



سال سیزدهم / بهار ۱۴۰۳

اینستاگرام و تجربه معنوی کاربران: پدیدارشناسی تجربه

دنبال کنندگان صفحات مدیتیشن، مثبت و موفقیت^۱

• حمید عزیززی^۲، سید محمد مهدیزاده طالشی^۳، سید جمال الدین اکبرزاده جهرمی^۴

تاریخ دریافت: ۰۲/۱۰/۹، تاریخ تایید: ۰۲/۱۱/۷

Doi: <https://doi.org/10.22034/scm.2024.189944>

چکیده

این پژوهش با استفاده از روش کیفی و به شیوه توصیفی-تحلیلی انجام شد که در آن داده‌های حاصل از مصاحبه با کاربران تحلیل تماتیک گردید. چارچوب مفهومی تحقیق حاضر بر هیچ نظریه‌ای تکیه ندارد و نظریات مطرح شده در این پژوهش صرفاً به عنوان لنزی نظری در نظر گرفته شده‌اند. در این چارچوب مفهومی بر نظریات استارک و بین بریج، برگر، وبر و دورکیم تأکید شده است. میدان مطالعه این پژوهش مصاحبه با کاربران اینستاگرامی است که صفحات مدیتیشن، مثبت‌اندیشی یا موفقیت را دنبال کرده‌اند. از میان این کاربران، با استفاده از ترکیبی از روش‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی شامل نمونه‌گیری هدفمند، نمونه‌گیری در دسترس و نمونه‌گیری گلوله برفی اقدام به مصاحبه نیمه ساختار یافته شد. از یافته‌های به دست آمد از مصاحبه با کاربران مفهوم اصلی "فردانی شدن معنویت" در راستای بیگانگی از جامعه است که شامل مفاهیم فرعی خود آیینی شدن معنویت، فتیشیسم شخصی، محوریت تجارب مانایی از خود، طرد دیگری و ارجحیت خود بر او، برساخت ادبیات آیینی مختص به خود، ادغام موقتی و دلخواهی و خود نظمی در قاعده معنوی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، پدیدارشناسی، مدیتیشن، مثبت‌اندیشی، موفقیت

۱ مقاله برگرفته شده از پایان‌نامه دکتری

۲ دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبائی hamid.azizy1@gmail.com

۳ دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی m.mahdizadeh@atu.ac.ir

۴ دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی jahromi@atu.ac.ir

۱- بیان مسأله

دنیای فناورانه و دیجیتال امروز، سرعت همه‌چیز را افزایش داده است و جهان سنتی را با تغییرات عمیقی مواجه کرده است. آدمی که زمانی خود را در فیزیک نیوتنی و زمان و مکانی مشخص، تعین می‌بخشید؛ حالا در دنیای فیزیک کوانتوم و دیجیتال نمی‌تواند به‌آسانی و به شکلی پایه‌ای، هستی و آگاهی خویش را تعیین کند. در این زمینه همه‌چیز در عین حالی که سریع به دست می‌آید، مثل ماهی لغزنده و فرار شده است. انسان امروزی حس می‌کند از زمان و مکان جا مانده است و هیچ‌چیز در اختیار او نیست. افراد در حال حاضر با وساطت شبکه‌های دیجیتال، فرایندهای نوینی را در روند اجتماعی شدن تجربه می‌کنند. در این فرایندها نگرش به زندگی تحت تأثیر گفتمان‌های جدید، فضاها، مادیات جدید و آیین‌های جدید تغییرات عمیقی کرده است (ادواردو کارینی، ۲۰۱۹). در این وادی بسیاری از انسان‌ها با مشکل معنویات و حتی فقدان آن مواجه می‌شوند، چرا که مدرنیته پایه‌های سنتی فرایندهای معناسازی را از زندگی انسان‌ها برچیده و به جای آن دنیای مادی و فناورانه را جایگزین ساخته که روح انسانی را در بندهای منطقی خود گرفتار کرده و اغلب انسان‌ها برای برون‌رفت از این منطق عقلانی، خود را نیازمند روحی نوین می‌بینند که او را از این بندها برهاند. از این‌رو انسان امروزی که بحران‌های عمیق معنایی، هستش‌اش را آکنده از درد می‌سازد و وجودش را رنجور، خواه ناخواه به سمت معنویات کشیده می‌شود. با این تفاوت که به نظر می‌رسد بخش عمده انسان‌های امروزی حس می‌کنند که معنویات کهن پاسخگوی نیازهای امروزی آن‌ها نیست و به همین دلیل آنان به دنبال معنویاتی متفاوتند که بتواند به نیازهای‌شان را در قالب‌های مختلف پاسخ دهد. در دنیای مجازی که کاربران امروزی به دنبال سرگرمی، پر کردن اوقات فراغت، کسب آگاهی و مواردی از این دست به این فضا رجوع می‌کنند و فضای مجازی عملاً به بخشی از زندگی روزمره آن‌ها بدل شده است، صفحات متعددی در زمینه‌های پاسخگویی به این امور پدید آمده‌اند. فضای مجازی با ویژگی‌های سرعت و سیالیت، در صدد پاسخگویی به این نیازهای کاربران است؛ تا به واسطه این فضا، کاربران بخشی از خلأهای معنوی خود را پر کنند و از حس بی‌معنایی و پوچی، خلاص شوند. پر شدن این خلأها می‌تواند از خلال خواندن محتواهای مرتبط با آیین‌های معنوی، ارتباط گرفتن با دیگر افراد، شرکت در کلاس‌های معنوی، خواندن کتاب‌های معنوی و مسائلی از این دست جبران شود. در این رابطه صفحات اینستاگرامی متعددی در باره امور معنوی به وجود آمده‌اند که دربردارنده محتواهای متعددی

هستند که کاربران از میان آن‌ها دست به انتخاب می‌زنند. برخی از صفحات این محتواها در بردارنده محتواهای مرتبط با مدیتیشن، برخی دیگر محتواهای مرتبط با امور مثبت‌اندیشی و برخی دیگر را می‌توان محتواهایی دانست که با موفقیت در دنیای امروز مرتبط هستند.

در این زمینه می‌توان گفت که با توجه به تغییرات گسترده‌تر فرهنگ جهانی و چندبعدی شدن زندگی روزمره افراد در جامعه ایرانی نیز دستخوش دگرگونی شده است و شکل‌های نوینی از ترویج ادیان غیر رسمی به واسطه رسانه‌ها خلق شده است که از مهم‌ترین مؤلفه‌های آن‌ها می‌توان به راهکارهای بهترین بودن، مثبت‌اندیش بودن، موفق بودن در زندگی، لذت طلبی و ارزش‌هایی از این دست اشاره کرد (باستانی، شریعتی و خسروی، ۱۳۸۸؛ جابریان، ربیعی، محدثی گیلوئی و زاهدی مازندرانی، ۱۳۹۶؛ کرد، قائدی، ضرغامی همراه و برخوردار، ۱۳۹۹). به نظر می‌رسد در این زمینه شاهد انواع متنوعی از معنویت‌های نوظهور هستیم که از اشکال سنتی فاصله گرفته است که در این زمینه ظهور و بسط فضای مجازی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، نقش‌آفرینی می‌کنند. در این رابطه صفحات متنوعی در اینستاگرام وجود دارند که با عناوینی از قبیل موفقیت، معنویت، مثبت‌اندیشی، جذب، ماورا، یوگا، مدیتیشن، چاکرا، بیداری، جهان درون، چشم سوم، انرژی مثبت، حقایق مثبت، باور مثبت، فنگشویی و جذب ثروت به انتشار محتواهای زندگی موفقیت‌آمیز در ابعاد مادی و معنوی می‌پردازند. برخی از این محتواها در قالب تصاویر، متون، فیلم یا ترکیبی از آن‌ها به مسائلی از قبیل اینکه چگونه به جهان معنوی وصل شویم، چگونه درون خود را پاکسازی کنیم، شیوه‌های دریافت انرژی مثبت، انجام مدیتیشن و آداب آن، رازهای اعداد، آداب و مناسک موفقیت در کسب و کار، شیوه‌های جذب ثروت، تکنیک‌های مثبت‌اندیشی و اموری از این دست می‌پردازند.

کاربران اینستاگرامی در این فضا با محتواهایی مواجه می‌شوند که به سرعت ظاهر می‌شوند و دچار تغییر می‌شوند. کاربرانی که با این دنیای سریع و دگرگون شونده، روبرو هستند به طور ناخودآگاه درمی‌یابند که می‌توانند به سرعت بیشتری به معنویت و دیگر آرزوهای خود دست یابند، آن‌ها در مواجهه با محتوای این صفحات هست‌مندی خویش را بازسازماندهی می‌کند. هست‌مندی که می‌توان در آن، شکل‌گیری گونه‌های متنوعی از دین عامه را دید. به این ترتیب کاربران ایرانی در کنار محتوای رسمی دینی- فرهنگی برخاسته از فرهنگ دینی اسلامی، محتواهای آیینی دیگری را دریافت می‌کنند که متفاوت از دین رسمی جامعه ایرانی است. از این‌رو دین عامه در صدد پاسخگویی به مسائلی از قبیل این‌که موفقیت اقتصادی فرد در چه

چیزی نهفته است؟ چگونه می‌توان به وضعیت با ثبات اقتصادی و درآمد مناسب دست یافت؟ چه چیزهایی در زندگی آرامش را به همراه دارند و این که موفقیت در چه وضعیتی نهفته است؟ مسئله دیگری که دین عامه تلاش می‌کند به آن پاسخ دهد، نیاز به دانستن حقایق پنهان، ندانسته‌هایی که در توالی زمان افکار اشخاص را به خود مشغول می‌کند. دین عامه ابزاری است که کنشگران برای مواجهه با مصائب زندگی شخصی آن را به کار می‌گیرند (خالق‌پناه و همکاران، ۱۳۹۴). دین عامه در این زمینه بستری را فراهم می‌کند که به واسطه آن کاربران بتوانند، شیوه‌های معنوی مختص به خود را برسازند. شیوه‌هایی که در آن دین عامه به سؤالات و نیازهای معنوی و مادی آن‌ها پاسخ می‌دهد. کاربران به واسطه شرکت در این آیین‌ها در پی پاسخ به نیازهای مادی و معنوی خویش برمی‌آیند. در حقیقت کاربران به واسطه حضور در این شبکه اجتماعی، شیوه‌های نوین معنایی را برای خود خلق می‌کنند که از طریق بررسی آن‌ها می‌توان ویژگی‌ها و خصوصیات این معنویت نوظهور در بین دنبال‌کنندگان ایرانی این صفحات را شناخت و تحلیل کرد. این شیوه‌های نوین معنایی به ابهامات زندگی کاربران در زمینه‌های مختلفی از قبیل معنا و هدف زندگی پاسخ می‌دهد. پاسخ‌هایی که آشفتگی ذهنی کاربران را برطرف می‌کند. از این‌رو می‌توان گفت که این صفحات شیوه‌های نوینی از نظام‌های معنایی را صورت‌بندی می‌کنند. در این زمینه پژوهش حاضر به دنبال چند پرسش اساسی است. نخست: محوریت معنایی تجارب کاربران از صفحات اینستاگرامی در چیست؟ و این تجارب منجر به برساخت چه مسائلی در ذهنیت یا کردار کاربران شده است؟

۲- ادبیات نظری و تجربی پژوهش

بخش حاضر به مفاهیم پژوهش، مرور نظری و تجربی اختصاص یافته است و در آن پژوهشگر تلاش نموده تا به شرح مفاهیم و مبانی نظری و تجربی بپردازد که می‌تواند در تفسیر یافته‌ها به مثابه نوعی لنز نظری عمل کند تا به واسطه آن پژوهشگر در تفسیر داده‌ها، از این چارچوب مفهومی استفاده کند.

۲-۱- مرور مفهومی

در این بخش مفاهیم پدیدارشناسی تفسیری، مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت، کیش‌ها و دین عامه و خصوصی شدن معنویت بررسی شده است.

