

پیامدهای فرهنگ رفاه برای دین‌داری

دکتر قربان علمی،^۱ بهزاد حمیدیه^۲

^۱دانشیار دانشگاه تهران، عضو هیأت علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۷/۶ - تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۸۹/۱۱/۱۸)

چکیده

رفاه را به‌دشواری می‌توان تعریف کرد. با وجود این، از ملاحظه تعاریف مختلف می‌توان آن را به برخورداری از امکانات زندگی در سه حوزه اصلی، یعنی بودن، صیوریت، و تعلق، تعریف کرد. فرهنگ رفاه عبارت است از اصالت یافتن رفاه مادی و اومانیستی همراه با ابرازگرایی سوژه. در عصر حاضر، فرهنگ رفاه گسترده‌ای شکل گرفته است و با ارزش‌ها و معانی جدیدی که با خود به‌همراه آورده، تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای بر کیفیت و کمیت دین‌داری نهاده است. نظام معنایی نهفته در رفاه، یعنی سوژه‌محوری و تأصل انسان، همراه با فرهنگ احساس‌گرایی سطحی، زمینه بسیار مساعدی جهت تحول دین‌داری فراهم کرده است. رابطه انسان با خدا، از رابطه تکلیفی و تبدیلی به رابطه اختیاری و رمانتیک تحول یافته است و نیز دین به گونه‌ای تعریف شده است که تضادی با رفاه نداشته باشند. دین‌داری در تحت حاکمیت فرهنگ رفاه، در معرض آن است که دین را به وسیله و ابزاری رفاه‌زا تبدیل کند. همه تحلیل‌های فوق، به صورت کاملاً آشکار در جنبش‌های معنویت‌گرای نوپدید قابل مشاهده است.

کلید واژه‌ها رفاه، فرهنگ رفاه، سوژه‌محوری، احساس‌گرایی سطحی، پست‌مدرنیسم، جنبش‌های نوپدید معنویت‌گرا.

۱. طرح مسئله

در دوران پست‌مدرنیته، با گسترش و تنوع فوق‌العاده رفاه، فرهنگی شکل گرفته است که می‌توان از آن به «فرهنگ رفاه» تعبیر کرد. فرهنگ رفاه به معنی اصالت یافتن رفاه مادی و اومانیستی است که، در واقع، نوعی ابراز وجود برای سوژه احساس‌گرا و به‌شدت سطحی‌شده می‌باشد. حاکمیت این فرهنگ پیامدهای خاصی برای نوع و رویکرد دینداری پیروان ادیان گوناگون به‌همراه داشته است.

بررسی این پیامدها پرسش اصلی نوشتار حاضر است. در واقع، این نوشتار در صدد پاسخ دادن بدین سؤال است که تلقی از دین و رویکرد دین‌ورزانه در نزد شهروندانی که تحت حاکمیت فرهنگ رفاه زیست می‌کنند، چه تحولات بالقوه یا بالفعلی یافته است؟ اهمیت این پرسش، علاوه بر فواید نظری‌ای که مطمح نظر جامعه‌شناسی و مطالعات ادیان است، شامل فواید کاربردی فراوانی است. از جمله می‌توان نتایج حاصله را برای رصد وضعیت دین‌داری در جوامع مختلف به کار گرفت، بحثی انتقادی درباره دین‌داری‌های نوین سامان داد و بخش نظری یک بسته مدیریت فرهنگی در مواجهه با جنبش‌های معنویت‌گرای نوپدید را تألیف کرد. همچنین در مباحث توسعه، فرهنگ توسعه، تبیین مفهوم توسعه دینی و اموری از این دست، می‌توان از پاسخ تفصیلی پرسش فوق بهره گرفت.

ناگفته پیدا است که ادیان، طیف بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شوند و نوع تلقی از دین و گونه دین‌ورزی در بودیسم، ادیان ابراهیمی، ادیان متنوع شرق آسیا، هندوئیسم، مزدیسنا و... با یکدیگر متفاوت است. لذا در بررسی حاضر، در پی یافتن تحولاتی خواهیم بود که مستقل از نوع و ماهیت خاص هر دین، به صورت کمابیش یکسان در عمده ادیان جهان قابلیت بروز دارند. اما مقصود از واژه «دین» چیست؟ ذات دین به نظر امیل دورکیم، عبارت است از تقسیم جهان به دو دسته نموده‌های مقدس^۱ و نموده‌های نامقدس^۲. ذات دین از نظر او، در اعتقاد به خدایی ماورای جهان نیست. مذاهبی حتی از نوع عالی وجود دارند که به خدا معتقد نیستند. بیش‌تر مکاتب بودایی، مبشر ایمان نسبت به خدایی شخصی و ماورای جهان نیستند. مفاهیم «راز» و «فوق طبیعت» نیز که فقط مفاهیمی مؤخرند در تعریف دین نقشی ندارند. زیرا در واقع، «فوق طبیعت» نسبت به طبیعت وجود دارد و برای آنکه از طبیعت تصویری روشن داشته باشیم روش اندیشه اثباتی و علمی ضرورت پیدا می‌کند. مفهوم «فوق طبیعی» نمی‌تواند مقدم بر مفهوم طبیعی، که خود آن هم مفهومی مؤخر است، باشد. بخش مقدس در مقوله دینی عبارت است از مجموعه‌ای از اشیا، باورها، و مراسم. یک دین، مستلزم وجود امر مقدس، سپس سازمان یافتن باورهای مربوط به امر نامقدس و بالاخره مستلزم مراسم و اعمالی است که به نحوی کم و بیش منطقی، مشتق از باورها هستند (آرون / پرهام، ۱۳۷۷: ۳۹۳). در

1. Sacred.
2. Profane.

این‌جا در پی یافتن تعریفی دقیق از دین نیستیم که خود نیازمند مقالتی جداگانه است. آنچه با الهام از تعریف فوق و دیگر تعاریف می‌توان بیان کرد آن است که دین با اموری از این دست متمایز می‌شود: تمییز حوزه مقدّس و نامقدّس، پاسخ به سؤالات غایی انسان، اشتغال بر اعتقاداتی منسجم، شعائر و مناسکی برای بازتولید آن اعتقادات و مجسم نمودن آن‌ها، نیز وجود سیستمی اخلاقی و نجات‌شناسی.

رویکرد این نوشتار، جامعه‌شناختی است و متد تحقیق آن روش تفسیری (interpretive) و معناکاوانه (hermeneutic) است. توضیح این‌که، در این روش بررسی پدیده‌های اجتماعی، تفهّم (verstehen) و بازسازی معنا و محتوای اعمال و نظم‌های اجتماعی مدنظر قرار داده می‌شود. مفاد این روش، آن است که همه افعال انسانی تابع جهان‌بینی اجتماعی و سوژکتیو خاصی هستند که بدون نفوذ به درون جهان اجتماعی فرد، نمی‌توان هیچ علم‌الاجتماعی بنا کرد. لذا برای فهم و تبیین و پیش‌بینی اشکال مختلف رفتار آدمیان باید نخست به دنیای اجتماعی افراد پا بگذاریم، یعنی به درون معناهایی که آنان به محیط جمعی خود اسناد می‌دهند و به ارزش‌ها و اهدافی که دارند و به شقوق مختلفی که در برابر خود می‌بینند و به تفسیری که از فعل جمعی افراد دیگر دارند (ر.ک. لیتل، فصل چهارم). ما در این تحقیق برای تبیین تحولاتی که به طور ملموس و تجربی در دهه‌های اخیر در عرصه دین‌داری دیده یا گزارش شده است، مدل تبیین علی را مناسب نیافتیم. تنوع در تحولات دین‌داری آنچنان است که نمی‌توان با مکانیسم علی از نوع نظم استقرایی یا تشخیص شرایط لازم و کافی به تبیین مسئله پرداخت. روش تفسیری مناسب‌ترین روش برای تبیین موضوع مورد بررسی ما است، زیرا افعال انسانی و لذا تحولات اجتماعی، از جمله تحولات عرصه دین‌داری، را معنادار و دارای عناصر فرهنگی تلقی می‌کند که باید درکشان کرد. ما مدعی نیستیم که رابطه‌ای علی و تخلف‌ناپذیر میان تحولات مورد اشاره و فرهنگ رفاه وجود دارد، بلکه مدعی آن هستیم که فرهنگ رفاه پس‌زمینه ذهنی کنش‌گران انسانی است که به دین‌داری خاصی می‌پردازند. این پس‌زمینه که از تفسیر فعل دین‌داران کشف می‌شود، به هیچ وجهی علت تامه نیست، بلکه نهایتاً مقتضی یا علت اعدادی است.^۱

