتشاراتی تبیان.

۳۲. وکیلی، هادی (۱۳۸۵). «آسیب‌شناسی معنویت‌های نوپدید در ایران»، کتاب نقد، شماره‌ی ۴۵، ص ۳-۱۵.

33. <http://ferghenews.com>(20/7/1400.۱۷:۳۶

34. <https://fa.wikifeqh.ir>

35. <https://www.isna.ir>.

36. <https://farsi.khamenei.ir>