۲-۱-۱- پدیدارشناسی تفسیری

پدیدارشناسی بررسی ساختارهای آگاهی است آن چنان که از منظر اول شخص تجربه می‌شود. پدیدارشناسی به معنای تحت‌اللفظی‌اش شناخت یا بررسی «پدیدارها» ست: شناخت نمودهای [یا ظهورات] چیزها، یا چیزها آن چنان که در تجربه ما نمودار می‌شوند، یا انحایی که ما چیزها را تجربه می‌کنیم و از این قرار معناهایی که چیزها در تجربه ما دارند (وودراف اسمیت، ۱۳۹۳: ۱۱-۱۲). پدیدارشناسی هرمنوتیک یک فرآیند تفسیری است، با محقق که تفسیر می‌کند، پدیدارشناسی استعلایی «کمتر بر تفسیرهای محقق و بیشتر بر توصیف تجربیات شرکت‌کنندگان متمرکز است» (فروچی و تاندوک، ۲۰۱۵). تحقیقات هرمنوتیکی، گونه‌ای از تحقیقات تفسیری هستند که بر معناهای تاریخی تجربه و اثرات تکوینی یا انباشتی این معانی بر سطوح اجتماعی و فردی تمرکز دارد. هرمنوتیک با تفسیر پدیدارها و تجارب زندگی روزمره از توصیف صرف این تجارب فراتر می‌رود و در لایه‌های عمیق و پوشیده این معناها به جست‌وجو می‌پردازد تا این توصیفات را بشکافد و آن‌ها را بفهمد. این معانی، معناهایی هستند که همیشه برای خود مشارکت‌کنندگان در جریان تحقیق آشکار نیستند و می‌توان آن‌ها را از روایت‌های دریافت شده از آن‌ها، کاوش و کسب کرد. هرمنوتیک ترکیبی از علم و هنر است که بر اساس آن معانی نه به عنوان اموری ثابت و بدون تغییر، بلکه به منزله چیزهایی که به صورت پیوسته و مداوم در حال تغییرند، نگریسته می‌شوند و به همین دلیل در هرمنوتیک به روی تفاسیر و معانی متغیر و جدید گشوده است. بر همین مبنا، پدیدارشناسی هرمنوتیکی به مطالعه تجربه و معانی همراه آن به صورت هم‌زمان می‌پردازد که در ماهیت تجارب انسانی - که هیدگر از آن با عنوان دیزاین یاد می‌کند- ریشه دارند (خالق‌پناه، ۱۳۹۹). هیدگر در هستی و زمان (۱۹۲۷)، نوعی هرمنوتیک ضد ذهنی را بنیاد نهاد که بر مکان‌مندی تمام و کمال ما در تاریخ و زبان تأکید می‌کند. مسئله فهم کاملاً از کندوکاوی محققانه در ذهن شخص دیگر جدا می‌شود در عوض بر جای‌گیری ما در یک جهان زمانی تأکید می‌شود که معنای آن مسبوق بر ما است و ما از آن فهمی ضمنی داریم. هیدگر می‌گوید ما فهمانه وجود داریم و هدف تأویل آشکار ساختن پیش فهمی است که ما پیشاپیش از هستن - در - جهان خود داریم. بر پایه این الگوی هیدگری ادبیات بیش از آن که بیان اندیشه‌ها و نیت یک فرد باشد ارتقاء یک جهان یا جهان‌بینی به ساحت آگاهی است (نیچه و سایر نویسندگان، ۱۳۹۸: ۱۲). تفسیر اگزیستانسیال-تاریخ‌نگاری به مثابه علم منحصرأ معطوف است به اثبات این که خاستگاه اونتولوژیکی تاریخ-

نگاری تاریخ‌مندی دازاین است. فقط از اینجا می‌توان مرزهایی را نشانه‌گذاری کرد که در درون آن‌ها یک نظریه علمی سمت یافته از فعالیت واقع بوده علمی مجاز است، خود را در جریان پرسشگری‌هایش در معرض امور امکانی [تصادفی] قرار دهد. تحلیل تاریخ‌مندی دازاین می‌کوشد نشان دهد که چنین نیست که این هستند از آن‌رو که «در تاریخ قرار دارد»، «زمان‌مند» است، بلکه می‌خواهد نشان دهد که این هستند برعکس تنها از آن‌رو تاریخ‌مندان می‌آگزید و می‌تواند بیاگزید که در بنیان هستن‌اش زمان‌مند است (هیدگر، ۱۳۹۵: ۴۷۲). از نظر هایدگر هر تفسیر صحیح باید مراقب خیال‌پردازی‌های خودسرانه و محدودیت‌های تحمیل‌شده توسط عادات فکری نامحسوس باشد و باید نگاه خود را «به خود چیزها» معطوف کند. (که در مورد منتقد ادبی، متون پرمعنی هستند که خود باز هم به اشیاء می‌پردازند). این‌که مترجم به خود اجازه دهد توسط خود چیزها هدایت شود، بدیهی است که یک تصمیم واحد و «وجدانی» نیست، بلکه «اولین، آخرین و ثابت کار» است؛ زیرا لازم است در تمام حواس‌پرتی‌های دائمی که از خود مفسر سرچشمه می‌گیرد، نگاه خود را به آن چیز ثابت نگاه داشت. این توصیف، البته، مخفف تقریبی کل است تفسیر با مفاهیم پیشین آغاز می‌شود که با مفاهیم مناسب‌تری جایگزین می‌شوند. این روند ثابت فراقنی جدید، حرکت درک و تفسیر را تشکیل می‌دهد (گادامر، ۲۰۰۴: ۲۶۹-۲۷۰).

گادامر نیز همچون هایدگر با ایده [حقیقت به مثابه روش] مطابقت با واقع، عداوتی ندارد. بلکه نقد او متوجه این آرمان به یادگار مانده از عصر روشنگری‌ات که فهم باید یکسره از پیش-داوری‌ها مبرا باشد. در اینجا او بیشتر از عمل تاریخ‌بحث می‌کند که پشت سر فهم فعال است و آن را پیش می‌برد. به این ترتیب سنت معرف تمامی آن چیزهایی است که در فرایند بهم عینیت‌پذیر نیستند، اما به نحو غیر ملموس فهم را متعین می‌کنند. فهم بر مبنای برخی انتظارات و مقاصد به‌جامانده از گذشته و حال عمل می‌کند و همیشه نمی‌تواند از آن‌ها فاصله بگیرد (گروندن، ۱۳۹۳: ۵۹-۶۰). انتظار معنایی که بر درک ما از یک متن حاکم است، یک عمل ذهنی نیست، بلکه از اشتراکی که ما را به سنت پیوند می‌دهد ناشی می‌شود. اما این اشتراک دائماً در رابطه ما با سنت در حال شکل‌گیری است. سنت صرفاً یک پیش‌شرط دائمی نیست. بلکه خودمان آن را تولید می‌کنیم تا جایی که می‌فهمیم، در تکامل سنت شرکت می‌کنیم و از این‌رو خودمان آن را بیشتر تعیین می‌کنیم. بنابراین دایره فهم یک دایره «روش‌شناختی» نیست، بلکه عنصری از ساختار هستی‌شناختی فهم را توصیف می‌کند. دایره

که برای همه فهم‌ها اساسی است، دلالت هرمنوتیکی دیگری دارد که من آن را «مفهوم اولیه کامل بودن» می‌نامم. اما این نیز بدیهی است که شرط صوری همه درک است. بیان می‌کند که تنها چیزی که واقعاً وحدت معنا را تشکیل می‌دهد قابل درک است. بنابراین وقتی متنی را می‌خوانیم، همیشه کامل بودن آن را فرض می‌کنیم و تنها زمانی که این فرض اشتباه است - یعنی متن قابل درک نیست - شروع به شک به متن می‌کنیم و سعی می‌کنیم کشف کنیم که چگونه می‌توان آن را اصلاح کرد. قواعد چنین نقد متنی را می‌توان کنار گذاشت، زیرا نکته مهمی که باید به آن توجه کرد این است که به‌کارگیری صحیح آن‌ها به درک محتوا بستگی دارد. بنابراین، تصور اولیه از کامل بودن که تمام درک ما را هدایت می‌کند، همیشه توسط محتوای خاص تعیین می‌شود. خواننده نه‌تنها وحدت معنایی درونی را فرض می‌کند، بلکه درک او نیز توسط انتظارات متعالی مستمر معنا که از رابطه با حقیقت آنچه گفته می‌شود هدایت می‌شود (گادامر، ۲۰۰۴: ۱۹۳). از نظر گادامر هدف فهم هرمنوتیکی این نیست که به معنای یک اثر نزد مخاطب اصلی یا مؤلف آن پی ببرد، بلکه هدفش این است که دریابد این اثر برای ما و در حال حاضر چه معنایی دارد. هرچند که این امر بدان معنا نیست که ما هر کاری که بخواهیم می‌توانیم با اثر بکنیم (نیچه و سایر نویسندگان، ۱۳۹۸: ۱۴). در این زمینه فهم را باید بخشی از رویدادی دانست که در آن معنا رخ می‌دهد، رویدادی که در آن معنای همه گزاره‌ها - گزاره‌های هنر و سایر انواع سنت‌ها - شکل می‌گیرد و به فعلیت می‌رسد (گادامر، ۲۰۰۴: ۱۵۷).

۲-۱-۲- مدیتیشن، چن، ذن

مدیتیشن به در فرهنگ لغت انگلیسی به معنای اندیشه عمیق و مستمر و تمرکز در تفکر است. این واژه در آیین بودا «زن» است که واژه‌های ژاپنی می‌باشد و ترجمه واژه «چن» به چینی می‌باشد (احمدی و موحدیان عطار، ۱۳۹۴). مدیتیشن در سنت مسیحیان غربی پبه نوعی تمرین فعال که بر روی برخی از موضوعات خاص سنت مسیحی مثل تفکر به عذاب مسیح تمرکز دارد. حالتی از تمرکز که با آرامش روی واقعیت لحظه حاضر همراه است و حالتی که در آن، وقتی ذهن توانایی حل مسئله‌ای را ندارد و خالی از هرگونه تفکر است، تجربه می‌شود (اکبری و ناصری، ۱۳۹۵).

۲-۱-۳- مثبت اندیشی

مثبت اندیشی رویکردی تازه در روان‌شناسی است که با نگاهی خوش‌بینانه به طبیعت انسان و مطالعه فضایل و توانمندی‌های انسانی می‌پردازد (عظیم‌پور، ۱۳۸۶). هدف روانشناسی مثبت‌گرا تکمیل و گسترش روانشناسی مسئله محور است که در دهه‌های اخیر گسترش یافته است و یک ایده مهم از روانشناسی مثبت‌گرا این است که یکی از راه‌های حل مشکلات، شناسایی و استفاده از قدرت‌ها و دارایی‌های یک فرد است (پترسون و پارک، ۲۰۱۴). روانشناسی مثبت‌گرا به جای تمرکز بر آسیب‌شناسی، بر «مثبت‌ترین ویژگی‌های یک فرد شامل خوش‌بینی، شجاعت، اخلاق کاری، آینده‌نگری، مهارت بین فردی، ظرفیت لذت و بینش و مسئولیت اجتماعی» تأکید می‌کند. این نوع از روانشناسی بر روی «بهترین چیزهای زندگی» تمرکز می‌کند. روی «چیزی که زندگی را ارزشمندتر می‌کند» و این شامل مواردی مانند «رشد، تسلط، انگیزه و شخصیت‌سازی»، «قدرت انسانی»، «فضیلت مدنی» و «خانواده» می‌شود (پاولسکی، ۲۰۱۶).

۲-۱-۴- کیش‌ها و دین عامه

کیش با دین رسمی از بسیاری جهات تفاوت‌های مهمی دارد. در طبیعت کیش نهفته است که مدعی نوعی از دانش‌های رمز آلوده باشد، دانش‌هایی که برای مدت زمان طولانی نهان بوده‌اند (یا دین رسمی منکوبشان کرده بود) و اینک به ناگاه سرکوب شدن را برنناخته و قد علم می‌کنند. آدمی در درون کیش نو احساس می‌کند در حال کشف شیوه‌های جدیدی از رفتار است که نو و بدیع‌اند و در گذشته جزو تابوها و محرّمات بوده‌اند (بل، ۱۳۸۰: ۱۸۰). در این جنبش‌ها برای نخستین بار به جای سخن گفتن از زوال و افول دین، از «بازترکیب امر دینی» سخن گفته شد. در واقع، در اواخر دهه شصت میلادی که نظریه سکولاریزاسیون و غلبه آن بر جامع سیر نزولی به خود گرفت؛ به جای به حاشیه کشیده شدن دین و حذف آن در دنیای مدرن بر بازترکیب امر دینی تأکید شد (باستانی، شریعتی و خسروی، ۱۳۸۸). در این زمینه می‌توان دین عامه را نوعی دین دانست که بر اساس آن سوژه‌های اجتماعی در پاسخ به ناملایمات زندگی خویش به آن رجوع می‌کنند و از این‌رو این عاملان اجتماعی نگرشی ابزارگرایانه نسبت به دین عامه دارند. اعمال و کردارهای برخاسته از دین عامه در بین کنشگران آن، میانجی بین محدودیت‌های عینی زندگی اجتماعی و انتظارات ذهنی آنان است، میانجی‌ای جهت برآوردن امکانات عینی نوینی برای مواجهه با مسائل زندگی روزمره کنشگران. در این

معنا، دین عامه یکی از گونه‌های غیررسمی دین‌داری در پیوند با امور غیر دینی در جامعه می‌باشد. به عبارت دیگر دین عامه «وجوه غیر بازاندیشانه عقاید و کردارها معمولی در بین کنشگران است که جهت‌گیری آن معطوف به فرارفتن از اینجا و اکنون دارد؛ گونه‌ای از استعلائی روزمره که کنشگران دین عامه با آن زندگی خویش را سازمان می‌دهند» (خالق‌پناه و همکاران، ۱۳۹۴).