۱. بنابراین، نتیجه می‌شود که زیستن در جامعه‌ای با فرهنگ رفاه، به طور مکانیکی و علی (به نحو شرط لازم و کافی یا به نحو نظم استقرایی) موجب تحول دین‌داری فرد نمی‌شود.

۲. مفهوم رفاه، فرهنگ رفاه

۱.۲. تعریف رفاه و حوزه‌های آن

تعریف «رفاه» پیچیده و دشوار است. رفاه از سویی امری ذهنی، کیفی، و معنوی است. از سوی دیگر، با شاخص‌های معینی نظیر درآمد، شغل، بهداشت و درمان، سواد، امنیت اجتماعی، دسترسی به خدمات اجتماعی و... تعریف می‌شود. اما، در عین حال، رفاه کاملاً با سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی افراد و جامعه مرتبط است و میزان رفاه اجتماعی از مسائل اخلاقی و ارزش‌های اجتماعی، نظیر امانتداری، انصاف، صداقت، پایبندی به قول و قرار، آگاهی از اخبار و اطلاعات و میزان اعتماد فردی یا اجتماعی تأثیر می‌پذیرد. می‌توان به عنوان یک تعریف اولیه گفت که رفاه همان بهبود شرایط زندگی یا افزایش رضایت و کیفیت زندگی است. در این تعریف، امر ذهنی (یعنی رضایت خاطر از شرایط زندگی) محوریت یافته است. استریتن^۱ در همین راستا به مفهومی محدودتر اشاره می‌کند و رفاه را به معنای راحتی و بهبود وضع مردم، بالاتر و بیش‌تر از درآمدهای پولی‌ای که کسب می‌کنند می‌داند (استریتن، ۴۴۰).

یک رویکرد عام و مدرن در مورد مفهوم رفاه، تلقی آن به مثابه ارضای میل^۲ یا خواست افراد است. در این مفهوم، افراد دارای تمایلاتی نسبت به کالاهای مختلف و وضعیت‌های گوناگون جهان هستند و رفاه یا سود مردم وابسته به میزان ارضای تمایلات آن‌ها است. هرچه تمایلات به نحو بیش‌تری ارضا شوند، رفاه بیش‌تری حاصل خواهد شد. به عنوان تبصره‌ای بر این تعریف گفته شده است که آن میلی در این جا مراد است که با علم و آگاهی فرد نسبت به شرایط و امکانات پیش روی افراد شکل گرفته باشد. بنابراین، کسی که به دلیل عدم آگاهی از وجود اتومبیل‌های پیشرفته، به اتومبیلی فاقد کیفیت تمایل نشان می‌دهد، به صرف برخورداری از آن، مرّقه تلقی نمی‌شود (Weale, 9/703).

تعاریف عینی رفاه بر این طرز فکر استوارند که شرایط، حالات، و موقعیت‌هایی وجود دارند که می‌توان از آن‌ها فهمید که شخص به چه میزان مرّقه است. در واقع، دو گونه تعریف عینی برای رفاه وجود دارد: نوع ملاکی و نوع فهرستی. تعریف عینی از نوع ملاکی بیان می‌کند که رفاه از اموری تشکیل شده است که برای رسیدن به یک غایت یا هدف ضروری‌اند. برای مرّقه بودن، بر اساس این تعریف، داشتن اقلامی که دسترسی

1. Streeten.

۲. میل در اینجا مفهومی میان خواست و انتخاب است.

به هدف یا غایت را ممکن می‌سازند کافی است. مفهوم «اقدام اولیّه» راولز^۱ در همین راستا قابل‌ارزیابی است. این اقدام اموری هستند که اگر کسی هدفی را در نیت داشته باشد، عقلاً باید آن امور را بخواهد. تعریف فهرستی لیستی از اشیا که مؤلفه‌های رفاه هستند، نظیر سلامتی، دارایی، و ثروت هنگفت ارائه می‌دهد. این دو نوع تعریف عینی عملاً به یک لیست واحد ختم می‌شوند، زیرا اقدام اولیّه راولز نیز اموری نظیر درآمد و سلامتی، فرصت‌ها، قدرت‌ها، و پایه‌های عزت نفس را لیست می‌کند (Weale, 9/703).

آمارتیا سن^۲ معتقد است که رفاه را نباید صرفاً تابعی از کالاهایی دانست که فرد در اختیار دارد، بلکه باید ظرفیت یا توانایی افراد در استفاده از آن کالاها در جهت منافع خویش را نیز در نظر گرفت. مثلاً معلولین به منابع بیشتری نیاز دارند تا به استانداردهای زیستی انسان‌های سالم برسند (نک: Weale, 9/705). در واقع، تعریف آمارتیا سن، از نواقص تعریف‌های عینی و نواقص تعریف‌های ذهنی رفاه پرهیز می‌کند و، بدین ترتیب، تونی پتریک آن را راهی معقول برای اجتناب از دو برداشت افراطی می‌شمارد (پتریک، ۲۹).

تعریف رفاه یا کیفیت زندگی از نظر واحد تحقیق بر روی کیفیت زندگی وابسته به دانشگاه تورنتو^۳ بدین قرار است: «میزان بهره‌مندی و التذاذ شخص از امکانات زندگی» (ر.ک. وبسایت این مرکز^۴). در این تعریف، «امکانات» به معنی فرصت‌ها و مجال‌های موجود در میان محدودیت‌های زندگی است و منعکس‌کننده تعامل عوامل شخصی و محیطی می‌باشد. «بهره‌مندی» و «التذاذ» اشاره به دو مؤلفه دارند: یکی تجربه رضایت‌مندی و دیگری تملک یا کسب یک خصوصیت، مثلاً سلامتی.

سه حوزه اصلی زندگی، یعنی بودن، صیوررت، و تعلق، در مورد کیفیت زندگی یا رفاه نیز مطرح‌اند. بودن شامل جنبه‌های اساسی کیستی فرد است و سه زیرحوزه دارد:

۱- وجود فیزیکی، شامل جنبه‌های سلامت بدنی، بهداشت فردی، تغذیه، ورزش، پرورش، لباس، ظاهر بدنی.

۲- وجود روانشناختی، شامل سلامت روانی فرد، رهایی از استرس و نگرانی، سازگاری، درک، احساس، و ارزش‌گذاری‌ها راجع به خویشتن و کنترل خود.