۲-۲- مرور نظری

استارک و بین ریچ بر این باور بودند که دین اساساً کوششی است برای برآوردن آرزوها یا به دست آوردن پاداش‌ها (همیلتون، ۱۴۰۲: ۳۱۰). منظور استارک و بین ریچ از پاداش‌ها، نیروهایی‌اند که به اعتقاد انسان‌ها در فراسو و بیرون از طبیعت جای دارند و می‌توانند نیروهای مادی و طبیعی را دفع کنند. پاداش‌ها همیشه به دست آوردنی نیستند، نمونه این نوع پاداش‌های دسترسی ناپذیر، آرزوی جاودانگی است. عدم قطعیت در دسترسی به این هدف، باعث می‌شود انسان، جبران‌کننده‌هایی را برای آن اختراع کند که اعتبار آن‌ها را نمی‌توان به صورت تجربی تعیین کرد، بلکه آن را باید با ایمان پذیرفت (همیلتون، ۱۴۰۲: ۳۱۱). از نظر آن‌ها، این جبران‌کننده‌ها ماهیتی جادویی دارند. آن‌ها بسیاری از صورت‌های جادویی را تشخیص می‌دهند که در جوامع غربی عقل‌گرا و فنی رواج دارند. این جادوها غالباً بر افکار به ظاهر علمی استوارند، اما برای تأیید آن‌ها هیچ‌گونه شواهد علمی ارائه نمی‌شود. این جادوها همان چیزهایی را در برمی‌گیرند که استارک و بین ریچ آن‌ها را شبه علم و شبه درمان می‌نامند (همیلتون، ۱۴۰۲: ۳۱۲-۳۱۳). از نظر آن‌ها با پیچیده‌تر شدن فرهنگ خدایان بر جنبه‌های گوناگون زندگی بیش از پیش تسلط می‌یابند و پاداش‌ها و جبران‌کننده‌های بزرگتری را ارائه می‌کنند. نتیجه این فرایند آن است که به تدریج خدایان کمتری با قدرت نفوذ بیش از پیش گسترده‌تر مورد پرستش قرار می‌گیرند (همیلتون، ۱۴۰۲: ۳۱۶). برگر (۱۹۷۳) نیز استدلال می‌کند جامعه یک پدیده دیالکتیکی است، زیرا هم یک محصول انسانی و هم واقعیتی خارج از انسان است که بر انسان‌های آفریننده این محصول تأثیر می‌گذارد. فرایندی که از طریق آن می‌توانیم به واسطه فعالیت ذهنی و جسمی جهان اجتماعی‌مان را بیافرینیم و در ضمن این جهان اجتماعی را چونان واقعیت خارجی و مستقل تجربه کنیم و خودمان را شکل گرفته آن بیابیم؛ فرایندی است که طی آن نظامی معنی‌دار بر تجربه ما حاکم می‌شود. برگر این نظم معنی‌دار را «نوموس»

(معنای نظم اجتماعی ای که محصول وجود انسانی است) می‌نامد. نوموس یک فرآورده اجتماعی است و به صورت اجتماعی ساخته می‌شود. جدایی از جامعه، حس نظم را در انسان تضعیف می‌کند و در نتیجه تجربه زندگی آن‌ها نابسامان می‌شود و حالت بی‌هنجار پیدا می‌کند. نوموس سپری در برابر آن قضایی است که جهان را به بی‌نظمی و بی‌معنایی تهدید می‌کنند. نوموس از طریق دین خصلت مقدسی می‌یابد و به عالم مقدس تبدیل می‌شود. نوموس، برای این مقدس است که اسرارآمیز و بسیار نیرومند انگاشته می‌شود (همیلتون، ۱۴۰۲: ۲۷۲-۲۷۳). از این منظر «دین اقدامی انسانی است که بر اساس آن نظامی مقدس ایجاد می‌شود. به بیانی دیگر دین نظم بخشیدن به شیوه‌ای مقدس است و مراد از مقدس در این جا ویژگی و کیفیت نوعی قدرت رازآلود و مهیب است؛ قدرتی غیر از انسان و در عین حال مرتبط با او (کنت تامسون و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۹). دین حضور هستی‌ها و نیروهایی را که نسبت به جهان انسانی بیگانه‌اند در واقعیت مفروض می‌گیرد به بیان دیگر دین با قرار دادن موجودی بیگانه در برابر انسان، مستعد آن است که انسان را از خودش بیگانه کند (برگر، ۱۴۰۲: ۱۶). در حالت بیگانگی فرد با جهان اجتماعی و خود اجتماعی شده به مثابه واقعیت‌مندی‌های سخت شبیه واقعیت‌مندی‌های طبیعت مواجه می‌شود و فراموش می‌کند که این جهان با مشارکت او تولید شده است (برگر، ۱۴۰۲: ۱۵).

از نظر برگر، هویت مدرن به طرز عجیبی تفکیک شده است. چندگانگی‌های جهان اجتماعی در جامعه مدرن موجب شده است تا ساختارهای هر یک از این جهان‌ها، ناپایدار و نامطمئن‌تر تجربه شوند، چراکه در جوامع پیشامدرن فرد در جهانی بسیار هماهنگ‌تر زیست می‌کرد. بر این اساس چنین جهانی برای فرد سنتی ثابت و مقدر می‌نمود. برعکس، تجربه انسان مدرن از کثرت جهان‌های اجتماعی، هر یک از این جهان‌ها را برای کنشگر نسبی می‌سازد. در نتیجه، فرد نظم نهادی بخشی از واقعیت را از دست می‌دهد. به بیان دیگر، تجربه فرد از خودش برایش واقعی‌تر از تجربه‌اش درباره جهان عینی می‌شود. چندگانه شدن زیست جهان‌های اجتماعی تأثیر عمده‌ای در حوزه دین دارد. اینجاست که از نظر برگر، چندگانگی تأثیری دنیوی‌کننده به همراه دارد و مشهورترین پیامد این تحول به لحاظ نهادی، «خصوصی شدن» دین است. (امینی، تاج‌الدین، نجاتی حسینی، ۱۳۹۹).

وبر، سرچشمه باورداشتهای دینی را در این قضیه جست‌وجو کرد که دین، اساساً پاسخی است به دشواری‌ها و بی‌عدالتی‌های زندگی و می‌کوشد تا این ناکامی‌ها را توجیه کند و در

نتیجه انسان‌ها را قادر به کنار آمدن با آن‌ها می‌کند و در برابر این مشکلات به آن‌ها اعتماد به نفس می‌بخشد (همیلتون، ۱۴۰۲: ۲۳۴-۲۳۵). وی بین دین «سنتی» و دین «عقلانی شده» تمایز می‌نهد. دین‌های سنتی انواع پدیده‌های مقدسی را در برمی‌گیرند که به‌گونه‌ای بسیار عینی تعریف شده‌اند، ولی سامان‌چندان استواری ندارند. از سوی دیگر، دین‌های عقلانی شده انتزاعی‌ترند، انسجام منطقی‌تری دارند و با عبارت‌پردازی کلی‌تری بیان می‌شوند (گیرتس، ۱۳۹۹: ۲۲۷-۲۳۰). وبر با باور به اینکه این منافع است که هماهنگ با شرایط موقعیتی، رفتار انسان را تعیین می‌کند و نه ایده‌ها به مارکس نزدیک شد. اما وبر برخلاف مارکس معتقد بود که نه تنها منافع اقتصادی به این شیوه عمل می‌کند، بلکه منفعی که با منزلت دینی افراد ارتباط دارند نیز می‌توانند این‌گونه عمل کنند (کنت تامسون و دیگران، ۱۳۹۵: ۶۷). از نظر وبر نه افکار، بلکه علایق مادی و آرمانی‌اند که بر رفتار انسان‌ها مستقیماً تسلط دارند. این‌که یک شخص از چه چیز و برای چه خواستار رهایی می‌شود و چگونه می‌تواند رهایی یابد، بستگی به تصویرش از جهان دارد. این امر به آن معناست که شخص می‌تواند منافعی را به صورت‌های گوناگون برآورده کند. این‌که چگونه می‌توان یک مسئله را حل کرد، بستگی به تصویر شخص از جهان دارد. وبر همچنین می‌گوید، تصویرهای جهان‌آفریده افکارند (همیلتون، ۱۴۰۲: ۲۴۲). از دیدگاه دورکیم نیز «[دین] نظام یکپارچه‌ای از اعتقادات و اعمال مرتبط با امور مقدس [است]؛ یعنی اموری که حرمت یافته و ممنوعه‌اند - اعتقادات و اعمالی که همه کسانی را که به آن‌ها عمل می‌کنند، در ضمن یک اجتماعی اخلاقی موسوم به کلیسا باهم متحد می‌کند» (کنت تامسون و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۷). از نظر وی دین و دیگر صور معنوی امری به حد اعلا اجتماعی هستند. تصورات آن‌ها نیز تصوراتی جمعی است که بیانگر واقعیت‌های اجتماعی است. مناسک دینی شیوه‌هایی عملی هستند که فقط در درون گروه‌های گرد هم آمده پیدا می‌شوند و هدف از آن‌ها برانگیختن، زنده نگاه‌داشتن و یا بازسازی برخی حالت‌های ذهنی گروه‌ها است. حال اگر مقولات فکر هم، دینی باشند پس می‌بایست از طبیعت مشترک در همه امور واقعی دینی بهره‌ای داشته باشند: مقولات می‌بایست چیزهای اجتماعی باشند، فراورده‌های اندیشه جمعی (دورکیم، ۱۴۰۰: ۱۳). به نظر دورکیم، دین نه یک توهم است و نه یک چیز اساساً ساختگی. وقتی مؤمنان این اعتقاد را پیدا می‌کنند که وابسته و مطیع یک قدرت خارجی‌اند که همه چیزهای فی‌نفسه خویشان را از او دارند، درواقع فریب نخورده‌اند. «این قدرت درواقع وجود دارد و آن همان جامعه است» (همیلتون، ۱۴۰۲: ۱۷۶).

۲-۳- مرور تجربی

هوشمند خوی و حمیدیه (۱۳۹۹) با بررسی صفحات اینستاگرامی به این نتیجه رسیدند که جوامع امروزی خواهناخواه در معرض شرایطی قرار دارند که به واسطه فرایند پیچیده جهانی شدن پدیدار گشته و ساحت‌های گوناگون آن‌ها اعم از اقتصاد، فرهنگ و سیاست متأثر از آن است. در این زمینه برخی از جنبش‌های نوپدید دینی ژاپنی در عصر پساآئومی (نظیر کagamیکیو)، نه تنها جویای توأمان هویت جهانی و هویت محلی‌اند، بلکه با ظاهرشدن در کسوت نوعی فرا-دین جهانی، خود را با اقتضائات برآمده از جهانی شدن تطبیق داده‌اند و معطوف به هر دو امر دینی و امر سکولار در عرصه‌های محلی و جهانی شده‌اند. ذکائی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که تفاوت نسل‌ها در فرایند اجتماعی شدن (مجازی و غیرمجازی)، ممکن است موجب شکل‌گیری معناها و ابژه‌های معنا بخش متفاوتی شود. یافته‌ها نشان داد که محدودیت‌های جهان عینی از یک طرف و فانتزی‌های فضای مجازی از طرف دیگر، سوژه‌های جوان را به سمت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نهایتاً به «مجازی شدن کنش» رهنمون می‌کند. همچنین یافته‌های پژوهش نوربخش و جعفری کافی آباد (۱۳۹۶) نشان داد که در میان دانشجویان مورد مطالعه، چهار عنوان کلی منکران و لادری‌ها و معترفان و کل-گرایان دینی را مشاهده کرد. در هر کدام از این دسته‌ها، بسته به زمینه شکل‌گیری تجاربشان، استراتژی‌های متفاوتی را برای سامان دادن به زندگی عملی خویش اتخاذ می‌کنند. استراتژی‌های مختلف افراد ذیل عناوین «کناره‌گیری و خودآیینی» و «بی‌اعتنایی و التزام‌گزینشی» و «تحکیم و تقویت» و «خودآیینی مسئولیت‌گریز» و «بازتعریف دین در چارچوب عرف» و «بازتعریف دین در چارچوب تأمین آرامش» صورت‌بندی و معرفی شده‌اند. باستانی، شریعتی و خسروی (۱۳۸۸) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بسیاری از ارکان و کارکردهای دین‌داری از جمله تجربه «احساس معنوی و مذهبی»، «باور» و «آیین» را فارغ از محدودیت‌های رفتارهای مذهبی مرسوم، برای پیروان خود به همراه می‌آورند. آن‌ها در عین حال با تأکید بر «خود» و لزوم «خودشناسی» و «خودباوری» در کنار «اصول اخلاقی» آموزه‌هایشان را به صورت مجموع‌های تلفیقی و ترکیب شده از علوم و ادیان مختلف، دقیقاً مطابق با آنچه پیروانشان احتیاج دارند که همانا رسیدن به «درکی متفاوت از مسائل زندگی»، «پیشرفت و موفقیت»، «شادی و خوشبختی» و در نهایت «تکامل و تعالی شخصی» است؛ ارائه می‌دهند. در نهایت مهم‌ترین ویژگی‌های آموزه‌ها و فضای این جوامع را در یک جمع‌بندی کلی

می‌توان «تجربه معنوی و احساس دینی»، «باورها و اعتقادات جدید»، «تأثیرگذاری زیاد آیین‌ها»، «تقویت اصول اخلاقی»، «گام برداشتن در مسیر خوشبختی به جای راه نجات و رستگاری»، «توجه به خود در کنار خدا و یا به جای آن»، «درهم‌آمیختگی، تلفیقی و ترکیبی بودن آموزه‌ها و آیین‌ها» و «سیالیتی که هر لحظه قابل تغییر است» معرفی کرد. یافته‌های هاینز، مالگرو، د رگت و لاول (۲۰۲۱) نشان داد که «بدن یوگا» معمولی در اینستاگرام مطابق با ایده‌آل جوان، لاغر/ورزشی تلقی می‌شود و یوگا به‌عنوان یک تمرین فیزیکی فراگیر که می‌تواند برای زنان در سنین مختلف، تیپ‌های بدنی و بدن متفاوت باشد، نشان داده نمی‌شود. علاوه بر این ادواردو کارینی (۲۰۱۹) نشان داد که فناوری‌های جدید به شکل‌گیری جوامع فراملی کمک می‌کنند، بر اساس نتایج این فناوری‌ها روش‌های جدیدی را برای تصور جوامع مبتنی بر قرابت‌های مذهبی ایجاد می‌کنند و هویت‌های جمعی را تولید می‌کنند که از قلمرو و موانع ملی فراتر می‌روند. بر اساس نتایج انحلال محدودیت‌های فضا-زمان این امکان را فراهم می‌آورد که حضور مقدس استاد تقریباً در هر مکانی قرار گیرد؛ حوزه خانگی را به فضای عبادت تبدیل کند. بر این اساس امر مقدس از طریق جریان‌های ارتباطی که از طریق شبکه‌های دیجیتال در گردش است، شناخته شده، تجربه می‌شود و دائماً دوباره کار می‌شود. علاوه بر این یافته‌های کاء بوکانز (۲۰۱۹) نشان داد که معنویت در اینستاگرام منجر به فراخوانی جمعی برای یکپارچگی در این فرایند است که این امر، منجر به عمیق‌تر شدن فرآیند فردیت، و پذیرش این نکته است که انسان‌ها موجوداتی مبتنی بر دل‌بستگی هستند که این دل‌بستگی‌ها آسیب‌پذیری، ارتباط و خودنمایی آن‌ها را افزایش می‌دهد. بیلگه گولگی (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسید که سه انگیزه اصلی دیده شدن، نمایش خلاقیت آنلاین و ارائه راهنمایی به دنبال‌کنندگان خود برای خودشکوفایی در میان کاربران اینستاگرام وجود دارد. علاوه بر این مالنوویچ (۲۰۱۶) در پژوهشی نشان داد که گسترش بازار یوگا از طریق ظهور و ترویج فعالیت‌های مختلف که به عنوان تمرین یوگا ارائه می‌شود، منجر به صنعتی شدن یوگا شده است. بر این اساس تا زمانی که مدل اقتصادی مدرن وجود داشته باشد، یوگا تنها یکی از محصولات ارائه شده در بازار خواهد بود که از طریق رسانه‌هایی به فروش می‌رسد که خود با همان مدل بازاریابی عمل می‌کنند. همچنین پوستین و روتانیمی (۲۰۱۵) در پژوهشی نشان دادند که ظاهر، تندرستی و سلامتی مهم‌ترین نقاط فروش یوگا هستند، درحالی‌که معنویت به عنوان ابزاری متمایزکننده و ابزاری برای ساختن هویت مصرف‌کننده مرتبط با ارزش‌های

«معنوی» استفاده می‌شود. در این زمینه یافته‌های گای ردن (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که جنبش‌های دینی نوظهور نه تنها ما را به بازنگری در چارچوب‌هایی که دین از طریق آن مفهوم‌سازی شده است، به چالش می‌کشند، بلکه آن‌ها امکانات متعددی را برای بررسی امر مقدس در پرتو زندگی روزمره فراهم می‌کنند.

۳- روش تحقیق

مطالعه حاضر با استفاده از روش کیفی و به شیوه پدیدارشناسی تفسیری به شیوه گادامری انجام شد. در این معنا پدیدارشناسی نیز یک روش تحقیق عملی است و به عنوان یک روش، هم فرآیند تفسیر و هم توصیف یک پدیده را شامل می‌شود (ون مانن، ۲۰۱۴). پدیدارشناسی به عنوان یک روش برای پروژه ما سودمند بود زیرا روش کاهش به ما این امکان را می‌داد که تجربیات زیسته شرکت‌کنندگان خود را واضح‌تر ببینیم و تفسیر کنیم (ستراندمارک، ۲۰۱۵). به جای دیدن و تفسیر از ایده‌ها یا مفروضات از پیش ساخته شده خود. با بازماندن و پاسخگویی به این تجربیات سرشار از زندگی و همچنین معانی تجربی زیربنایی آن‌ها (فینلی، ۲۰۰۹)، می‌توانیم آن‌ها را به طور خلاصه‌تر تفسیر و توصیف کنیم (خان، ۲۰۱۴؛ ون مانن، ۲۰۱۴). در این روش پژوهشگر با تکیه بر معانی تاریخی تجربه و تأثیرات انباشتی و تکوینی‌شان روی سطوح فردی و اجتماعی متمرکز است. پدیدارشناسی مطالعه‌ی تجربه است آن‌گونه که زیسته شده و درون آگاهی ساخت یافته است (خالق پناه، ۱۳۹۹). از این منظر هرمنوتیک باید از این موضع شروع شود که فردی که به دنبال درک چیزی است با موضوعی که از طریق متن سنتی به زبان می‌آید پیوند دارد و با سنتی که متن از آن صحبت می‌کند، ارتباط دارد یا کسب می‌کند. از سوی دیگر، آگاهی هرمنوتیکی می‌داند که پیوندش با این موضوع، مانند جریان ناگسستنی سنت، شامل یک اتفاق بدیهی و بدون تردید نیست. کار هرمنوتیکی مبتنی بر قطبی از آشنایی و غریبگی است. این در بازی بین غریبی و آشنایی متن سنتی برای ما، جایگاه واقعی هرمنوتیک در بین این‌ها که یک شیء مورد نظر تاریخی و دور افتاده و یا متعلق به یک سنت است؛ قرار دارد. با توجه به موقعیت میانی که هرمنوتیک در آن عمل می‌کند، نتیجه می‌شود که کار آن توسعه رویه‌ای از فهم نیست، بلکه روشن ساختن شرایطی است که درک در آن صورت می‌گیرد. اما این شرایط به منزله «رویه» یا روشی نیست که مفسر باید خود آن را بر متن اعمال کند. بلکه باید داده شوند. پیش‌داوری‌ها و پیش‌داوری‌هایی که آگاهی مترجم را اشغال می‌کند در اختیار او نیست. او نمی‌تواند

پیش‌داوری‌های مولد را که امکان درک را فراهم می‌کند از پیش‌داوری‌هایی که مانع آن شده و منجر به سوء تفاهم می‌شود، جدا کند. این مسئله نشان‌دهنده تفاوت غیر قابل جبران بین مفسر و نویسنده‌ای است که با فاصله تاریخی از او قرار دارد. هر عصری باید یک متن منتقل شده را به روش خود درک کند، زیرا متن متعلق به کل سنتی است که محتوای آن به عصر خاصی تعلق دارد و در آن به دنبال درک خود است. معنای واقعی یک متن، همان‌طور که با مفسر صحبت می‌کند، به احتمالات نویسنده و مخاطب اصلی او بستگی ندارد. مطمئناً با آن‌ها یکسان نیست، زیرا همیشه با موقعیت تاریخی مفسر و از این‌رو با کلیت جریان عینی تاریخ هم تعیین می‌شود. به همین دلیل است که درک صرفاً یک فعالیت زایشی نیست، بلکه همیشه یک فعالیت تولیدی نیز هست. شاید درست نباشد که از این عنصر مولد در فهم به عنوان «درک بهتر» یاد کنیم. درک، در واقع درک بهتر نیست، چه به معنای دانش برتر از موضوع به دلیل ایده‌های واضح‌تر و چه به معنای برتری اساسی تولید خودآگاه بر ناخودآگاه. همین بس که بگوییم جور دیگری می‌فهمیم، اگر اصلاً بفهمیم (گادامر، ۲۰۰۴: ۲۹۴-۲۹۶).

در این زمینه هدف اصلی محققان رویکرد تفسیری ارائه روایت‌های روشن، جزئی، دقیق و غنی همراه با جزئیات از تجربیات اول‌شخص پاسخگویان است. هدف از پدیدارشناسی تفسیری مطالعه پدیده‌ها یا تجارب انسانی در زندگی روزمره است و طی آن پیش‌زمینه زیست جهان افراد شرکت‌کننده در تحقیق، از طریق طرح سؤالاتی در مورد ادراکات ذهنی آن‌ها مورد پژوهش قرار می‌گیرد. در این روش پژوهشگر با فهم «تجارب زنده»، پدیدارشناسی را به عنوان نوعی شیوه و رویه‌ای که مستلزم مطالعه تعداد اندکی از سوژه‌ها است و در آن با برقراری رابطه تنگاتنگ با مشارکت‌کنندگان، تلاش می‌کند «الگوها و روابط معنا» را شکل دهد (کرسول، ۱۳۹۴). ملاک‌های ورود نمونه به محقق شامل موارد زیر بود: تجربه حضور طولانی‌مدت در اینستاگرام (حداقل یک سال)، تمایل کاربران به انجام مصاحبه، دنبال کردن صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت. میدان مطالعه پژوهش حاضر شامل کلیه کاربرانی بود که صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت را در سال ۱۴۰۰-۱۴۰۲ دنبال کرده بودند. جهت دسترسی به میدان مطالعه پژوهش از ترکیبی از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند، در دسترس و گلوله برفی استفاده شد. انجام مصاحبه‌ها نیز تا رسیدن به نقطه اشباع نظری و مفهومی ادامه یافت که در این زمینه پژوهش پس از مصاحبه با ۱۹ نفر به اشباع نظری دست یافت و پس از آن مصاحبه‌ها دربردارنده نکات تازه‌ای نبودند و بنابراین انجام

مصاحبه‌های جدید متوقف شد. جهت گردآوری داده‌های پژوهش از روش مصاحبه عمقی نیمه ساختاریافته استفاده شد.

۴- یافته‌های پژوهش

در جریان مصاحبه با کاربران دنبال کننده صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت تعداد ۷۹ ریز مفهوم به دست آمد که پس از دسته‌بندی مفاهیم و یافتن مضمون‌های مشترک بین آن‌ها در نهایت تعداد ۷ مفهوم فرعی به دست آمد. در ارائه نمونه اظهارنظرهای مصاحبه‌شوندگان با توجه به اصول اخلاق پژوهش، اسامی حقیقی آن‌ها به کدهای دیگری (MA تا MS) که به این منظور طراحی شده‌اند، تغییر یافته است.

جدول ۱: اطلاعات عمومی به دست آمده از کاربران دنبال کننده صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت

کد کاربر	جنسیت	سن	تحصیلات	وضعیت تأهل	وضعیت سکونت	میان درآمد خانوادگی	مدت زمان دنبال کردن صفحات	دین و مذهب یا آیین مور علاقه	دین والدین
MA	مذکر	۲۲	دیپلم	مجرد	کردستان - کامیاران	۹ میلیون	۲-۳ سال	بودائیسیم - تائوئیسم - شینتوئیسم	اسلام سنی
MB	مؤنث	۳۰	لیسانس	مجرد	هرمزگان - قشم	۳۶ میلیون	۴ سال	اسلام سنی - بودائیسیم	اسلام سنی
MC	مؤنث	۳۳	دیپلم	مجرد	ترکیه - آنتالیا	۳۰ میلیون	۷ سال	اسلام شیعی - مسیحیت - زرتشتی - بودائیسیم - میترائیسیم - آتئیسم	اسلام شیعی
MD	مؤنث	۲۸	لیسانس	متاهل	مازندران - ساری	۲۰ میلیون	۳ سال	اسلام شیعی، بودائیسیم	اسلام شیعی
ME	مذکر	۴۰	لیسانس	متاهل	تهران - تهران	۳۰ میلیون	۴-۵ سال	ترکیبی از بودائیسیم و انسانیت واقعی	اسلام شیعی
MF	مذکر	۴۵	فوق دیپلم	متاهل	تهران - تهران	۱۰۰ میلیون	۴-۵ سال	اسلام شیعی و بودائیسیم	اسلام شیعی
MG	مؤنث	۲۸	لیسانس	متاهل	البرز - کرج	۳۵ میلیون	۳-۴ سال	اسلام شیعی	اسلام

کد کاربر	جنسیت	سن	تحصیلات	وضعیت تأهل	وضعیت سکونت	میزان درآمد حائز ادای	مدت زمان دنبال کردن صفحات	دین و مذهب یا آیین مور علاقه	دین والدین
						میلیون	سال	بودائیسیم، شینتوئیسیم	شیعی
MH	مذکر	۲۹	دیپلم	متاهل	کردستان- کامیاران	۱۵ میلیون	۶ سال	اسلام سنی	اسلام سنی
MI	مؤنث	۲۵	فوق لیسانس	مجرد	زنجان- زنجان	۱۰ میلیون	۳ سال	اسلام شیعی، بودائیسیم	اسلام شیعی
MJ	مذکر	۲۱	لیسانس	مجرد	کردستان- سندج	۱۲ میلیون	۲ سال	اسلام سنی، بودائیسیم، آگاهی کریشنا	اسلام سنی
MK	مؤنث	۱۹	لیسانس	مجرد	فارس- کازرون	۲۵ میلیون	۱-۲ سال	اسلام شیعی	اسلام شیعی
ML	مؤنث	۲۷	فوق لیسانس	مجرد	خراسان رضوی- درگز	۱۸ میلیون	۳-۴ سال	بودائیسیم، شینتوئیسیم، کنفوسیونیسیم، دانوئیسیم	اسلام شیعی
MM	مذکر	۲۶	لیسانس	مجرد	کردستان- کامیاران	۲۰ میلیون	۴ سال	بودائیسیم- تائوئیسیم- کنفوسیونیسیم	اسلام سنی
MN	مذکر	۳۳	فوق لیسانس	مجرد	تهران- تهران	۲۵ میلیون	۷ سال	اسلام شیعی، بودیسیم	اسلام شیعی
MO	مؤنث	۳۰	دیپلم	متاهل	اصفهان- فریدون- شهر	۴۰ میلیون	۲ سال	اسلام شیعی	اسلام شیعی
MP	مؤنث	۳۲	دیپلم	متاهل	ایلام- سراب باغ	۱۲ میلیون	۴ سال	اسلام شیعی- بودائیسیم	اسلام شیعی
MQ	مؤنث	۲۲	لیسانس	مجرد	چهارمحال- لردگان	۳۰ میلیون	۳ سال	اسلام شیعی، بودائیسیم	اسلام شیعی
MR	مؤنث	۲۵	لیسانس	مجرد	یزد- یزد	۵۰ میلیون	۵ سال	هندوئیسیم، بودائیسیم	اسلام شیعی
MS	مؤنث	۲۰	دیپلم	مجرد	گلستان- گرگان	۲۰ میلیون	۳ سال	بودائیسیم- شینتوئیسیم- آگاهی کریشن	اسلام شیعی

۴-۱- مقوله اصلی: فردانی شدن معنویت در راستای بیگانگی از جامعه

مفهوم اصلی به دست آمده از مصاحبه با کاربران دنبال کننده صفحات اینستاگرامی «فردانی شدن معنویت در راستای بیگانگی فرد از جامعه» بود که شامل مقوله‌های «خودآیینی شدن