1. Rawls.

2. Amartya Sen.

3. Quality of Life Research Unit, University of Toronto.

4. <http://www.utoronto.ca/qol/unit.htm>.

۳- وجود معنوی، شامل ارزش‌های شخصی، استانداردهای شخصی رفتار، و عقاید معنوی که گاه با ادیان رسمی مشترک‌اند و گاه چنین نیستند.

صیوروت راجع به فعالیت‌های هدفمند است که برای کسب اهداف شخصی، امیدها، و آرزوها انجام می‌شوند. در این جا نیز سه زیرحوزه مطرح است:

۱- صیوروت عملی: یعنی اعمال روزمره همانند فعالیت‌های خانگی، شغل درآمدزا، مدرسه، فعالیت‌های داوطلبانه، و پیگیری نیازهای اجتماعی.

۲- صیوروت اوقات فراغت: شامل فعالیت‌هایی که موجب استراحت و کاهش استرس می‌شوند، نظیر تماشای تلویزیون، بازی‌ها، قدم زدن با همسایگان و دوستان، دیدارهای فامیلی و فعالیت‌های طولانی‌تر، نظیر تعطیلات.

۳- صیوروت رشد: آنچه موجب پیشرفت سلامتی و تناسب اندام، حفظ و تعمیق دانش و مهارت‌ها می‌شود.

تعلق متضمن سازگاری فرد با محیط‌های مربوطه است و سه زیرقلمرو دارد:

۱- تعلق فیزیکی: یعنی روابط شخص با محیط‌های فیزیکی، مثل خانه یا آپارتمانی که در آن زندگی می‌کند، محل کار، همسایه‌ها، مدرسه، و جامعه.

۲- تعلق اجتماعی: شامل روابط با محیط‌های اجتماعی است و متضمن معنای پذیرفته شدن توسط خانواده، دوستان، همکاران، همسایه‌ها، و جامعه است. ازدواج موفق و روابط صمیمی با بستگان در این حوزه می‌گنجد.

۳- تعلق جمعی: معرف دسترسی فرد به منابعی است که به طور معمول، در دسترس اعضای جامعه قرار دارد، همانند درآمد کافی، سلامت، خدمات اجتماعی، اشتغال، آموزش، برنامه‌های تفریحی، و فعالیت‌های اجتماعی.

ما در نوشتار حاضر، با یک جمع‌بندی و در نظر گرفتن تعریف دانشگاه تورنتو و توجه به هر دو بُعد عینی و ذهنی رفاه، تعریف زیر را مبنای کار قرار می‌دهیم:

رفاه عبارت است از بهره‌مندی و التذاذ فرد از آن امکانات زندگی که آلام جسمی و روانی و استرس‌ها و بیم‌ها را به حداقل می‌رسانند و رسیدن انسان به اهداف زندگی را میسر می‌سازند (در حوزه‌هایی نظیر بهداشت و سلامت، وجود روان‌شناختی و وجود معنوی انسان، خدمات اجتماعی، بیمه‌های مختلف، اشتغال، آموزش، اوقات فراغت و برنامه‌های تفریحی و فعالیت‌های اجتماعی داوطلبانه، ازدواج موفق و روابط صمیمی با بستگان، محیط‌های فیزیکی مثل خانه، محل کار، مدرسه و ...)

۲.۲. فرهنگ رفاه

«فرهنگ» در مطالعات فرهنگی، عبارت است از معانی مشترکی که ما ایجاد می‌کنیم و در زندگی روزمره با آن‌ها سروکار داریم. فرهنگ عبارت است از رفتارها و فرایندهای معناسازی با متونی که در زندگی روزمره با آن‌ها سر و کار داریم (استوری، ۱۷؛ نیز بنگرید به معنای دوم فرهنگ که دیوید تراسبی آورده است: تراسبی، ۲۳). متن در این‌جا به معنای کالا، شیء، یا رویدادی است که بتوان به نحوی دلالت‌مند آن را به‌کار برد. رفاه، خصوصاً در مدرنیته متأخر، بدین معنا، تبدیل به متنی دلالت‌مند شده است و، بدین ترتیب، «فرهنگ رفاه» عبارت خواهد بود از معانی مشترکی که انسان‌های معاصر حول متن رفاه ایجاد می‌کنند. به عبارتی دیگر، فرهنگ رفاه عبارت است از: ارزش‌ها، باورها، و نظام معنایی‌ای که درباره شیوه زیست رفاهی در یک جامعه شکل گرفته است. برای آن‌که شناخت نزدیک‌تری از فرهنگ رفاه بیابیم، باید به این نکته توجه نمود که فرهنگ رفاه عمدتاً در جوامع پیشرفته نوین قابل‌مشاهده است. علت این امر را می‌توان در تحولات ذیل جست:

۱. فراگیری رفاه نسبت به اقشار وسیعی از مردم: رفاه دیگر مختص به سلاطین و متمولین و اقشار خاصی از این نوع نیست. رفاه به امری همه‌گیر تبدیل شده است و جزو حقوق آدمیان تلقی می‌شود.
۲. تنوع و گستردگی حوزه‌های رفاه: امروزه به نحو غیرمنتظره‌ای مرفه‌تر از سنت شده‌ایم و در حوزه‌هایی که رفاه در آن‌ها تصور و جسته نمی‌شد، به رفاه دست یافته‌ایم. بالتبع، توقعات و مطالبات رفاهی ما به نحو بی‌سابقه‌ای افزایش یافته است.
۳. اصالت یافتن رفاه: رفاه به امری اصیل، آرمانی، مطلوب فی‌ذاته، و مورد مطالبه جدی سراسری مردم تبدیل شده است. امروزه مرفه زیستن، یک ارزش اصیل و هنجار تلقی می‌شود.
۴. اومانیستی شدن رفاه: رفاه به حوزه‌هایی منحصر شده است که مربوط به فرد انسانی به عنوان یک سوژه خودبسنده اصیل می‌باشند. لذا حوزه‌های رفاه عبارت شده است از حوزه‌های مادی و جسمانی و نیز خودشکوفایی و خودابرازگرایی فرد انسانی.
۵. معنادار شدن رفاه: رفاه، از یک امر اقتصادی و معیشتی صرف، به امری واجد لایه‌های معنایی و بار فرهنگی و ارزشی بدل شده است. از یک‌سوی، رفاه هویت‌بخش افراد است و افراد با جلوه دادن میزان رفاهشان جایگاه اجتماعی و هویت اجتماعی خود را برمی‌سازند. از سوی دیگر، نظام معنایی ماورای رفاه را می‌توان سوژه‌محوری و تأصل انسان دانست.