معنویت»، «فتیشیسم شخصی»، «محوریت تجارب مانایی از خود»، «طرد و ارجحیت خود بر دیگری»، «برساخت ادبیات آیینی مختص به خود»، «ادغام موقتی و دلبخواهی»، «خود نظمی در قاعده معنوی» است. در رابطه با یافته‌های به دست آمده می‌توان گفت که در چرخش آیینی که با خصوصی شدن معنویت همراه شد؛ کاربران با ایجاد فضای معنوی مختص به خویش و تفاسیر شخصی از جملات و تصاویری که در صفحات اینستاگرامی می‌بینند، احکام اخلاقی، آیینی و معنوی خویش را بر می‌سازند. بر این اساس، فرد احساسی توأم با امکان قدسی شدن نسبت به خود پیدا می‌کند. به صورتی که فرد مذکور توانایی دخالت در برخی وقایع جهان واقعی را پیدا می‌کند. در این زمینه بسیاری از مصاحبه‌شوندگان، در عین حالی که نسبت به خویشتن احساسی از توانمندی پیدا می‌کنند؛ نسبت به دیگران حسی از بیگانگی را می‌یابند. از نظر کاربران فرد تنها باید بر خودش تکیه کند و خویشتن فرد، نزدیک‌ترین دوستی است که در همه شرایط باید به آن رجوع کنند. کاربران از ابزارها و وسایل مختلفی از قبیل مجسمه بودا، سنگ‌های انرژی‌بخش، خالکوبی شمایل مقدس و ... در جهت بهبود وضعیت معنوی خود بهره می‌گیرند و از قواعد مختص به خود در معنا دهی به زندگی، انجام مدیتیشن، شیوه‌های موفق شدن یا چگونگی مثبت‌اندیشی استفاده می‌کنند، قواعدی که بیشتر از آنکه جمعی باشد، بر فردانیت آن‌ها استوار است. این کاربران فضاهای دوستی مختص به خود را هم دارند. در این جمع‌ها واژه‌ها و مفاهیم خاصی به کار گرفته می‌شود که در حکم نوعی میدان مفهومی متفاوت با جامعه بیرونی عمل می‌کند و آن‌ها را از دیگر افراد متمایز می‌سازد.

جدول ۲: مفاهیم فردانی شدن معنویت در راستای بیگانگی فرد از جامعه

مفهوم اصلی	مفاهیم فرعی	ریز مفاهیمها
فردانی شدن معنویت در راستای بیگانگی فرد از جامعه	خودآیینی شدن معنویت	محوری شدن خود در اندیشه معنوی، تفاسیر شخصی از شیوه‌های معنوی شدن، ایجاد فضای معنوی مختص به خود، خودمحور بودن معنویت، شخصی شدن مناسک، ایجاد فضای معنوی مختص به خود، استفاده از انواع مختلف مدیتیشن به شیوه‌های خاص شخصی، بهره‌گیری از شیوه‌های خاص، آزاد بودن فرد در انتخاب شیوه معنوی شدن، شخصی بودن معنویت بدون اصول و قواعد خاص،
	فتیشیسم شخصی	استفاده از مجسمه بودا، استفاده از مهره‌های مختص چاکرا، استفاده از تسیح‌های منقش به بودا، استفاده از سنگ‌های مختص معنوی، بهره‌گیری از عود در هنگام مدیتیشن، خالکوبی کردن اشکال اسطوره‌ای بر بدن، شمع در حکم منبع نور بودا، استفاده از دوا، بهره‌گیری از کاسه تبتی، استفاده از تصاویر آب، استفاده از صدف، استفاده از آکواریوم،

مفهوم اصلی	مفاهیم فرعی	ریز مفاهیمها
		استفاده از قطعات چوبی آیینی،
	محوریت تجارب مانایی از خود	توانایی تأثیرگذاری بر کل جهان، توانایی بهبود وضعیت آب‌وهوا، توانایی ذهن‌خوانی، پتانسیل برای غلبه بر مرگ، از بین بردن فقر، توانایی پیشگویی کردن، توانایی ارتباط برقرار کردن با حیوانات، توانایی فراتر رفتن از کیهان، توانایی مهار نیروهای بد، دستیابی به جاودانگی روحی، توانایی تأثیرگذاری بر آتش‌سوزی جنگل
	طرد و ارجحیت خود بر دیگری	تنها دوست انسان خود اوست، خود در حکم منبع الهام، لزوم ایمان داشتن به خود تحت هر شرایطی، لزوم دوست داشتن خود و اهمیت وافر دادن به معناهای وجودی، لزوم تکیه داشتن به خود در هر شرایطی، لزوم داشتن دیدگاه مثبت به خود، خواست بهترین چیزها برای خود، منفی بودن فضای جمع‌های دوستانه به غیر از فضای دوستانه خود، وجود افراد انرژی‌خوار فراوان در جامعه، دوری از افرادی که به مدیتیشن باور ندارند، انرژی‌خوار بودن خانواده، انرژی‌خوار بودن دوستان سابق، کنار گذاشتن دوستان سال‌های گذشته، منفی بودن فضای جمع‌های خانوادگی، منفی بودن فامیل، کنار گذاشتن رفاقت، تکیه کردن بر خود و طرد بقیه، ترجیح خواسته‌های خود بر دیگران، تکیه بر نیازهای خویش، اولویت خواسته‌های مادی و معنوی خویش در زندگی، ذکر جملاتی مبتنی بر لیاقت و شایستگی خود در همه زمینه‌ها، مهم بودن نفس خویش، مهم‌ترین اولویت زندگی نیازها و خواسته‌های فردی،
	برساخت ادبیات آیینی مختص به خود	ایجاد فضای مفهومی خاص خود، به کار بردن زبان مختص به خودمان، ایجاد مفاهیم مختص به خود، به‌کارگیری واژگان نامفهوم حتی برای خود آن‌ها، فضای مفهومی در هم به‌کارگیری مفاهیم اختصاصی، برساخت مبانی فکری شخصی از جامعه، وام‌گیری مبانی دینی در جهت ساخت آیین شخصی، طرد و کنار گذاشتن افکار سنتی جامعه، تصور جدا بودن اندیشه شخصی از اندیشه‌های رایج اجتماعی
	ادغام موقتی و دلخواهی	جمع‌های دوستانه و فضاهای دوستی به عنوان محلی برای انجام امور معنوی، مدیتیشن و ...، القای حس کلان‌شدگی در فضاهای متکی بر جمع دوستی، دلخواه بودن انتخاب گروه در فضای مجازی و عضویت موقت در آن، عضویت در گروه‌های دوستی در مکان‌های خاص، مکانمند بودن عضویت در گروه،
	خود نظمی در قاعده معنوی	التزام به منظم بودن مکان انجام مدیتیشن، التزام به دگرگونی نظم در ماه‌ها و فصل‌های مختلف سال در انجام مدیتیشن، التزام به رنگ‌آمیزی منظم محل انجام مدیتیشن، دوش گرفتن قبل از انجام مدیتیشن، منظم بودن وضعیت ظاهری در هنگام انجام مدیتیشن، رعایت کوچک‌ترین جزئیات برای دستیابی به موفقیت در هنگام مدیتیشن، لزوم رعایت نظم در چیدمان وسایل منزل برای فنگ‌شویی موفق،

در ادامه این بخش موارد مذکور به صورت مشروح‌تری به بحث گذاشته خواهد شد.

۴-۱-۱- مفهوم فرعی اول: خودآیینی شدن معنویت

یافته‌های بدست آمده از مصاحبه با کاربران نشان داد که صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت منجر به خودآیینی شدن معنویت در میان کاربران به شیوه آنلاین شده‌اند. کاربران به واسطه محتواهای آنلاین خلیات، رفتار و جهان‌بینی خود را مورد بازنگری قرار می‌دادند و پس از مراجعه به محیط اجتماعی واقعی و در بستر تعاملات شخصی این خلیات، رفتار و جهان‌بینی را مورد بازنگری مجدد قرار می‌دادند. هسته مرکزی این بازنگری و بر ساخت معنوی تنها به واسطه قرائت نهایی کاربران و از فیلتر ذهنیت و اعمال و کردار آنها در محیط آنلاین می‌گذشت. امری که می‌توان آن را در راستای خودآیینی شدن معنویت قلمداد کرد. در این مرکزی شدن خود، اغلب کاربران بر این باور بودند که باید فضای معنوی مختص به خود را ایجاد کنند، به این صورت که اعمال و مناسک معنوی از حالت جمعی خارج و به صورت شخصی مورد تفسیر قرار می‌گیرند. کاربران مناسک شخصی مختص به خود را داشتند و هر کاربر می‌تواند شیوه‌های معنوی خاص خود را در اجرای مراسم یا مناسک آیینی داشته باشد، شیوه‌هایی که بنا به شرایط زیسته کاربران، اندیشه آنها یا حالات خلقی و رفتاری آنها تغییر می‌کند. در این شیوه زیستی مناسک از حالت قدسی، آسمانی و الهی و جمعی خود خارج و به مناسکی شخصی و عرفی بدل شده است که هر کس توانایی تفسیر امور نیک و بد زندگی خویش را دارد. اغلب کاربران در این دیدگاه با محوری کردن خویش در اندیشه معنوی و محوریت خود در معنویت بر آزاد بودن فرد از قیدوبند آیین‌های جمعی تأکید می‌کنند و آیینی بر محور خود (فردیت یافتگی معنویت) جایگزین آن می‌کنند. از نظر کاربران هیچ الزامی در قواعد معنوی وجود ندارد و از این‌رو با شکل‌های مختلفی از مدیتیشن سعی در ایجاد حالات معنوی برای خویش داشتند. در این زمینه اغلب آن‌ها تجارب معنوی خود را نیز به شیوه شخصی تفسیر می‌کردند و معنویت در نظر آن‌ها معانی متفاوتی داشت.

مصاحبه‌شونده‌ای با کد MR در این زمینه بیان نمود که: «دنیا باید طوری بشه که هرکسی بتونه خودش علاوه بر این که شیوه زندگی خودش رو تعیین کنه همه چیزهایی رو که برایش رخ میدن و تو زندگیش اتفاق میافتن یا قرار که اتفاق بیافته رو تفسیر کنه. مثل همین مثال هم ما باید بتونیم این که چطور به معنویت برسیم رو خودمون تعیین کنیم. باید فضای مخصوص معنوی خودمون رو خودمون ایجاد کنیم. یه چیز کاملاً شخصی شخصی». علاوه بر این مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد MG بیان کرد که: «سعی می‌کنم که الگویی رو که برای انجام

مدیتیشن در نظر می‌گیرم یه چیز مخصوص به من باشه که با روحیاتم هم هماهنگ باشه. نباید شیوه انجام مدیتیشن یه الگویی باشه که کسی برای تو تعیین کرده باشه، بلکه باید خودت اون رو تعیین کنی. هرکسی واسه آرامشش و معنوی شدن نیاز به چیزهایی داره که آرومش کنه تا مدیتیشن رو بهتر انجام بده».

۴-۱-۲- مفهوم فرعی دوم: فتیشیسم شخصی

یافته‌ها نشان داد که اغلب کاربران برای انجام مراقبه به وسایلی تکیه می‌کنند که احساس می‌کنند برای بهبود وضعیت معنوی آن‌ها مؤثر است. این وسایل که به نظر کاربران روح معنوی در آن‌ها نفوذ می‌کند، شکل مشخصی ندارد و از تسبیح و مجسمه بودا گرفته تا سنگ‌ها و مهره‌های مختص به چاکراها را در برمی‌گیرد. کاربران در زمینه به‌کارگیری وسایل معنوی محدودیت خاصی نداشتند، آداب، مراسم یا مناسک خاصی نیز برای به‌کارگیری این وسایل وجود ندارد و کاربران هرکدام به شیوه خاص خویش این وسایل را به کار می‌گرفتند؛ وسایلی که هاله‌ای قدسی را با خود دارند. در این زمینه به نظر می‌رسد که شیوه‌های معنا بخشی به وسایل نیز با تفاسیری شخصی از طرف کاربران همراه است و قواعد آیینی مشخصی در این زمینه وجود ندارد. کاربران در این زمینه از وسایل متعددی از قبیل مجسمه بودا، مهره‌های مختص چاکراها تسبیح‌های منقش به نقش بودا، خالکوبی و مواردی از این دست بهره می‌گرفتند. در ادامه بخش حاضر به برخی از مهم‌ترین مصاحبه‌ها اشاره شده است. کاربری با کد MA باور داشت که: «مجسمه بودا رو دارم که خیلی باهوش احساس نزدیکی دارم. انگار روح بودا تو وجود اون حلول کرده. وقتی هم مدیتیشن انجام میدم میدونم که این مجسمه بهم روحیه میده هرچند شاید به نظرتون عجیب برسه ولی واقعاً واسه من خیلی خوب بوده. وقتی مجسمه رو دارم بهم حس آرامش میده انگار خود بودا داره نجات میکنه». علاوه بر این کاربر دیگری نیز با کد ME اظهار نمود که: «واسه تقویت چاکراهای بدن ما میتونیم از سنگ‌های مخصوصی که تو طبیعت به این منظور وجود دارن، استفاده کنیم. میتونیم مثلاً سنگ‌های مخصوص که میتونه برای تقویت چاکرای ریشه یا مثلاً چاکرای چشم سوم هست رو روی بدنمون قرار بدیم به شکل دستبند در بیاریم و باعث تقویت اون چاکرا بشن».

۴-۱-۳- مفهوم فرعی سوم: محوریت تجارب مانایی از خود

یافته‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها نشان داد که اغلب کاربران تلاش در جهت معنوی شدن را تلاشی برای نزدیکی به امر مقدس می‌دانند تا به واسطه این نزدیکی از خصلت‌های مانایی امر مقدس بهره‌مند شوند. در این رابطه مانا خصلتی است که هر چیز لاهوتی را از چیزهای دیگر متمایز می‌کند. به گفته کودرینگتون «مانا همان چیزی است که با آن می‌توان آثاری برون از حد توان بشر عادی، خارج از فرایندهای طبیعت پدید آورد (دورکیم، ۱۴۰۰: ۸۵). در نظر دورکیم نیز مانا یک نیروست، نوعی تأثیر از سنخ غیر مادی و نوعی معنای فوق طبیعی است؛ لیکن آشکار شدن آن با نیروی جسمانی، یا از طریق هر نوع قدرت و برتری در اختیار آدمی است. مانا به هیچ‌وجه روی یک شی معین ثابت نیست؛ مانا می‌تواند روی همه انواع چیزها باشد...» (دورکیم، ۱۴۰۰: ۲۶۵). یافته‌ها نشان داد که اغلب مصاحبه‌شوندگان دستکم مواردی از این اتصال به امر مقدس را در تجارب خود عنوان می‌کنند. مواردی که آن‌ها توانایی‌های فرا انسانی می‌یابند. برخی از مصاحبه‌شوندگان به این مسئله باور داشتند که معنویت در درون خود آن‌ها است و دستیابی به تجارب مانایی نیز به واسطه خود آن‌ها امکان‌پذیر شده است، این معنوی شدن نه به واسطه نزدیکی با امر مقدس خارج از شخص، بلکه به واسطه معنوی شدن خود شخص (از درون) امکان‌پذیر گشته است. به عبارت دیگر نزد برخی از کاربران؛ حالت قدسی، راز آمیز، جمعی و قدرتمند تجارب مانایی که پیش از این در خارج از وجود آدمی قرار داشت، به تجاربی درونی و بر محور فرد استوار گشت. در این رابطه یکی از مصاحبه‌شوندگان با کد MJ اظهار نمود که: «اگر بتونیم ابعاد معنوی خودمون رو تقویت کنیم و مثلاً به کسانی مثل بودا تبدیل بشیم میتونیم حتی تو جریان طبیعت هم تأثیر بگذاریم. میتونیم به معنوی شدن بیشتر جامعه کمک کنیم، فقر رو از بین ببریم و زندگی درست‌تری رو تو جامعه به وجود بیاریم». علاوه بر این مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد ML بیان نمود که: «من الآن عضو گروهی هستم که همه باهم تو یک ساعت خاص برای مشکلات جهانی و برطرف کردن اونها مدیتیشن انجام میدیم و با فرستادن انرژی مثبت به اون مناطقی که احساس می‌کنیم لازم بهش کمک بشه، سعی می‌کنیم که کمک کنیم. ما انرژی می‌فرستیم و به نتایج اون دیگه خیلی فکر نمی‌کنیم. هرچند یکبار رو مثلاً یادم که برای آتیش‌سوزی استرالیا که یه آتیش-سوزی خیلی گسترده بود که مهارش هم حتی از کنترل خارج شده بود، با مدیتیشن انرژی مثبت فرستادیم و اون موقع بود که بارون اومد و آتیش‌سوزی هم شکر خدا مهار شد».

۴-۱-۴- مفهوم فرعی چهارم: طرد و ارجحیت خود بر دیگری

کاربران با محوری کردن نیازهای و خواسته‌های شخصی (چه مادی و چه معنوی) و انکار و طرد دیگری، نسبت به جامعه حسی از بیگانگی می‌یابند. دیگری که شامل دوستان قدیمی، آشنایان، جمع‌های دوستی محیط (چه دانشگاهی و چه در محیط شهری) و حتی اعضای خانواده در بین برخی از آنان شده است. این طرد به واسطه فرایندهایی رخ می‌دهد که در آن دستیابی به موفقیت (معنوی و مادی) وابسته به طرد دیگر افرادی است که افکار و اندیشه‌های معنوی و مادی شخص را قبول ندارند و نسبت به آن‌ها بدبین هستند. فردی که این شیوه از اندیشه را قبول دارد، افرادی را که نسبت به اندیشه‌های معنوی وی بدبین هستند؛ انرژی خوار تلقی می‌کند و از آن‌ها فاصله می‌گیرد، فاصله‌ای که به مرور به تمامی روابط فرد با جامعه بیرونی تسری می‌یابد و در نهایت فرد را به شخصی بیگانه نسبت به جامعه بدل می‌کند. کاربران با انتخاب و گزینش از بین محتواهای موجود در این صفحات اقدام به فاصله‌گذاری اجتماعی بین خود و دیگران می‌کنند و نسبت به جامعه حسی از بیگانگی می‌یابد. در این زمینه مصاحبه‌شونده‌ای با کد MS بیان نمود که: «ما باید به خودمون یه جورای ایمان داشته باشیم که بتونیم تو این شرایط آدم موفق باشیم. نباید با افرادی که به عقایدمون احترام نمی‌گذارن حتی سلام علیک داشته باشیم، چون خواسته‌ها و افکاری که من دارم رو معدودی از افراد مثل من دارن و من ترجیح می‌دم که اینجوری باقی بمونم، پس نباید با کسانی ارتباط بگیرم که با فکر هم‌هنگ نیستن، چون جلو موفقیت من رو می‌گیرن». مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد MH در این زمینه اعلام کرد که: «تا یه مدت من از بقیه افراد دوری می‌گرفتم، جوری که وقتی به یکی دست می‌دادم که انرژی خوار بود، از شدت درد فریاد می‌زدم و واقعاً بدنم درد می‌گرفت. این افراد منبع نور من رو از بین می‌بردن. شرایط جوری شد که من حتی وقتی برای انجام مدیتیشن به کلاس می‌رفتم از همه دوری می‌کردم و سعی می‌کردم جمعی که یک انرژی خوار در اون حضور داره ازش دوری کنم».

۴-۱-۵- مفهوم فرعی پنجم: بساخت ادبیات آیینی مختص به خود

مفاهیم معنوی متعددی در بین افرادی که صفحات مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت را دنبال می‌کردند، رواج داشت. این مفاهیم به عنوان مبنایی زبانی و گفتمانی منجر به خلق جماعت‌هایی در بستر فضای مجازی شده است که از زبان مشترکی نیز برخوردارند. این زبان جدید که

بر ترکیبی از مفاهیم اسطوره‌ای، سنتی، دینی و نوین استوار گردیده است، آگاهی‌های نوینی را در این صفحات اینستاگرامی خلق کرده است که جماعت دنبال کننده این صفحات با یادگیری آن‌ها و استفاده از این مفاهیم در تعاملات روزمره خود با دیگران آن‌ها را به کار می‌گرفتند. کاربران با کاربرد این مفاهیم، جهانی متفاوت برای خود می‌آفریدند، جهانی که به واسطه آن اتفاقات زندگی روزمره خود را تفسیر می‌کردند، روابطشان را با دیگران شکل می‌بخشیدند و به طور کلی با این مفاهیم زندگی می‌کردند. این زبان مفهومی به واژه‌های نامأنوسی مجهز است که درک معنای این مفاهیم احتیاج به درون‌نگری و توضیح و تفسیر این اصطلاحات دارد. به نظر می‌رسد این شکل از زبان در پی جداسازی، شکل‌دهی و برساخت زبانی است که به واسطه آن معناهای نوینی در بین این جماعت ایجاد شود. زبانی که واژه‌های مختص به خود را دارد و مفاهیم آن در گذر زمان با وام‌گیری از اسطوره‌ها، آیین‌ها و دیگر زبان‌های موجود در بدنه اجتماعی می‌تواند به زبانی خاص تبدیل شود. در این زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان با کد MB بیان نمود که: «ما سعی می‌کنیم که واژه‌های خاص خودمون رو تو حرفامون داشته باشیم، چون می‌خوایم فضایی که تو جمع دوستیمون هست با این مفاهیم معنوی پر بشه، چون باعث می‌شه که ما این مفهوم رو بهتر یاد بگیریم و درونیش کنیم چون درونی کردن این مفاهیم می‌تونه به ما تو تحلیل بقیه چیزهایی هم که تو جامعه می‌بینیم به ما کمک کنه و بتونیم با فهمیدن حقایق پنهانی که باعث شده جامعه از اون حالتی که داره جدا شده، رو بفهمیم». در نهایت مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد MM در این رابطه اظهار نمود که: «فضایی که ما تو دانشگاه داشتیم به فضای خاص خودمون بود. واژه‌های خاص خودمون رو داشتیم که اگر کسی غیر از ما میومد تو جمع از خیلی حرفای ما سر در نمی‌آورد. این واژه‌ها به معنایی اشاره می‌کردن که ما دربارش فکر می‌کردیم و سعی می‌کردیم که به اون نزدیک بشیم و اون رو درونی کنیم، حتی تصاویری بودن که ما سعی می‌کردیم از اون معنا استخراج می‌کردیم، مثل گل حیات که تمام معناهای دنیا در اون قرار داشت».

۴-۱-۶- مفهوم فرعی ششم: ادغام موقتی و دلخواهی

یافته‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها نشان داد که دنبال کنندگان این صفحات عموماً با ایجاد فضاهای دوستانه در قالب گروه‌های تلگرامی و صفحات اینستاگرامی یا سایر پلتفرم‌های موجود، گروه‌هایی را به صورت موقت ایجاد می‌کنند. معمولاً عمر گروه‌ها از یک روز تا یک سال گذر

نمی‌کند، با این حال گروه‌هایی هم هستند که بیش از این به بقای خود ادامه می‌دهند. کاربران این گروه‌ها را با اهداف خاصی شکل می‌دهند، اهدافی که برخی از آن‌ها اصولی را به صورت مرام‌نامه در بالای صفحه، معرفی و قید می‌کنند. برخی از کاربران در دانشگاه اقدام به تشکیل گروه‌هایی در این زمینه کرده بودند و با ایجاد گروه‌هایی به صورت جمعی به بحث پیرامون مسائل مربوط می‌پرداختند و حتی برخی از آن‌ها مدیتیشن را به صورت گروهی انجام می‌دادند. در این رابطه مصاحبه‌شونده‌ای با کد MM بیان داشت که: «نحوه آشنایی من با مدیتیشن تو دانشگاه بود که اونجا با بقیه کسانی که به این موضوع علاقه داشتن، مدیتیشن انجام دادیم. ما معمولاً تو دانشکده زیر یک درخت جمع می‌شدیم و مدیتیشن انجام می‌دادیم، راجع بهش حرف می‌زدیم و خلاصه بهش فکر می‌کردیم. البته بعد اینکه اون جمعمون بعد دانشگاه از هم پاشید و هر کی رفت دنبال زندگی خودش». مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد MR در این زمینه اظهار نمود که: «الآن عضو گروه‌هایی هستم که تو اون همه به هم کمک می‌کنن، با هم مدیتیشن انجام میدیم و این خیلی به من کمک کرده. خوبی فضای گروه‌های مجازی این که هر وقت احساس کنی که اون گروه به دردت نمی‌خوره یا داره منحرف میشه از اون اصولی که داره، میتونی راحت کنارش بگذاری. من الآن عضو اون گروه‌هایی هستم که میتونم بگم خیلی گروه‌های خوبی هستن».

۴-۱-۷- مفهوم فرعی هفتم: خود نظمی در قاعده معنوی

یافته‌های به دست آمده از مصاحبه نشان داد که اغلب کاربران قواعد معنوی و انضباطی را خود تعیین می‌کنند و در آن الزام‌های خاصی در چگونگی اجرای مدیتیشن، مثبت‌اندیشی یا موفقیت وجود ندارد. البته این خود نظمی به معنای خود آیینی شدن قواعد اخلاقی در سایه اراده‌ای آزاد نیست، بلکه این خود نظمی در قواعد معنوی، بیشتر ناظر به وجود قواعد، عادات و ضوابطی است که دنبال کنندگان صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت در هنگام اجرای اعمال معنوی خود انجام می‌دهند. این قواعد و ضوابط در راستای پیش بردن اهدافی خاص (در بعد مادی و در بعد معنوی) است و در راستای خود آیینی شدن اخلاق نیست، بلکه به واسطه آن کاربران خود را ملزم به رعایت قواعد منظم و خاصی می‌کند که هر کس برای خود به شکلی تعریف می‌کند. مهم‌ترین هدف این قواعد انضباطی، منضبط کردن کاربران در راستای انجام اهداف خاصی است. در این زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان با کد MP

بیان نمود که: «هنگام مدیتیشن باید به همه جزئیات توجه کنم تا وقتی مدیتیشن رو انجام میدم احساس راحتی کنم و مدیتیشن موفقیت‌آمیزی داشته باشم. روزهای فرد رو تو ساعت اول صبح و هم‌زمان با طلوع آفتاب مدیتیشن می‌کنم و این باعث می‌شه که بهتر انرژی دریافت کنم و بهتر پاکسازی انجام بشه». مصاحبه‌شونده دیگری نیز با کد MO در این زمینه بیان نمود که: «هر چاکرا یک رنگ مخصوصی رو داره که اگر احساس ضعف تو یکی از اونها داشته باشی میتونی با رنگ‌آمیزی اتاقی که تو اون مدیتیشن انجام میدی به اون چاکرا کمک کنی که بهتر تقویت بشه. باید واسه انجام این کار به همه جزئیات اتاقت توجه داشته باشی. من معمولاً قبل از انجام مدیتیشن دوش می‌گیرم و این کمک می‌کنه به پاکسازی بهتر تو انجام مدیتیشن چون آلودگی‌های بیرونی هم میتونه به چاکراها ضربه بزنه. باید مدیتیشن هم تو یه مکان مخصوص این کار انجام بشه تا اون مکان به‌نوعی مکان معنوی مخصوص خودت تبدیل بشه».