ذیلاً موارد فوق را بیش تر توضیح خواهیم داد:

یک و دو (فراگیری و تنوع حوزه‌های رفاه). همان‌گونه که گفته شد گسترش رفاه امروزه در حوزه‌های متعدّد و وسیعی قابل‌مشاهده است. در حوزه سلامت و بهداشت، مشاهده می‌شود که بخشی از علم و تکنولوژی پزشکی مختص کاهش و به صفر رساندن درد شده است. این امر حتی در موارد جزئی و پیش‌پاافتاده‌ای نظیر سوراخ کردن بدون درد لاله گوش، تزریقات بدون درد و... خودنمایی می‌کند. در بخش تأمین اجتماعی، پوشش انواع بیمه‌ها، اضطرابات ناشی از عدم ثبات و احتمال وقوع حوادث غیر مترقبه را کاهش داده‌اند و موجب افزایش رفاه گشته‌اند. مسکن و مکان زندگی، کار و تحصیل، بیش از پیش، مرفه‌تر می‌شوند، به گونه‌ای که افراد در آن‌ها متحمل هیچ گونه رنج و زحمتی از برودت یا حرارت دما نشوند. اجهزه متعدّدی جهت آسایش و راحتی زندگی اختراع و تولید انبوه شده‌اند، همچون مایکروفر، ماشین ظرف‌شویی، کنترل ریموتی تلویزیون، ویدئو، و هواسازها، و... تعبیه شوئینگ در ساختمان‌ها به افراد امکان می‌دهد حتی برای حمل کیسه زباله دچار زحمت نشوند. در حوزه حمل و نقل، مجهزترین اتومبیل‌ها، قطارها، کشتی‌ها و هواپیماها اختراع شده‌اند تا صداهای اضافی، سرما و گرما، هوای آلوده شهری، و اموری از این دست، مسافری را آزار ندهند و مسافرت‌های درون‌شهری و برون‌شهری با کمال رفاه انجام گیرند. در حوزه ارتباطات و تکنولوژی ارتباطات، شبکه وب، تلفن همراه، هندزفری و... نشانه تلاش جهت ترفیع سطح رفاه هستند. گسترش رستوران‌های زنجیره‌ای که صرف غذا را با موسیقی، محیط مطبوع، سرعت طبخ، محل بازی کودکان و سرگرمی‌های دیگر، کاملاً دلچسب و مرفه می‌سازند و نیز گسترش مراکز خرید بزرگ که از طریق در اختیار قرار دادن گزینه‌های مختلف خرید و انواع کالاهای مورد نیاز در یک محل واحد، سبدهای چرخ‌دار، محل پارک اتومبیل، خرید از طریق کارت‌های اعتباری، برگزاری مسابقه و قرعه‌کشی و نیز فراهم کردن محیط جذاب و شاد، لحظاتی بسیار خوش و مرفه برای خریداران می‌آفرینند، منعکس‌کننده گسترده‌گی فوق‌العاده رفاه هستند. زندگی مدنی با بزرگراه‌های شهری، نورپردازی مناسب شهر و فضای سبز، حاکمیت قانون و نظم، بخشی از زندگی مرفه امروزی به حساب می‌آید.

سه (اصالت یافتن رفاه). برای نشان دادن این امر، نظری به تبلیغات می‌افکنیم. تبلیغات و آگهی‌های تجاری نشان‌دهنده تأصل رفاه است؛ تبلیغ حوله لباسی با برجسته کردن راحتی کامل در آن، دم زدن از آسودگی تمام‌عیار با استفاده از ریش تراشی خاص،

چشیدن طعم خوش زندگی با تناول شکلاتی خاص، و امثال این موارد، همه و همه، رفاه را که خواست اصیل انسان‌ها شده است هدف گرفته‌اند.

در واقع، در تبلیغات، حتی ساده‌ترین اشیای زندگی هم برچسب رفاه‌زایی می‌خورند تا پرفروش گردند. ریموند ویلیامز در جادوی تبلیغات می‌نویسد: «امروزه بدون تشخیص این نکته که شیء مادیِ فروشی خود به‌تنهایی کافی نیست، نمی‌توان به تبلیغات مدرن نگریست و این، در حقیقت، از ویژگی‌های فرهنگی مهم شکل مدرن تبلیغات است. اگر ما واقعاً در آن بخش از زندگی خود که در آن از اشیا استفاده می‌کنیم مادی‌گرا بودیم باید اکثر آگهی‌ها را نامربوط و نابخردانه تلقی می‌کردیم. تنها کافی بود به ما گفته شود ماشین لباسشویی ماشینی مفید است که لباس‌ها را می‌شوید، نه آن‌که نشانی از آینده‌نگری ما یا موجب غبطه همسایگان به ما باشد. اما اگر بر اساس برخی شواهد، با استفاده از این اشکال تداعی معانی می‌توان ماشین لباسشویی فروخت، روشن است که ما یک الگوی فرهنگی داریم که بر اساس آن اشیا به‌تنهایی کافی نیستند، بلکه باید اعتبار پیدا کنند، حتی اگر این اعتبار خیال‌پردازانه باشد یا برخی معانی اجتماعی و شخصی آن را تداعی کرده باشند که این معانی در یک الگوی متفاوت فرهنگی به شکل مستقیم‌تری در دسترس قرار می‌گیرند. اگر بخواهیم در یک کلمه این الگو را خلاصه کنیم، باید بگوییم که سحر است، یعنی نظامی بسیار سازمان‌یافته و حرفه‌ای مرکب از انگیزش‌ها و رضایت‌خاطری سحرآمیز که کارکردی شبیه به نظام‌های سحر در جوامع ساده‌تر دارد، اما به شکلی نسبتاً عجیب با فن‌آوری علمی بسیار توسعه‌یافته‌ای همزیستی پیدا کرده است» (ویلیامز، ۳۵۷).

سحر یا اعتبار خیال‌پردازانه رفاه و آسودگی بی‌نظیر و کامل، یکی از مهم‌ترین و شایع‌ترین سحرهایی است که با کالاهای مصرفی همراه می‌شود و همین امر نشان از اهمیت استراتژیک رفاه در جوامع حاضر دارد. دست‌اندرکاران تبلیغات دریافته‌اند که وقتی وعده رفاه ضمیمه تبلیغ یک کالای مصرفی شود، فروش آن به میزان قابل‌توجهی افزایش می‌یابد؛ و این امر به ما نشان می‌دهد که رفاه در نظر شهروندان مدرن مطلوب فی‌نفسه و غایتی اصیل شده است.

از دیگر نشانه‌های اهمیت امروزی رفاه، گسترش بازارهای رفاه (welfare markets) است (نک: Bode). همچنین، گسترش دولت‌های رفاه هم در نشان دادن تأصل یافتن رفاه قابل‌توجه‌اند. اصطلاح رایج «دولت رفاه»، به معنی نظامی مبتنی بر اقدام جمعی است که تولید و توزیع کالاهای عمومی/ممتاز را با هدف افزایش سطح رفاه اجتماعی

تسهیل می‌کند (پتريک، ۳۷). امروزه در جهان سیاست، دولت رفاه اهمیت و جایگاه ممتازی دارد. چرا دولت موظف به تولید رفاه هرچه بیشتر، حفظ آن، و توزیع عادلانه آن است؟ پرواضح است که این امر حاکی از مطالبه مردم است و نشان روشنی از تحوّل فرهنگی مردم به سوی فرهنگ رفاه دارد.

چهار و پنج (اومانستی و معنادار شدن رفاه). اجازه دهید برای توضیح تفصیلی این دو ویژگی، نگاهی گذرا به فرهنگ پست‌مدرن به عنوان بافت مناسب برای رشد فرهنگ رفاه بیافکنیم.

به عقیده لیوتار، درحالی‌که جوامع سنتی تحت سیطره افسون یا فریبندگی یک روایت غالب قرار دارند، جامعه پست‌مدرن جامعه‌ای است که در آن هیچ گونه روایت واحد، اعم از خرد و کلان، و هیچ گونه بازی زبانی واحد وجه غالب و مسلط را دارا نیست. در جامعه پست‌مدرن، روایت‌های خرد متعددی به طور فشرده و تنگاتنگ در کنار هم و در درون هم قرار گرفته‌اند و این کارناوال عظیم روایت‌ها جایگزین حضور یکپارچه فراروایت واحد می‌گردد. این نکته به معنای زوال نظام کلی معنایی و ظهور نوعی خلأ است. خلئی که، به عقیده لیوتار، با مجموعه متلاطم و آشفته‌ای از روایت‌های خرد پر می‌گردد؛ البته روایت‌هایی که قصد ندارند با ارجاع به یک روایت کلان واحد بیرون از خود خود را توجیه کنند (نک: لیوتار، ۱۹۹).

پست‌مدرنیسم، با افول فراروایت‌ها، ظهور سوژه‌هایی را رقم می‌زند که در غیاب هویت قابل‌انکا به دنبال خودتحقق‌بخشی و ابراز خویشتن به هر طریق ممکن‌اند. دنیل بل در کتاب تناقض‌های فرهنگی سرمایه‌داری، تغییرات فرهنگی دهه شصت آمریکا را مد نظر قرار می‌دهد و اظهار می‌دارد حرکت‌های ضدفرهنگ (counter-culture) جوانان تجسم یک حساسیت فرهنگی جدید است که احساسات، ابراز عقیده، و ارضای فردی را تشویق می‌کند. این خرده‌فرهنگ جوانان که به طور قطع غیرعقلانی بود، جهان‌بینی لذت‌جویانه‌ای را ترویج می‌کند که در یک جامعه مصرفی مرفه امکان‌پذیر می‌گردد. این حساسیت فرهنگی دگرگون‌ساز روی‌گردانی آشکار از فرهنگ پیشین است: انتقال از اخلاق پروتستانی به بازار روان‌پریشی‌زا (Bell, 54-84).

توصیفات بل بر اهمیت یافتن بیش از پیش احساسات، ابراز عقیده، و ارضای فردی، همچنین سطح زندگی بالا و شیوه زندگی لذت‌پرستانه در دوران جدید اشاره دارند. اشتیاق به زندگی لذت‌جویانه در جامعه مصرفی مرفه، روی‌گردانی آشکاری از اخلاق پروتستانی به بازار روان‌پریشی‌زا است. به توصیف خاص او و استعمال واژه

«روان‌پریشی‌زا» باید دقت بیش‌تری کرد. به عقیده نگارنده، او این واژه را از سر مبالغه یا بی‌مبالاتی در نگارش به‌کار نگرفته است. همه توصیفات او به نوعی، به مرکزیت یافتن سوژه و خویشتن (self) دلالت دارند: سوژه، به عنوان فاعل شناسا، کسی که علوم را «جهت خدمت مستقیم‌تر به مقاصد ابزاری» مهار کرده است و «خویشتن» به عنوان یک خودپرست (egoist) لذت‌جوی. اما نکته مهمی که این مرکزیت سوژه و خویشتن را متمایز از دوران مدرن می‌کند شتاب روان‌پریشانه آن است؛ سوژه به نحو بی‌سابقه و افراطی به دنبال ابراز خویشتن است.

سوژه خود - ابراز‌گرا به همه ابعاد و دارایی‌های خویش توجه تام دارد. او حتی در تصاحب اوقات فراغت‌اش نیز یک انسان اقتصادی (homo economicus) می‌شود. در عین حال، مقصود از «همه ابعاد»، ابعاد دنیوی، ظاهری، و غیرمابعد الطبیعی است، چرا که نفی فراواقعیت‌ها، آن‌چنان که لیوتار توصیف می‌کند، به شدت موجب سطحی شدن سوژه شده است.

سوژه خود - ابراز‌گرای سطحی شده هیچ گونه ترجیحات ارزشی خاصی ندارد، به جز این قاعده که باید بتواند آن چیزی بشود که می‌خواهد باشد. یعنی این‌که هر کسی باید خود به ارزش‌ها، ترجیحات ارزشی، و رویکردهایش نظم دهد.

پاکولسکی دقیقاً به همین «سوژه خود-ابراز‌گرای سطحی شده و افراطی که جز خودتحقق‌بخشی (self-realization) دستورالعمل دیگری در این جهان ندارد» اشاره می‌کند، آن‌جا که تحت فرآیند فراعقلانی‌سازی توضیح می‌دهد که برنامه کاری افراد مشتمل شده است بر دستیابی به یک شخصیت جذاب، جذابیت اجتماعی، و تأثیرگذاری (Pakulski, 277).

بنابراین، می‌توان یکی از اساسی‌ترین تحولات پست‌مدرنیسم را عبارت دانست از پیدایش «فرهنگ مبتنی بر سوژه خود-ابراز‌گرای افراطی و سطحی شده که جز خودتحقق‌بخشی دستورالعمل دیگری در این جهان ندارد».

تحلیل رونالد انگلهارت از پژوهش‌های میدانی مکرر بر روی ارزش، شاهد خوبی بر سوژه‌گرایی دوران اخیر است. او نشان داده است تعداد پست‌ماتریالیست‌ها به طور ثابت در حال افزایش است، هم به طور مطلق و هم نسبت به تعداد ماتریالیست‌ها. ماتریالیست‌ها کسانی هستند که دغدغه اصلی و اولی آن‌ها تأمین ضرورت‌های مادی و امنیت زندگی است، اما پست‌ماتریالیست‌ها کسانی هستند که به ابراز وجود (self-expression) ارزش می‌دهند و طالب حداکثر کردن رفاه سوبژکتیو هستند (36).

بنابر آن چه گذشت، می‌توان چنین اظهار نظر کرد: در بافت پست‌مدرنیته، فقدان کلان‌روایت‌های هویت‌بخش و معنادارکننده جهان، به‌همراه فرهنگی که شاید بتوان آن را فرهنگ احساس‌گرایی سطحی (superficial sentimentalism) نامید، زمینه بسیار مساعدی جهت سوژه‌گرایی اومانستی شده‌اند و، به تبع، می‌توان دید که رفاه‌جویی پست‌مدرن صرفاً معطوف به مادیات نیست، بلکه نظام معنایی خاصی در پس آن نهفته است: ابراز وجود سوژه احساس‌گرا و سطحی. مقصود از احساس‌گرایی سطحی، فرهنگی است که از نوعی گرایش با خصوصیات زیر در انسان‌ها پشتیبانی می‌کند:

- ۱- عدم محوریت عقلانیت ارزشی (به خلاف آن چه در سنت مشاهده می‌شود)،
- ۲- محوریت یافتن احساسات و عواطف (نظیر رضایت، لذت، احساس سلامتی، موفقیت و ...).

۳- سطحیت و بی‌مایه‌گی احساسات (جایگزینی احساسات معطوف به سطحی‌ترین و مبتذل‌ترین لایه‌های وجودی بشر، نظیر بدن، و نیز احساسات گذرا، نظیر لذت آنی، جلب انظار و تحسین دیگران به طور دفعی و موقتی، عشق‌ورزی‌های متعدد و ناپایدار و ... به جای احساسات عمیق و دارای اثرات بلندمدت همچون عشق‌ها و محبت‌های پایدار و خالص، تعلق به دلبستگی غایی، احساس شورمندانه حمایت دیدن، شهود عرفانی و ...).

بنابراین، در نهایت، فرهنگ رفاه را بدین صورت می‌توان تعریف کرد: فرهنگ رفاه به معنی اصالت یافتن رفاه مادی و اومانستی است که نظام معنایی خاصی در پس آن نهفته است: ابراز وجود سوژه احساس‌گرا و سطحی.