۵- تفسیر یافته‌ها

هدف اصلی پژوهش حاضر رسانه‌ها و تجربه زندگی روزمره: پدیدارشناسی تجارب زیسته کاربران دنبال کننده صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، موفقیت و مثبت اندیشی بود. سؤالات پژوهش حاضر با هدف بررسی تجارب کاربران از صفحات اینستاگرامی مدیتیشن، مثبت‌اندیشی و موفقیت مطرح شد. در پژوهش حاضر از تحلیل مصاحبه‌ها در نهایت مفهوم فردانی شدن معنویت در راستای بیگانگی از جامعه به دست آمد که شامل مفاهیم فرعی خود آیینی شدن معنویت، فتیشیسم شخصی، محوریت تجارب مانایی از خود، طرد و ارجحیت خود بر دیگری، بر ساخت ادبیات آیینی مختص به خود، ادغام موقتی و دلبخواهی و خود نظمی در قاعده معنوی بود. این یافته‌ها با یافته‌های هوشمند خوی و حمیدیه (۱۳۹۹)، ذکائی و نزاکتی (۱۳۹۷)، نوربخش و جعفری کافی‌آباد (۱۳۹۶)، باستانی و همکاران (۱۳۸۸)، کاء بوکانز (۲۰۱۹)، مالنوویچ (۲۰۱۶) و پوستین و روتانیمی (۲۰۱۵) همخوانی دارد و در تضاد با یافته‌های ادواردو کارینی (۲۰۱۹) و ردن (۲۰۱۱) است. بر اساس یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر می‌توان گفت که به واسطه مصرف محتواهای اینستاگرامی کاربران نسبت به جامعه احساسی توأم با بیگانگی می‌یابند. بر این اساس کاربران به بیگانگی بدل می‌شوند که از جامعه دوری می‌گزینند. آن‌ها با طرد دیگری، اهداف و خواسته‌های فردی خویش را به اولویت اصلی زندگی‌شان بدل می‌کنند. این بیگانگان معنویت را به خدمت اهداف فردی خویش درمی‌آورند و گونه‌ای از

معنویت را رواج می‌دهند که دیگری در آن جایگاهی ندارد. در این دیدگاه، فرد نسبت به جامعه احساس بیرون بودگی می‌کند و جامعه به مثابه امری بیرونی و شیئیت یافته که در صدد تسلط بر نفس اوست، برای وی تداعی می‌شود. فرد در این حالت حتی نسبت به خانواده، خویشاوندان و دوستان نزدیک خود احساس بیگانگی می‌کند و آن‌ها را از خود نمی‌داند. در این زمینه برگر بر این باور بود که بیگانگی گسترش بیش از حد فرایند عینی شدن است که از رهگذر آن عینیت (زنده) انسانی جهان اجتماعی در آگاهی به عینیت (مرده) غیرانسانی طبیعت تبدیل می‌شود. نوعاً بازنمودهای انسان [یعنی] فعالیت‌های معناداری که واقعیت جهان اجتماعی را تشکیل می‌دهند، در آگاهی به «چیزهای» بیجان، بی‌معنا و غیرانسانی تبدیل می‌شود. یعنی آن‌ها دچار شیء‌شدگی می‌شوند. از این پس جهان اجتماعی دیگر قلمروی گشوده‌ای نیست که در آن انسان هستی خود را در فعالیت معنادار بسط می‌دهد، بلکه به انبوه محصور شده‌ای از شیء‌شدگی‌هایی تبدیل می‌شود که از فعالیت حال یا آینده منفک است. رابطه واقعی میان انسان و جهان او در آگاهی وارونه می‌شود. کنشگر صرفاً به کنشگر منفعل تبدیل می‌شود (برگر، ۱۴۰۲: ۱۳۰-۱۳۱). اولین پیامد این وضعیت متکثر، خصوصی شدن دین است. فرد با آگاهی از عدم اقبال دیگران به عقاید و باورهایش درمی‌یابد که نباید آن‌ها را در عرصه عمومی بروز دهد. با افزایش این روند، دین گام‌به‌گام از عرصه عمومی جامعه رخت برمی‌بندد و دیگر، با نمادها و تعاریف دینی از واقعیت سخنی گفته نمی‌شود. این روند به کاهش نفوذ دین در جامعه منجر می‌شود. در نهایت، دین تسلط خود را بر جامعه از دست می‌دهد و عرصه عمومی تحت سیطره عقاید و ایدئولوژی‌های مدنی‌ای درمی‌آید که یا فاقد محتوای دینی‌اند و یا اشاره‌ای مبهم به دین دارند. در این وضعیت دین نه تنها قادر به یکپارچه کردن بخش‌های مختلف جامعه نیست، بلکه از یکپارچه کردن تجربیات افراد نیز به‌ویژه آن سنخ از تجربیات افراد که در ارتباط با عرصه عمومی جامعه است، باز می‌ماند. در عرصه عمومی، انتخاب فردی به عنصری محوری تبدیل می‌شود و کارکرد جمعی و جماعتی دین به حوزه فردی و خصوصی راه می‌یابد. کارکرد معنابخش دین از حیثیت جمعی به حیثیتی فردی و تمایزبخش منتقل می‌شود. با ورود عنصر ترجیح و انتخاب در حوزه دین، در عرصه عمومی جامعه، تفاسیر مختلفی از دین ظهور می‌یابند، بازار دین رونق می‌گیرد و در سطح آگاهی ذهنی افراد، سبک‌های دین‌داری پدید می‌آید. این وضعیت باعث تضعیف تسلط دین بر جامعه و متکثر شدن واقعیت دین هم در بعد اجتماعی - ساختاری و هم در بعد ذهنی - شناختاری می‌شود. به نظر برگر پیامد این کثرت‌گرایی این است

که فرد آماده می‌شود تا زمینه‌ها و استعدادها را برای نوکیشی و تغییر دین در درون خود ایجاد کند. همان‌طور که هویت فرد در طی طریق او در جامعه مدرن و در معرض دگرگونی‌های اساسی قرار می‌گیرد، رابطه‌اش با تعاریف نهایی و غایی از واقعیت نیز دستخوش تغییر می‌شود. بر این اساس در جامعه امروزین، دین در قلمرو زندگی خصوصی روزمره اجتماعی جای گرفته است و تحت تأثیر ویژگی‌های خاص همین قلمرو تغییر و تحول پیدا می‌کند، یکی از اساسی‌ترین ویژگی‌ها در این قلمرو، فردی شدن و فردگرایی است. این نوع دین خصوصی شده، گرچه ممکن است برای افرادی که آن را انتخاب می‌کنند جنبه‌ای واقعی داشته باشد، اما دیگر قادر نیست نقش پیشین خود را ایفا کند. نقش پیشین دین ساختن جهانی مشترک بود که در آن تمام مظاهر حیات اجتماعی به غایتی واحد برسند و معتقدان به آن غایت گرد هم آیند (کریمی‌پور، ۱۳۸۸).

در این شیوه از بیگانگی خود به محور مرکزی اندیشه فرد تبدیل می‌شود و فرد با درونی سازی محوریت خود، فضا را مورد قضاوت قرار می‌دهد. عشق، احساسات، احترام و اخلاق و دیگر عرف‌های اجتماعی او توأم به اموری تبدیل می‌گردند که در خدمت فردانیت وی قرار گیرند. در این شیوه از تفکر، نوعی عقلانیت ابزاری، هستی اجتماعی کاربران را تعیین می‌کند. این‌که کاربر به چه شیوه‌ای در قبال دیگران رفتار کند، چگونه نسبت به آن‌ها بیانیدش و احساسات وی در قبال آن‌ها چگونه باید باشد. مسئله‌ای که به واسطه این عقلانیت ابزاری، روابط اجتماعی را برای کاربر تعیین می‌کند، شیئیت یافتگی روابط اجتماعی برای وی است. در این دیدگاه دیگری برای کاربر حکم شیئی را می‌یابد که فرد باید روابطش با وی را بر مبنای نظام عقلانی تداوم بخشد. در این نظام عقلانی روابط بین انسان‌ها به روابطی بیرونی تبدیل می‌شود، چرا که اندیشه، احساس و رفتار کاربر نسبت به دیگری، بر مبنای شرایط اجتماعی، اقتصادی و ... بر او حمل می‌شود. در اینجا احساسات کاربر نیز از درون وی به وجود نیامده‌اند، بلکه احساسات وی تابعی از شرایط و مقتضیاتی است که آن‌ها را تعیین می‌کند. این شیوه از شیئیت یافتن دیگری در نظر فرد، بیگانگی جهان اجتماعی فرد را به دنبال دارد. او کسی است که دیگری برای او حکم شیئی خارجی را دارد، چرا که در نظرگاه این فرد، دیگری فردی بیگانه با اوست که او را درک نمی‌کند. وی نسبت به دیگری احساس خارج بودگی می‌کند، چرا که دیگری نسبت به او بیگانه و خارج از دستگاه فکری، احساسی و رفتاری او است. در این بیگانگی شدگی، فرد تنها بر خودش در جهت تغییر شرایط تکیه دارد و نیروی اجتماعی از نظر او نمی‌-

تواند در زندگی‌اش تأثیری داشته باشد. در این زمینه آموزه‌های حضور در لحظه به جای تشویق مردم به اقدام بنیادین، به ایشان می‌گوید که اکثر علل رنج کشیدن، در درون خود ما و نه در چارچوب‌های سیاسی و اقتصادی هستند که شیوه زندگی ما را شکل داده‌اند. پس آنچه از آموزه‌های اصلی باقی‌مانده یک ابزار «نظم شخصی» یا «خودانضباطی» است که در لباس مبدل «خودپاری» پنهان شده است. به این ترتیب این افراد، تنش‌های زندگی را مسئله‌ای شخصی می‌دانند که زحمت اداره و مهار آنان بر عهده خود آن‌ها است (پرسر، ۱۴۰۰: ۹-۱۰). از این منظر رفتار، کردار، احساسات و آگاهی اجتماعی کاربران در شکل بیرونی، به برآمدی از احساسات درونی شده‌اش بدل می‌گردند و این مسئله بیگانگی اجتماعی را در وجود وی تقویت می‌کند. البته در تعمیم این شکل از بیگانگی باید محتاط عمل کرد، چرا که این شکل از بیگانگی، گونه‌ای از بیگانگی آرمانی است که در آن افراد به طور کلی نسبت به همه چیز بیگانه می‌شوند. این در حالی است که بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که این پیوستاری از بیگانگی در میان کاربران وجود دارد که حالت‌های آن از شکل‌های کمتر بیگانه شده تا شکل‌های شدید از بیگانگی را در برمی‌گیرد، اما به طور کلی بر اساس یافته‌های به دست آمده می‌توان گفت که کاربران اینستاگرامی صفحات مثبت‌اندیشی، مدیتیشن و موفقیت نسبت به جامعه احساس بیگانگی می‌کنند و معنویت در بین آن‌ها به معنویتی فردانیت یافته بدل گردیده است، معنویتی که با مسائل مادی نیز رابطه نزدیکی دارد. در اشکال معنوی مورد نظر، معنویت به معنویتی شخصی شده بدل گردیده است که بعد اجتماعی معنویت در آن رنگ باخته است که در آن کاربران در حال شکل دادن به ادبیات آیینی و زبان معنوی مختص به خویش هستند. در این زمینه به نظر می‌رسد که کاربران با به کار بردن مفاهیم و اصطلاحات نامأنوس از زبان رایج در جامعه، در حال خلق دنیایی مفهومی و اختصاصی برای خود هستند. زبانی که به واسطه این اصطلاحات به زبانی علمی یا تخصصی بدل شده است که کاربران به واسطه آن، جهان اجتماعی خویش را تفسیر می‌کنند. این زبان مفهومی می‌تواند در طول زمان به زبانی متفاوت از جامعه و بیگانه از آن بدل گردد، زبانی که به واسطه پراکندگی موجودیت‌های اجتماعی آن که در قالب کاربران فضای مجازی تعیین می‌یابد، به زبانی شبه اجتماعی بدل می‌گردد که مفاهیم آن توسط کاربران به شیوه‌ای فردی صورت‌بندی می‌شوند. در این زمینه می‌توان گفت، شکوفایی «علم حضور در لحظه» باعث شکل‌گیری فناوری‌های جدید ذهن-گرای، واژگان جدید برای خودنظارتی فردی و ابزارهای جدید ذهن‌گرایی، واژگان جدید برای

خود نظارتی فردی و ابزارهای جدید برای عادی‌سازی و درجه‌بندی انواع اثرپذیری شخصی شده‌اند که با فرهنگ شرکت‌ها همسو است. این ملغمه جدید از حضور در لحظه، حرف‌های دانشگاهی و علم، به عنوان جدیدترین عضو رشته‌های روان‌شناسی، به ترویج دانش و حرفه‌های تخصصی می‌پردازد که وعده‌رهایی روان‌شناختی، بهزیستی و شادی افراد در آن‌ها تبلیغ می‌شود (پرسر، ۱۴۰۰: ۳۷-۳۸). مراکز دانشگاهی حضور در لحظه، با فراهم کردن یک مجموعه سازمان‌یافته از مطالب علمی و ارائه پژوهش‌های علمی، تمرین‌ها و گفت‌وگوها و تخصص‌های حرفه‌ای به شکل نهادی، نوعی «نظام حقیقت» پدید آورده‌اند که در آن از میدان‌های خرد قدرت برای شکل دادن به موضوع حضور در لحظه استفاده می‌شود (پرسر، ۱۴۰۰: ۳۹).