۳. فرهنگ رفاه و دین‌داری

حال ببینیم گسترش فرهنگ رفاه چه تأثیراتی بر حوزه دین‌داری برجای گذارده است. برای منظم شدن بحث، آن را به چند بخش تقسیم می‌کنیم و هر بخش را جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم: ۱- تأثیر افزایش بالفعل و عینی رفاه بر دین‌داری، ۲- تأثیر فرهنگی که رفاه را دارای ارزشی غایی و اصیل می‌شمارد بر دین‌داری، ۳- تأثیر نظام معنایی نهفته در رفاه (ابراز وجود سوژه احساس‌گرا و سطحی) بر دین‌داری.

۳.۱. تأثیر افزایش بالفعل و عینی رفاه بر دین‌داری

گسترش وجوه رفاهی زندگی و فقدان موقعیت‌های دردآور و رنج‌آلود که بنابر آن چه

گذشت از مؤلفه‌ها یا متلازمات مفهومی رفاه است، احیاناً موجب تمرکز فکری و روانی انسان بر قابلیت‌ها و قدرت‌های خویش و فراموشی محدودیت‌ها، مرزهای وجودی، ناتوانی، عدم استقلال و مقهوریت خویش می‌گردد. از آن‌جا که بخش مهمی از رابطه انسان با خدا مربوط به درخواست یاری برای غلبه بر ضعف‌ها و کاستی‌های زندگی بشر است،^۱ طبیعی است که با کاسته شدن از احساس نیاز، رابطه انسان با خدا محدودتر گردد. انسان در جامعه پیشامدرن در عرصه‌ها و موقعیت‌های متعدّد زندگی با رخدادهایی مواجه می‌شد که آن‌ها را مستقیماً به خدا نسبت می‌داد. مثلاً، شفا یافتن فرزند بیمار یا حاصلخیزی زمین زراعتی به رغم بلایای طبیعی رخدادی بود که پس از قطع امید یک پدر یا یک کشاورز و توسل او به خداوند اتفاق می‌افتاد و او هیچ توجیهی برای این رخدادهای جز دخالت مستقیم خداوند نداشت. نتیجتاً رخدادهای غیرعادی از این دست می‌توانست ایمان شخص را به وجود خدایی نادیدنی بیافزاید و تعمیق بخشد. در جامعه مرفّه، اما، شخص برای درمان یا جبران خسارت بلایای طبیعی به پزشکان حاذق و بیمارستان‌های فوق تخصصی و بیمه‌های مختلف روی می‌آورد و ناتوانی خود در نجات فرزند یا زمین کشاورزی را با سازوکارهای تعریف‌شده در جامعه رفاهی جبران می‌کند. بدین صورت، او حتی در بحران‌های حیاتی از این دست نیز به یاد خداوند نمی‌افتد و با او ارتباط برقرار نمی‌کند.

با توضیحی که گذشت، کاستن دغدغه‌ها و استرس‌ها و افزایش اطمینان و تضمین از طریق امکانات رفاهی و گسترش بیمه‌ها می‌تواند مقتضی فقدان برخی احساسات مذهبی سنتی، همچون توکل، تفویض، و اموری از این دست شود و محوریت و اصالت انسان را بیش‌تر تثبیت کند. با تثبیت انسان محوری، اموری همچون «خودمختاری فردی» و «خودخواهی» سربرمی‌آورند، همانگونه که فرانک ترنتمان در بافت «لیبرالیسم پیشرفته» و «مصرف‌گرایی» که از ویژگی‌های جامعه مرفّه هستند گوشزد می‌کند (Trentmann, 28). البته تذکر این نکته لازم است که تأثیراتی که در بالا بیان شد، به نحو اقتضا است نه علیّت. به لحاظ تصوّر ذهنی، امکان بقای ایمان به خدای نادیدنی و حفظ توکل و توسل

۱. در دفتر ششم مثنوی معنوی، حکایت شخصی را می‌خوانیم که با از دست دادن میراثی که به او رسیده بود و

دچار فقر شدن، یاد حق تعالی می‌افتد:

چون تهی شد یاد حق آغاز کرد
چون پیمبر گفت مؤمن مزره است

یا رب و یا رب أجرنی ساز کرد
در زمان خالی ناله‌گرست ...

و اموری از این دست، در عین افزایش رفاه کاملاً وجود دارد (زیرا، مثلاً، براهین متقن فلسفی و عرفانی در الاهیات اسلامی، نظیر برهان امکان فقری، وجود خداوند و توحید فعلی را برای شخص مؤمن به اثبات یقینی می‌رسانند، چه او در مخاطر و موقعیت‌های ناپایدار گرفتار باشد و چه در امنیت و ثبات به سر برد)، اما آنچه مورد بررسی ما است واقعیت اجتماعی است که عمدتاً از افرادی فاقد دین‌داری عمیق و ذهنیتی فلسفی و عرفانی تشکیل شده است.

۳.۲. تأثیر فرهنگی که رفاه را دارای ارزشی غایی و اصیل می‌شمارد بر دین‌داری

گسترش فرهنگ رفاه، از طریق اصالت و ارزش بخشیدن به کاهش آلام بشر در طول زندگی و اکثری کردن آسایش و آرامش او منجر به خلق انسانی می‌گردد که از مشاهده نقایص وجودی خویش گریزان است و به طور نامحدود، روی به خودانگیزی و خودبسندگی دارد.

دو نتیجه مستقیم چنین تحوّل تولید انسان محافظه‌کار و تعالی‌زدایی از دین است. مقصود از انسان محافظه‌کار در این‌جا انسانی است که به جای دنبال کردن آرمان‌های بلند و متأصل، صرفاً در پی حفظ وضع رفاهی موجود و حداکثری کردن آن به هر قیمت است. انسانی که آسایش، ثبات، و امنیت زندگی را در بخش عمده عمر خود هم در مورد خویش و هم در مورد اطرافیان‌اش تجربه کرده و بدان‌ها خو گرفته است و رفاه مطالبه اصلی او و غایت‌الغایات او شده است، به سختی می‌تواند از زندگی رفاهی دست بشوید و حاضر به تحمل زندگی سنتی شود. به علاوه، وقتی رفاه به عنوان ارزش اجتماعی و حق اجتماعی مطرح می‌شود، به دنبال خود محافظه‌کاری انسان‌ها را به بار خواهد آورد. اسلیتر و تونکیس آن‌جا که از دولت رفاه صحبت می‌کنند به ارزش‌های جدیدی که سیاست‌های چنین دولتی به دنبال خود می‌آورد اشاره می‌کنند. آنها معتقدند شهروندان تحت سیاست‌های دولت رفاه، علاوه بر حقوق مدنی و سیاسی، نوع جدیدی از حقوق را نیز برای خود قائل می‌شوند و آن حقوق اجتماعی است، یعنی حقوقی که متضمن تأمین اقتصادی و رفاه اجتماعی است (اسلیتر و تونکیس، ۲۲۲).

انسانی که در چنین جامعه‌ای زندگی می‌کند دیگر نخواهد توانست آرمان‌های بلند و عاقبت‌اندیشی‌های عمیق دینی را بپذیرد. دین او را وامی‌دارد به جهان پس از مرگ بیاندیشد و برای آرمان‌هایی همچون حفظ کیان دین، مبارزه با مستکبران، تبشیر دین، تحقق بخشیدن به اهداف اجتماعی و سیاسی دین و اموری از این دست، تلاش وافر

نماید، اما فرهنگ رفاه وی را به زندگی روزمره و مطالبات خرد رفاهی معطوف می‌سازد و ذهن او را از کلان‌نگری باز می‌دارد.