این زبان تخصصی را می‌توان زبانی دانست که به واسطه آن کاربران خود را از جهان اجتماعی جدا می‌کنند و به واسطه آن در صدد تشکیل جهانی اجتماعی متفاوتی برمی‌آیند. اجتماعی بر خط و مجازی که از افرادی انضمامی شکل می‌گیرد و تحقق آن به صورت لحظه‌ای امکان‌پذیر است. اجتماعی موقت و شکل‌گرفته از فردیت‌های جدا از هم که هرکدام تنها در لحظاتی امکان برقراری ارتباط را دارند، کسانی که شناخت عمیق و دوستانه‌ای از یکدیگر ندارند و تنها از رهگذر ادبیات آیینی مختص به خود و به واسطه ارتباطات مجازی امکان تحقق یافته است. علاوه بر این بر اساس یافته‌های به دست آمده می‌توان گفت که کاربران اینستاگرامی صفحات مدیریت‌شده، مثبت‌اندیشی و موفقیت، در پی دستیابی به نیروهایی معنوی هستند که به واسطه آن‌ها بتوانند بر روند وقایع تأثیر بگذارند، گونه‌ای مانا که به نیروهای بیرونی تکیه ندارد و از درون خود آن‌ها خلق می‌شود. در این شیوه، کاربران خود حکم نیرویی معنوی را دارند که اگر در معنویت ترقی پیدا کنند، می‌تواند پیش‌بینی کنند، بر جریان امور واقعی تأثیر بگذارند و کارهای مافوق توان بشری را به انجام برسانند. بر این اساس در رابطه با این نتایج می‌توان گفت، تلقین ضمنی و پنهان آموزه‌های حضور در لحظه توجه هر فرد را از مقتضا و جامعه پیرامونش منحرف کرده و او را به خزیدن در کنج ذهن خویش دعوت می‌کند (پرسر، ۱۴۰۰: ۳-۴).

منابع

- احمدی، جعفر و موحدیان عطار، علی. (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی مفهوم و حقیقت «مراقبه» در عرفان اسلامی و عرفان بودایی. *معرفت ادیان*، سال ششم، شماره سوم: ۷-۳۰.
- اکبری، سمیه و ناصری، غلامحسین. (۱۳۹۵). تاثیر یوگا و مدیتیشن بر آرامش بخشی انسان. *پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در عمران*، معماری و شهرسازی، سنگاپور: ۳۹۵-۴۰۵.
- امینی، اعظم؛ تاج الدین، محمد باقر و نجاتی حسینی، سید محمود. (۱۳۹۹). پدیده نوگروی دینی: تجربه زیسته دانشجویان دانشگاه تهران. *جامعه شناسی نهادهای اجتماعی*، دوره هفتم، شماره ۱۵: ۱۴۹-۱۷۵.
- باستانی، سوسن؛ شریعتی، سارا و خسروی، بهناز. (۱۳۸۸). مروجان رفتارهای نوین دینی: مطالعه موردی جمع های با رویکرد روانشناسی و عرفان. *نامه علوم اجتماعی*، دوره ۱۷، شماره ۳۶: ۸۷-۱۲۳.
- برگر، پیتر. (۱۴۰۲). *سایبان مقدس*. (ترجمه: ابوالفضل مرشدی)، تهران: نشر ثالث.
- بل، دانیل. (۱۳۸۰). دین و فرهنگ در جامعه پسا صنعتی. (ترجمه: مهسا کرم پور)، *ارغنون*، شماره ۱۸: ۱۵۹-۱۸۳.
- پرسر، رونالد. ای. (۱۴۰۰). *جناب مستطاب؛ حضور در لحظه (ذهن آگاهی)؛ چگونه حضور در لحظه به معنویت سرمایه داری تبدیل شد*. (ترجمه: اصلا ن قوچانی)، تهران: انتشارات طرح نو.
- تامسون، کنت و دیگران. (۱۳۹۵). *دین و ساختار اجتماعی (مقالاتی در جامعه شناسی دین)*. (ترجمه: علی بهرام پور و حسن محدثی)، تهران: کویر.
- خالق پناه، کمال؛ میرزاوندیان، فاطمه و جلوند، اختر. (۱۳۹۴). دین عامه، ناکامی های عینی و استراتژی زنانه امیدواری: مطالعه تجربه دعانویسی در شهر سنندج. *فصلنامه پژوهش نامه مددکاری اجتماعی*، سال اول، شماره ۴: ۱-۳۴.
- دورکیم، امیل. (۱۴۰۰). *صور بنیادین حیات دینی*. تهران: نشر مرکز.
- ذکائی، محمد سعید و نزاکتی، فرزانه. (۱۳۹۷). سبک زندگی موبیتال در جامعه دانشجویی، فهم تجربه زیسته دانشجویان علامه طباطبائی و صنعتی شریف. *فصلنامه مطالعات رسانه های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۶: ۴۱-۷۴.
- عظیم پور، علیرضا. (۱۳۸۶). ریشه های فلسفی روان شناسی مثبت گرا. مشاور مدرسه، دوره دوم، شماره سوم: ۶-۹.
- کرسول، جان دیبلو. (۱۳۹۴). *طرح پژوهش رویکردهای کمی، کیفی و شیوه ترکیبی*. (ترجمه: حسن دانائی فرد). تهران: موسسه کتاب مهربان.

- کرمی پور، اله کرم. (۱۳۸۸). پیتر برگر و جامعه‌شناسی دین. *هفت آسمان*، شماره ۴۲: ۱۴۳-۱۶۱.
- گیرتس، کیلفورد. (۱۳۹۹). *تفسیر فرهنگ‌ها*. (ترجمه: محسن ثلاثی)، تهران: نشر ثالث.
- نوریخس، یونس و جعفری کافی آباد، صابر. (۱۳۹۶). روایت پژوهی تجارب زیسته دینی دانشجویان. *فصلنامه علمی- پژوهشی دین و سیاست فرهنگی*، شماره نهم: ۹۳-۱۲۵.
- همیلتون، ملکم. (۱۴۰۲). *جامعه‌شناسی دین*. (ترجمه: محسن ثلاثی)، تهران: نشر ثالث.
- هوشمند خوی، علی و حمیدیه، بهزاد. (۱۳۹۹). مطالعه جنبش‌های نوپدید دینی در چشم‌انداز جهانی شدن با تاکید بر تجربه ژاپن. *پژوهشنامه ادیان*، شماره ۲۷: ۲۶۱-۲۸۶.
- واخ، یواخیم. (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی دین*. (ترجمه: جمشید آزادگان)، تهران: سمت.
- وودراف اسمیت، دیوید. (۱۳۹۳). پدیدارشناسی دانش‌نامه استنفورد. (ترجمه: مسعود علیا)، تهران: انتشارات ققنوس.

- Ahmadi, Jafar and Mohdian Attar, Ali. (2014). A comparative study of the concept and truth of "meditation" in Islamic mysticism and Buddhist mysticism. *Knowledge of Religions*, 6th year, 3rd issue: 30-7. (In Persian)
- Akbari, Samia and Naseri, Gholamhossein. (2015). The effect of yoga and meditation on human relaxation. *The 5th international conference on modern researches in civil engineering, architecture and urban planning*, Singapore: 405-395. (In Persian)
- Amini, Azam; Tajuddin, Mohammad Bagher and Nejati Hosseini, Seyyed Mahmoud. (2019). The phenomenon of religious modernization: the lived experience of Tehran University students. *Sociology of social institutions*, 7th period, number 15: 149-175. (In Persian)
- Azimpour, Alireza. (1386). *Philosophical roots of positive psychology*. School counselor, second term, third issue: 6-9. (In Persian)
- Bastani, Susan; Shariati, Sara and Khosravi, Behnaz. (1388). Promoters of new religious behaviors: a case study of groups with a psychology and mysticism approach. *Journal of Social Sciences*, Volume 17, Number 36: 87-123. (In Persian)
- Bell, Daniel. (1380). Religion and culture in post-industrial society. (Translation: Mahsa Karampour), *Arghanvan*, No. 18: 159-183. (In Persian)
- Berger, Peter. (1402). *The sacred canopy*. (Translation: Abolfazl Morshidi), Tehran: Third publication. (In Persian)
- Bilge Golge, Alime. (2017). *Online presentation of self on instagram: a case study of yoga practitioners in turkey*. The Graduate School of Economics and Social Sciences of İhsan Doğramacı Bilkent University, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master Of Arts In The Department Of Communication And Design İhsan Doğramacı Bilkent University, Ankara.

- Khalegh Panah, Kamal. (2019). The severity of pains and practicing patience with the body: phenomenology of the lived experience of chronic pain in patients with MS. *Social Sciences Quarterly of Allameh Tabatabai University*, year 27, number 88: 145-174. (In Persian)
- Khalegh Panah, Kamal; Mirzavandian, Fatemeh and Jalund, Akhtar. (2014). Popular religion, objective failures and women's strategy of hope: Studying the experience of prayer writing in Sanandaj city. *Social Work Research Quarterly*, first year, number 4: 1-34. (In Persian)
- Creswell, John DeBillo. (2014). *Research design of quantitative, qualitative and mixed methods*. (Translation: Hassan Danaei Fard). Tehran: Mehraban Book Institute.
- Durkheim, Emile. (1400). *The fundamental forms of religious life*. Tehran: Nahr-e-Karzan. (In Persian)
- Eduardo Carini, Catón. (2019). Tibetan Buddhism in cyberspace: new information and communication technologies in the Dzogchen International Community. *Paakat: revista de tecnología y sociedad*; Vol 9, No 17: 1- 19.
- Ferrucci, Patrick & Tandoc, Edson. (2015). The Facebook Experience: A phenomenology of Facebook use. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, Volume: 5 – Issue: 3: 175- 197.
- Gadamer, Hans-Georg. (2006). *Truth and Method. Second, Revised Edition Translation revised by Joel Weinsheimer and Donald G. Marsh*. Chippenham, continuum LONDON • NEW YORK.
- Geerts, Kilford. (2019). *Interpretation of cultures*. (Translation: Mohsen Talasi), Tehran: The third publication. (In Persian)
- Gronden, Jean. (2019). *From Heidegger to Gadamer on the path of hermeneutics*. (Translation: Seyyed Mohammad Reza Hosseini Beheshti and Seyed Masoud Hosseini), Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Hamilton, Malcolm. (1402). *Sociology of religion*. (Translation: Mohsen Talasi), Tehran: The third publication.
- Heidegger, Martin. (2015). *existence and time* (Translation: Abdul Karim Rashidian), Tehran: Ney Publishing. [in Persian]
- Hinz, Angela; Mulgrew, Kate; De Regt, Tamara & Lovell, Geoff. (2021). Is this what a female yogi looks like? A content analysis of yoga images on Instagram. *Body Image*, 36: 117- 126.
- Houshmand Khoi, Ali and Hamidieh, Behzad. (2019). The study of emerging religious movements in the perspective of globalization with an emphasis on Japan's experience. *Research Journal of Religions*, No. 27: 261-286. (In Persian)
- Kae Bucans, Yarrow. (2019). *Instagram, Addiction, and Spirituality: Remaining Human in a Social Media World*. Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Counseling Psychology, Pacifica Graduate Institute.
- Karmipour, Allah Karam. (1388). Peter Berger and sociology of religion. *Haft Asman*, No. 42: 143-161. (In Persian)
- Malenović, Jelena. (2016). Social and Digital Mass Media Impact on the Perception of Yoga. *the International Society for Scientific Interdisciplinary Yoga Research*, Vol. 6: 66- 78.

- Nietzsche, Friedrich Wilhelm; Heidegger, Martin; Gadamer, Hans Georg; Ricoeur, Paul; Foucault, Michel; Eco, Umberto, Dreyfus, Herbert; Muelhall, Stephen; Vattimo, Johnny and Kuzenzehoi, David. (2018). *Modern Hermeneutics: Selected Essays*. (Translated by: Mohammad Nabovi, Babak Ahmadi and Mehran Mohajer), Tehran: Nahr-e-Karzan. (In Persian)
- Noorbakhsh, Yunus and Jafari Kafi Abad, Saber. (2016). Narrative of the study of religious lived experiences of students. *Scientific-Research Quarterly of Religion and Cultural Policy*, No. 9: 125-93. (In Persian)
- Pawelski, Jamed O. (2016). Defining the 'positive' in positive psychology: Part I. A descriptive analysis. *The Journal of Positive Psychology*, DOI: 10.1080/17439760.2015.1137627.
- Peterson, Christopher & Park, Nansook. (2014). Meaning and Positive Psychology. *International Journal of Existential, Psychology & Psychotherapy*, Volume 5, Issue 1: 1- 8. [in Persian]
- Presser, Ronald. Oh you. (1400). *Mr. Mustatab; present in the moment (mindfulness); How being present in the moment became the spirituality of capitalism*. (Translation: Aslan Quchani), Tehran: New Design Publications. (In Persian)
- Puustinen, Liina & Rautaniemi, Matti. (2015). Wellbeing for sale: Representations of yoga in commercial media. *Temenos - Nordic Journal of Comparative Religion*, 51(1), 45-70. <https://doi.org/10.33356/temenos.40878>.
- Redden, Guy. (2011). Religion, cultural studies and New Age sacralization of everyday life. *European Journal of Cultural Studies*, 14(6): 649-663
DOI: 10.1177/1367549411419977ecs.sagepub.com.
- Thomson, Kenneth and others. (2015). *Religion and social structure (articles in the sociology of religion)*. (Translation: Ali Bahrapour and Hassan Mohaddasi), Tehran: Kavir.
- Wach, Joachim. (2015). *Sociology of religion*. (Translation: Jamshid Azadegan), Tehran: Semit. [in Persian]
- Woodruff Smith, David. (2013). *Phenomenology, Stanford Encyclopedia*. (Translation: Masoud Alia), Tehran: Qaqnoos Publications.
- Zakai, Mohammad Saeed and Nazakti, Farzaneh. (2017). Mobital lifestyle in the student community, understanding the lived experience of Allameh Tabatabai and Saneti Sharif students. *New Media Studies Quarterly*, fourth year, number 16: 41-74. (In Persian)