این امر موجب عَرَضی شدن دین سنتی می‌گردد. انسان‌ها حاضر می‌شوند در پای رفاه، حتی دین را فدا کنند یا به ویرایش دین و پیراستن آن از عناصر مخالف رفاه بپردازند. در چنین وضعیتی، دین به اقل مؤلفه‌هایش فروکاسته می‌شود و عبارت می‌شود از عناصری که چندان تضادی با رفاه فرد و رفاه اجتماعی ندارند یا عناصری که مآلاً رفاه بزرگ‌تری در این‌جا و اکنون می‌آفرینند. در این راستا، التقاط نیز به کمک فروکاهش دین می‌آید. می‌توان شیوع و گسترش قابل‌توجه عناصری از ادیان شرقی را که رفاه‌زا تلقی می‌شوند بدینسان درک و تحلیل کرد.

۳.۳. تأثیر نظام معنایی نهفته در رفاه (ابراز وجود سوژه احساس‌گرا و سطحی) بر

دین‌داری

بر اساس توضیحاتی که پیش‌تر گذشت، هرچه فرهنگ رفاه در جامعه‌ای رسوخ و انتشار وسیع‌تری داشته باشد، می‌توان انتظار داشت که آحاد آن جامعه تحت تسلط اندیشه اومانستی قدرت‌مندتری قرار داشته باشند.

اومانسیسم و سوژه‌محوری قطعاً نوع مواجهه انسان با دین را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اومانسیسم، اولاً و بالذات، رابطه انسان با خداوند را از مقوله رابطه عبد و مولا، آمر و مکلف، یا محتاج و غنی خارج می‌سازد، زیرا انسان احساس خودبسندگی می‌کند و نقایص و نیازهای غایی خود را به فراموشی می‌سپارد. ثانیاً موجب می‌شود خداوند از موجود عینی حقیقی به یک مفهوم ذهنی اعتباری فروکاسته شود، زیرا اومانسیسم نهفته در جامعه رفاهی مشاهده دخالت‌های مستقیم خداوند در جهان را به حداقل می‌رساند و مانع از ایمان حقیقی به وجود خداوندی متعالی و واقعی می‌شود. نتیجه این دو تحول، آن است که شهروندان جامعه‌ای با حاکمیت فرهنگ رفاه، یا فاقد هرگونه رابطه‌ای با خداوند شوند و یا رابطه‌ای اختیاری و انتخابی، کاملاً فردی، و بر اساس نیازهای روانی (نه مادی و عینی) با او برقرار کنند، آن هم خدایی که وجودش صرفاً مفروض گرفته می‌شود، نه آن‌که دلایل عینی و محسوس یا برهانی و معقول بر وجودش یافت شود. بدین سان، روابط رمانتیک، عاشقانه، و شاعرانه جایگزین رابطه‌های سنتی تعبد، فرمانبرداری و اطاعت می‌شود.

با توضیحی که گذشت، اگر در جامعه‌ای که تحت تسلط قاهر فرهنگ رفاه است

دین‌ورزی نیرومندی مشاهده شود، باید دلایل و ریشه‌های دیگری (جز نیازمندی به نیروی مابعدالطبیعی جهت تسکین آلام مادی زندگی) برای آن جست. شهروندی که تحت پوشش انواع بیمه، خدمات گسترده وزارت بهداشت و درمان و دیگر اجزای دولت رفاه قرار دارد، فاقد دغدغه‌های سنتی است. در نتیجه، جای این پرسش وجود دارد که چه عواملی زمینه‌ساز دین‌ورزی چنین شهروندی می‌شوند و او را به برقراری رابطه با خدایی سوق می‌دهند که نادیدنی است و، براساس تفکر مدرن، غیرمعقول و اثبات‌ناشدنی است؟

در پاسخ، با بررسی موارد و مصادیق گوناگون دیانت‌ورزی‌های اخیر، می‌توان به این عوامل اشاره نمود: احساس نیاز به هویت فردی و معنای زندگی که در جامعه مدرن به شدت تخریب شده است، عاطفه‌گرایی (emotionalism) یعنی اصالت‌دهی به شور و وجد و حالات عاطفی که نوعی واکنش به قفس آهنین عقلانیت مدرن است، گرایش به اسرار و رمز که با ایجاد هاله‌های رمزآلود در علم مدرن (شکل‌گیری فراعلم‌هایی نظیر پزشکی مکمل، فراروانشناسی و...) مقارن است، خودشیفتگی شهروندان فرهنگ رفاه که خود - شکوفایی و ابراز خویشتن، تیمار خود، و خود-بیمارانگاری را در پی دارد و نهایتاً تبلیغات و بازاریابی‌های گروه‌های معنویت‌گرای نوپدید.

انسان‌ها در جامعه‌ای با حاکمیت فرهنگ رفاه، در تلاش‌اند از هر امری در جهت افزایش رفاه بهره‌برداری کنند. لذا دور از انتظار نیست که حتی دین نیز به وسیله و ابزاری رفاه‌زا و مصرفی تبدیل شود. بدین ترتیب، در فرهنگ رفاه دین همچون سنت نگریسته نمی‌شود. دین از یک امر وحیانی، دارای اتوریته و مرجعیت بلامنازع، امری که انقیاد و اطاعت محض می‌طلبد، به امری مصرفی و رفاهی تبدیل می‌شود. ووهد و هیلاس متذکر می‌شوند که در جهان کاپیتالیستی دین و معنویات زندگی به خاطر قدرتش بر به دست دادن تجربه‌های پرشور به صورت یک منبع صرفاً مصرفی درآمده‌اند (Woodhead & Heelas, 340). در واقع، این جنبه از دین و معنویات، نوعی رفاه روانی و بلکه حتی رفاه مادی برای انسان‌ها به وجود می‌آورد. با اصالت یافتن رفاه نزد انسان‌های پست‌مدرن و تحت تسلط احساس‌گرایی سطحی، اموری همچون آرامش، عدم دغدغه، التذاذ، و بهره‌مندی بی‌حد و مرز، ذهنیت انسان‌ها را فراگرفته‌اند و موجب شده‌اند تا مطالبات از دین نیز به اموری از این دست تنزل یابند. دین از طریق آرامش‌بخشی جادویی، اطمینان به آینده، حس حمایت دیدن، عوض و جبران، و... افراد را به رفاه سوژکتیو می‌رساند. معنادار شدن زندگی توسط دین موجب بهبود زیست

انسان، هم به لحاظ جسمی و هم به لحاظ روانشناختی، می‌گردد. اگر آثار مثبت روان - تنی دین در سنت امری عارض و متفرع بر ذات دین بود، در فرهنگ پست‌مدرن تبدیل به ذات دین می‌گردد و، نتیجتاً، انسان در برگزیدن عناصری از دین و فروگذاریدن برخی دیگر و نیز در التقاط میان ادیان آزاد و محق فرض می‌شود. به‌کارگیری اجزا و مؤلفه‌هایی از دین (مثلاً اوراد، و...) جهت اکثری کردن رفاه زندگی و ارتقای کیفیت زندگی مستلزم پدیده‌هایی است که بسیار قابل توجه‌اند. از جمله این پدیده‌ها، می‌توان به استخدام دین‌ورزی جهت ازدیاد درآمد و ارتقای میزان تمول اشاره کرد.

۴. نتیجه‌گیری و سخن آخر

در نوشتار حاضر، رفاه به بهره‌مندی فرد از امکانات زندگی (در حوزه‌های مختلف جسمی، روانی، اجتماعی، و غیره) تعریف شد، امکاناتی که آلام جسمی و استرس‌های روانی را به حداقل می‌رسانند و رسیدن انسان به اهداف زندگی را میسر می‌سازند. در دوران پست‌مدرنیته، با گسترش و تنوع فوق‌العاده رفاه، فرهنگی شکل گرفته است که می‌توان از آن به «فرهنگ رفاه» تعبیر کرد. فرهنگ رفاه به معنی اصالت یافتن رفاه مادی و اومانستی است که نظام معنایی خاصی در پس آن نهفته است: ابراز وجود سوژه احساس‌گرا و سطحی.

افزایش رفاه در جامعه می‌تواند از طریق ایجاد احساس خودبستگی در انسان‌ها زمینه‌ساز کاسته شدن رابطه آن‌ها با خداوند شود و فضایی نظیر توکل را مخدوش سازد. شهروندان فرهنگ رفاه، با اصیل دانستن رفاه، در معرض محافظه‌کاری قرار می‌گیرند و از درک و همدلی با آخرت‌گرایی دین و آرمان‌های بلند آن دور می‌شوند. اومانسیم و سوژه‌محوری نهفته در فرهنگ رفاه به انسان در برابر خداوند اصالت می‌بخشد و رابطه تکلیف‌محور انسان با خدا را از میان می‌برد. در این میان، آنچه انسان‌ها را به یک شبه‌دین‌داری سوق می‌دهند اموری از این دست هستند: احساس نیاز به هویت فردی و معنای زندگی، عاطفه‌گرایی، گرایش به اسرار و رمز، خودشیفتگی شهروندان فرهنگ رفاه که خود-شکوفایی و ابراز خویشتن (self)، تیمار خود و خویمارانگاری را در پی دارد و، نهایتاً، تبلیغات و بازاریابی‌های گروه‌های معنویت‌گرای نوپدید.

با نگاهی مختصر به گروه‌های معنویت‌گرای نوین در نقاط مختلف جهان، می‌توان به‌روشنی دید که چگونه دین‌ورزی به تأصل و ارزش رفاه گره خورده است، بلکه

دین‌ورزی و دین‌داری، اصولاً، عبارت شده است از کشف رازهای گیتی و آن‌ها را به خدمت رفاه خویش درآوردن، ثروتمندی، شاد و بشاش زیستن و اموری از این دست. آن‌چه در گروه‌های معنویت‌گرای نوین می‌توان مشاهده کرد مدلی جدید از دین‌داری است که با دین‌داری سنتی کاملاً متعارض است. اگر دین‌داری سنتی نگاهی متعالی و وحیانی به دین داشت و دین را نازل‌شده از آسمان و از سوی مابعدالطبیعه می‌دانست، مدل جدید دین‌داری نگاهی زمینی به دین دارد و آن را دست‌ساخته بشر می‌داند. در این نگاه، دین ترکیبی استحسانی از عناصر گوناگون است که سرجمع آن می‌تواند در خدمت رفاه روانی و مادی انسان قرار گیرد. تفاوت فاحش این مدل با مدل سنتی دین، نه تنها در محتوا است که بدان اشاره شد، بلکه در کلیت نوع نگاه به دین و کارکردهای دین نیز هست.

مقاله حاضر در پی ارائه راهکار برای نوع مواجهه با فرهنگ رفاه نبوده است، اما به‌اجمال می‌توان چنین نتیجه گرفت که نگاه وحیانی به دین با فرهنگ رفاه، به معنایی که گذشت، تعارض جدی دارد. اگرچه راهکار مناسب فروکاستن از رفاه و تکنولوژی‌های رفاه‌زا نیست، باید با فعالیت فرهنگی به مقابله با ایجاد ناخواسته پیامدهای فرهنگی رفاه شد. توضیح و تبیین پیامدهای نامطلوب فرهنگی رفاه می‌تواند گام مؤثری در شکل‌گیری افکار عمومی راجع به مضرات فرهنگ رفاه و پرهیز هرچه بیشتر از آن در تربیت نسل‌های بعد باشد.

فهرست منابع

۱. آرون، ریمون، *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه باقر پرهام، علمی و فرهنگی، تهران، ۱۳۷۷.
۲. استریتن، پی، «رفاه»، ترجمه فریبرز رئیس‌دانا، در: *جولیوس گولد و ویلیام کولب (ویراستاران)، فرهنگ علوم اجتماعی*، ترجمه گروهی از مترجمان به ویراستاری محمد جواد زاهدی مازندرانی، انتشارات مازیار، تهران، ۱۳۷۶.
۳. استوری، جان، *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه حسین پاینده، نشر آگه، تهران، ۱۳۸۶.
۴. اسلیتر، دن، و فرن تونکیس، *جامعه بازار، بازار و نظریه اجتماعی مدرن*، ترجمه حسین قاضیان، نشر نی، تهران، ۱۳۸۶.

۵. بل، دنیل، «فرارسیدن جامعهٔ پسا صنعتی»، ترجمهٔ محمد شکری، در: متن‌هایی برگزیده از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم، لارنس کهون (ویراستار)، صص. ۴۵۶-۴۴۲، ۱۳۸۴.
۶. پتریک، تونی فیتز، نظریه رفاه، سیاست اجتماعی چیست؟، ترجمهٔ هرمز همایون‌پور، انتشارات گام نو و مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی، تهران، ۱۳۸۱.
۷. تراسبی، دیوید، اقتصاد و فرهنگ، ترجمهٔ کاظم فرهادی، نشر نی، تهران، ۱۳۸۲.
۸. گیبینز، جان، و بو ریمر، سیاست پست‌مدرنیته، ترجمهٔ منصور انصاری، گام نو، تهران، ۱۳۸۱.
۹. لیتل، دنیل، تبیین در علوم اجتماعی (درآمدی به فلسفه علم الاجتماع)، ترجمهٔ عبدالکریم سروش، نشر مؤسسه فرهنگی صراط، تهران، ۱۳۷۳.
۱۰. لیوتار، ژان فرانسوا، وضعیت پست‌مدرن، گزارشی دربارهٔ دانش، ترجمهٔ حسینعلی نوذری، گام نو، تهران، ۱۳۸۱.
۱۱. وبر، ماکس، روش‌شناسی علوم اجتماعی، ترجمهٔ حسن چاوشیان، نشر مرکز تهران، ۱۳۸۴.
۱۲. ویلیامز، ریموند، «جادوی تبلیغات»، در: سایمن دورینگ (ویراستار)، مطالعات فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران، مؤسسهٔ فرهنگی آینده پویان، تهران، ۱۳۷۸، صص ۳۳۷-۳۵۸.
13. Bell, Daniel, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basic Books, New York, 1976.
14. Bode, Ingo, *The Culture of Welfare Markets*, Routledge, New York, 2008.
15. Inglehart, Ronald, *Modernization and Postmodernization, Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*, Princeton University Press, 1997.
16. Pakulski, Jan, *Postmodern Social Theory*, in: *The New Blackwell Companion to Social Theory*, Bryan S. Turner (ed.), Wiley-Blackwell, 2009, 251-280.
17. Trentmann, Frank, *The Modern Genealogy of the Consumer*, in: John Brewer and Frank Trentmann (eds.), *Consuming Cultures, Global Perspectives*, Berg, Oxford and New York, 2006, pp. 19-70.
18. Weale, Albert, *Welfare*, in: Edward Craig (ed.), *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, London and New York, Routledge, 1998, 9/ 702-706.
19. Woodhead, Linda and Paul, Heelas, *Religion in Modern Times*, Blackwell, 2000.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی