

## تولید و عرضه معنویت در بازار مصرف سرمایه‌داری\*

\*\* رسول حسین پور

\*\*\* سیدمرتضی حسینی شاهرودی

### چکیده

موضوع این نوشتار شخصی‌شدن پدیده دین‌داری و کالاشدگی مقوله معنویت است که یکی از مسئله‌های عصر فرانوگرایی و انسان مضطرب دنیای فناوری شده است. سال‌ها جست‌وجو در پی نیاز فطری انسان - پیوند با فراماده - که با گریز فراوان از دین‌مداری همراه بود، گزیری از پذیرش نسخه‌های بدلی ادیان جانشین و صورتکی از عرفان‌های خودبنیاد به بار نیاورد. نظام سرمایه‌داری سایه‌ای فراخ بر سر بازار اقتصاد مغرب و مشرق گستراند و «مصرف» را سراسر هستی و چیستی انسانیت جلوه بخشید. در نتیجه «مرجعیت معنوی» که تا دیرگاهی برخاسته از نهادهای سنتی بود از میان رفت. «فرهنگ و دین» تن‌پوشی اقتصادی به تن کردند و با نشان‌های تجاری گونه‌گون در بازار تجارت دینی، چونان کالایی پُرخریدار به فروش رسیدند. روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی به همراه



\* این مقاله از طرح پژوهشی «معنویت‌های بی‌شریعت؛ خیزش خردستیزی عصر جدید» در بنیاد پژوهش‌های اسلامی گرفته شده است.

\*\* کارشناس ارشد فلسفه و کلام اسلامی، پژوهشگر بنیاد پژوهش‌های اسلامی (نویسنده مسئول)

hoseinpour8@gmail.com

shahrudi@um.ac.ir

\*\*\* استاد گروه فلسفه و حکمت اسلامی دانشگاه فردوسی مشهد

نقد رویکرد جدید غرب به دین و معنویت است؛ ساحتی که انسان عصر جدید دست خویش را در گزینش آنچه او را به فراماده پیوند می‌دهد آزاد دیده و معنویت‌های نوپدید نیز در بستر شعار «دین طبق سفارش شما»، فعالیتی پُرسود برای خود آفریدند. هدف این مقاله نیز اثبات این مسئله است که غرب پس از دوره شکوفایی، دوره زوالی را تجربه کرده است که با نادیده‌انگاری پیوند دین و معنویت و گرایش به معنویت خودساخته، ساحت قدسی عالم را از زمین جدا کرد و اگرچه به فرامادی‌گرایی روی آورد، با این حال مرتبه فرامادی هستی را این جهانی نگرست.

### کلیدواژه‌ها

عصر جدید اضطراب، معنویت، دنیوی‌شدن، فرامادی‌گرایی، شخصی‌شدن و انفسی‌سازی دین.

### مقدمه

می‌دانیم که دین مفهومی است که در طول تاریخ اندیشه بشری نگاه‌ها و تفسیرهای گوناگونی به خود دیده است و بهتر است بدانیم که معنویت نیز مقوله‌ای است که تن‌پوشی به‌شمار ادیان، اقوام، سرزمین‌ها و فرهنگ‌ها به تن کرده است. با محوریت انسان و صدور فتوای «خودت انجامش بده» یا «با مرجعیت معنوی ضدیت کن» (حمیدیه، ۱۳۸۹: ۱۹۸-۱۹۹؛ Chris, 2000)<sup>۱</sup> بستر آزادی‌گزینش و حق انتخاب انسانی در پهنایی گسترانده شد که نتیجه‌اش کالاشدگی معنویت، شخصی‌سازی دین و نشان‌دارشدن آن در بازار مصرف سرمایه‌داری بود. مسئله معنویت که تا مدت‌ها از مسیر ادیان نهادینه به زندگی بشر وارد می‌شد و جایگاهی قدسی و فرامادی داشت، مسئله کوچکی نبود؛ زیرا مطالعات اقوام‌شناسی بر روی انسان‌های نخستین گواه آن است که گرایش‌های معنوی در میان آنها نیز وجود داشته است (زمانی، ۱۳۸۱: ۲۶). پس اگر معنویت تا این اندازه مهم نبود، بشر تکامل یافته در عرصه‌های مادی و پیشرفته در

۱. از این عنوان با عبارت خودمختاری دینی و سیطره «اصالت اراده» در آمریکا یاد می‌شود (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۱۱۷).





فناوری‌های صنعتی را که بهترین‌ها را برای زندگی این جهانی خود تأمین کرده است با شتاب به سوی خود نمی‌کشاند؛ علت این امر آن بود که «پیشرفت و توسعه علمی و فنی او را به جلو راند، اما بالا نبرد».

گزارش‌ها و پژوهش‌ها گویای آن است که بسیاری از اروپاییان و آمریکاییان که به دلیل ناخشنودی از دین‌های سنتی و نهادهای دینی (مسیحیت)، در پی امری مقدس بودند و به ارمغان توشه‌های دین سنتی علاقه‌ای نداشتند، معنویت را در فضایی کاملاً باز برگزیدند. بر این اساس، از آنجا که سرشت قدسی آدمی به فراماده‌گراییش شدید دارد، انسان عصر جدید «معنویت شخصی و دین انتخابی» را برگزید تا ثابت کند که بدون دین سنتی نیز می‌توان معنوی بود (هارتز، ۱۳۸۷: ۶۷). این حق انتخاب که محصول نظام سرمایه‌داری و رسوخ انگاره‌های دنیاگرایی و دنیوی‌اندیشی در زندگی انسان جامعه مصرفی بود، سبب گردید که نگرش به آموزه‌های قدسی و معنوی - که به حاشیه‌راندن آنها در تاریخ ناممکن بود - کاملاً مادی و به دور از چارچوب‌ها و اصول تجردانگاران هستی به پیش رود. اگرچه با ارائه دیدگاه «فرامادی‌گرایی» در آرای رونالد اینگلهارت و دیگرگونی ارزشی برای نسل جوان جامعه غربی، نوید معنویت‌گرایی تا اندازه‌ای رواج یافته، ولی چنین خیزشی همچنان با فرگشتی نزولی و پیامدی مادی برای انسان عصر جدید رخ نمود تا «معنویت و دین» در پایین‌ترین معانی خود «فرح‌بخشی و شادکامگی، کالاشدگی و آرام‌بخشی» جلوه‌گری کند (حمیدیه، ۱۳۸۹: ۱۹۳) و اندوهی دوباره در عرصه نیازهای فراطبیعی برای بشر غربی به بار آورد.

مسئله پژوهشی این نوشتار کالاشدگی معنویت و شخصی‌کردن دین یا به عبارتی همان دین‌داری در لباسی نو است. نخستین پرسش این است که چرا معنویت که واژه‌ای کهن و ریشه‌دار است، برای مغرب‌زمین به‌عنوان کالایی نو، پُر زرق و برق و عامه‌پسند گردیده است؟ پرسش دوم اینکه چرا پس از ظهور فرامادی‌گرایی و فرانوگرایی، با وجود التزام به ادیان سنتی در میان برخی از اروپاییان و آمریکاییان، این معنویت بود که جای دین نشست و به تولید آن، هم‌ارز دیگر کالاهای مصرفی اقدام شد؟

## ۱. واکاوی چند سند تاریخی

کاستی‌های مؤلفه‌های برخی ادیان سنتی همچون کلیسا<sup>۱</sup> و عملکرد بد برخی روحانیان آنها و البته دل‌بستگی فطری به معنویت، راه‌گزینی برای انسان عصر روشنگری (خرد) و نوگرایی گرفتار در عقلانیت ابزاری باقی نگذاشت. نمی‌توان برای آنچه از درون سرچشمه دارد، اعلام بی‌نیازی کرد. از این‌رو، انسان مدرن پس از مدت‌ها آن را محور زندگی قرار داد، ولی امر فرامادی را این‌جهانی‌نگریست. کاندینسکی دربارهٔ سرافکنده‌گی معنوی غرب می‌نویسد:

جان‌های ما که پس از سال‌ها مادیت، اکنون دوباره بیدار شده، هنوز آغشته به یاسی است که از بی‌ایمانی و بی‌هدفی برمی‌خیزد. کابوس مادی‌گرایی که زندگی را بدل به بازی شوم و بی‌معنا کرده بود، هنوز به پایان نرسیده است؛ هنوز جان‌های بیدار را به تیرگی می‌کشد؛ فقط نوری ضعیف سوسو می‌زند ...  
(الیاده، ۱۳۷۴: ۲۴۱).

پل والرئو چهرهٔ ادبی فرانسه، در ۱۹۱۹ در مقاله‌ای توجه خوانندگان را به بحرانی‌کشاننده که در سدهٔ بیستم ذهن اروپاییان را فرا گرفته بود: شکوه و فرود اروپا چرا؟ در شکوه و شوکت اروپا شکی نبود، زیرا سده‌ها رهبری فکری و فرهنگی جهان را در دست داشت و مروارید و خطهٔ برگزیدهٔ کرهٔ خاکی بود که ترکیب مطلوبی از ویژگی‌ها و از جمله برخوردار از تخیل والا، شکاکیت و کنجکاوی بی‌طرفانه و اشتیاق آمیز بود، ولی چنین وضعی در حال سپری‌شدن بود. حساس‌ترین مسئله «بحران فکری و معنوی» بود که زمینه‌ساز عصر جدید اضطراب (New age) گردید؛ اصطلاحی که اروپاییان برای قارهٔ خود برگزیدند. پل تیلش دربارهٔ این اصطلاح می‌گفت: «امروزه توصیف عصر

---

۱. معنویت‌پژوهان غربی یکی از مهم‌ترین موارد را پروتستان برشمرده‌اند که خاستگاه آغازین تعصب فرهنگی علیه مرجعیت معنوی گردید (Tong, 2000: 1). هرچند پروتستان به معنای مخالف سرسخت کلیسای کاتولیک است (توماس میشل، ۱۳۸۱: ۱۰۸ و ۱۰۹)، ولی رابرت مک آفی براون چند پنداره را درباره برداشت‌های نادرستِ تعمیم‌یافته از این آیین به پیش می‌کشد که در ضمن آن، از جمله اعتراض‌گونگی و حق داوری خصوصی (آزادی اندیشهٔ دینی) را از پروتستان‌بسم رد می‌کند (نک: براون، ۱۳۸۲: ۴۰-۵۲).





حاضر به عنوان عصر اضطراب، توصیفی بدیهی است». او شکل خاصی از اضطراب را - بی‌معنایی - که دامنگیر اروپای سده بیستم شده بود می‌نگریست. به باور او ریشه این اضطراب در نبود کانونی معنوی در جهان نوگرا نهفته بود؛ کانونی که بتواند به مسئله معنای زندگی پاسخ دهد.<sup>۱</sup>

پیدایش مفهوم جدید معنویت در پوشش واژگان «شخصی شده»، «تجربه درونی» و «احساس»، در مباحث عصر روشنگری و نیز جایگاه دین در قلمرو «انتخاب شخصی» ریشه دار است. این پدیده در غرب با ظهور فرایندهایی چون «فردگرایی» و «خودآگاهی نوگرا»، از تشخصی خودمختار همراه گردید. دین وارد قلمرو حق انتخاب و سبب مصرف مردم شد و بستر گسترش عصر جدید را با شعار آزادی در گزینش فراهم گردانید و با برگردان سنت‌های شرقی به معنویت‌گرایی شخصی و درونی‌نگر، اندکی از دغدغه‌های اجتماعی آمریکا و اروپا کاست (نک: حمیدیه، ۱۳۸۹: ۱۹۲؛ ۸۸؛ Carrette and others, 2005). در واقع معنویت عصر جدید، واخواهی به پادشاهی دانش، جهان‌شناسی و اقتصاد قرن نوزدهم بود و نمادی از پس‌زدن عقل‌گرایی غیرمذهبی و نگرش‌های مادی‌گرایانه دانش، مصرف‌گرایی و مذهب رسمی و نهادهای مغرب‌زمین (وست، ۱۳۸۷: ۱۰۰).

پس از جنگ جهانی دوم، تفسیر معنویت دو پیامد مهم به بار آورد که تنش‌های پس از عصر روشنگری (سده‌های هجدهم و نوزدهم) را در دل داشت.<sup>۲</sup> واژنش مادی‌گرایی و به بیان دیگر چرخش به فرامادی‌گرایی و گریز از دین نهاده شده (مسیحیت) از یک سو و پذیرش و گرایش شدید به فرهنگ و سنت‌های عارفانه شرقی از سوی دیگر، غرب را به سوی شرقی شدن کشانید. با جای‌گیری روان‌شناسی برای نمونه‌ای از

۱. آرتور کستلر پس از جنگ جهانی دوم، انسان سده بیستم را روان‌پریش سیاسی دانست که هیچ پاسخی به مسئله معنای زندگی ندارد و به لحاظ اجتماعی و فراطبیعی نمی‌داند متعلق به کجاست (لوفان بومر، ۱۳۸۰: ۸۰۵ و ۸۰۶؛ ۸۰۹ و ۸۱۰).

۲. دوران روشنگری، عصر ارتقای جایگاه خرد انسانی بود. عقل‌چونان داور و حکم‌کننده حقیقت، جایگزین مکاشفه‌ای شد که از بیرون بر انسان بار شده بود. شعار عصر روشنگری این بود: به چیزی ایمان دارم که بتوانم درکش کنم (گرنز و اولسن، ۱۳۹۰: ۲۵).

«علم النفس»، برداشتی غیردینی و نو از معنویت پدیدار شد.<sup>۱</sup> این سایه تغییر در جوامع سرمایه‌دار نوگرا، بسیاری از سنت‌های نهادینه غربی را از زبان کیهان‌شناختی «علمی» دور کرد و با اسطوره‌زدایی، زبان روان‌شناسانه و درونی‌شده «معنویت» را جایگزین کرد؛ این پیش‌بینی را کارل یونگ کرده بود:

به نظر کاملاً درست می‌آید که شرق در رأس تغییر معنوی‌ای باشد که ما امروزه در حال گذر از آن هستیم. البته این شرق صومعه‌ای تبتی مملو از مهاتماها نیست، بلکه به تعبیری در درون ماست. اشکال معنوی جدید از اعماق زندگی روانی خود ما سر برمی‌آورند (carrette and others, 2005: 43).

در سال‌های پایانی، فرایند بازاریابی دینی تا حد زیادی بر فرهنگ اروپا و آمریکا چیره گردید. بنا به گزارش‌ها و پژوهش‌های اندیشمندان غرب، مردم برای گزینش دین آزاد شدند. به عبارتی دیگر، شرایط اروپا و آمریکا به گونه‌ای گردید که «اگر مادری فرزند خود را به نهاد دینی خاصی می‌فرستاد، این انتخاب، انتخاب نبود». با حذف فشار خانواده برای شرکت در مراسم‌های مذهبی، دیگر بدنامی اجتماعی برای نرفتن به چنین مکان‌هایی از میان برداشته شد. افزون بر این، در سی سال گذشته، افزایش رسانه‌ها (تلویزیون‌های کابلی و عمومی، ماهواره و اینترنت) و تبلیغات بستر پیوند افراد جامعه با بازاریاب‌ها گشت و سطح خواسته‌ها را به منظور فراهم‌ساختن آسایش‌های دینی و معنوی تقویت کرد (Einstein, 2008: 7). بر این اساس ضروری بود، اگر ادیان (نو) به‌عنوان کالا قلمداد می‌شوند، برای آنان نشان تجاری درج گردد. بیشتر ادیان سود یکسانی برای خریداران خود فراهم می‌کنند که همان رستگاری و آرامش روان و ذهن است؛ هر چند که محصولات دینی آنها به گونه‌های متفاوتی بسته‌بندی می‌گردد. پس به منظور تمایز نهادن میان یک دین با ادیان دیگر، ناگزیر باید خدمات ارائه‌شده، ارزش افزوده و

۱. برخی روان‌شناسان انسان‌گرا به دین بی‌توجه نبودند، ولی آنها دین را پدیده‌ای می‌نگریستند که در بستر تاریخی-اجتماعی، حامل معنویت بوده است. پافشاری اینان بر جداانگاری دین نهادینه و فردی، بدین منظور بود که گرچه دین دربردارنده و برانگیزنده تجربه‌های معنوی است، در قالب نهادینه‌اش تهی است (الکینس، ۱۳۸۵: ۸۷).





نمادهای آنها را سنجید و این همان نشان‌دارشدن ادیان است. بستر پیدایش نشان‌های

دینی معاصر را می‌باید در سه مسئله دانست:

۱. رقابت با فعالیت‌های تفریحی و اختیاری؛

۲. رقابت با اطلاعات فرهنگی انبوه؛

۳. کاهش گرایش نوجوانان و جوانان به دین (سنتی) نسبت به گذشته.

مسئله سوم مهم‌ترین دغدغه معاصران در حوزه معنویت‌های نو گردید. با توجه به پژوهش‌های انجام گرفته، در فعالیت‌های دینی و معنوی جوانان نسبت به چهار نسل پیشین خود، شکاف بسیاری مشاهده شد و این مطلب به مسیحیان اختصاص نداشت. نوجوانان و جوانان برای بازاریاب‌های محصولات مصرفی دینی، گروه‌های هدف بسیار مهمی به‌شمار آمدند و بی‌شک تشویق جوان به خریداری کالای دینی نشان‌دار خاص، پایندگی آن کالا و نشان را نیز ضمانت می‌کرد (Ibid.: 13, 193, 194).

## ۲. فرایند دنیاگرایی و دنیوی‌اندیشی

پس از جنگ جهانی کار اساس زندگی انسان شناخته شد. نخست برای زنده ماندن، سپس برای بهتر زیستن و معنای جدید زندگی انسان غربی این گردید که «می‌خواهم چیزی را برای خود و خانواده‌ام به دست آورم». دیری نپایید که همه امور معنابخش به کار و تجربه با بحران مواجه شدند و مبنای ارزش‌گذاری جامعه فرسوده گردید. اخلاق که عهده‌دار آموزش «خوبی و بدی» به انسان را دارد، امری تصادفی قلمداد شد، زیرا نظام‌های پیشین معنا و مرجعیت ادیان سنتی‌ای مانند کلیسا توان گذشته خود را از دست داده بودند. در ساحتی این‌چنین، سفارش‌های نیک روان‌درمان‌گرهایی که در پی معنا بودند، هرچه بیشتر به‌سوی شخصی‌شدن - گاه پندار آلوده - پیش رفت. یکی از پژوهشگران معناپژوهی در این زمینه می‌نویسد:

با توجه به خلأ معنا که در حال آشکارتر شدن است، باید معنا را در خود بیابید، بر روی خود کار کنید و استعدادهای خود را فعلیت بخشید، اخلاق و اهداف خود را توسعه دهید و معنای خود را در زندگی کشف کنید. فرض کنید که هرچه می‌اندیشید معنادار است (کونگ، ۱۳۹۱: ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۹ و ۱۲۰).

مادی‌گرایی وضع روحی و فرهنگ اجتماعی‌ای را نگاره‌گری می‌کند که در نتیجه آن، امور دنیای اصالت یافته و سودمندی‌های مادی بر امور فرامادی رجحان می‌یابد و هر آنچه بیرون از این دایره باشد، بی‌معنا تلقی می‌شود. از سویی دیگر، دنیوی‌گری (سکولاریسم)، فضایی را می‌آفریند که به دین اجازه فعالیت در ساحت اجتماع و نهادهایی همچون: آموزش، تربیت، اخلاق و هنر داده نمی‌شود. بر این اساس، ژرفکاوای در قلمرو حسی اوج می‌گیرند و فراطبیعت نه تنها از زندگی بشری جدا می‌شود، بلکه ضدیت و مخالفت با دیدگاه‌های معنویت‌گرا آغاز می‌گردد. به سخنی دیگر، امور فرامادی در پوششی تردیدآمیز و ناواقعی معرفی گشته و چهره‌ای ناکارآمد در زندگی و تشخیص‌ناپذیر در حوزه شناخت و معرفت به خود خواهند گرفت (موفق، ۱۳۸۸: ۳۷-۳۹).

معنویت‌زدایی - روی دیگر مادی‌گرایی - به تاریخ دین‌زدایی و علمی‌شدن در اروپا پیوند خورده است. تاریخ پژوهان میان زندگی شخص مسیح ۷ و سرنوشتی که مسیحیان دچار آن گشتند تفاوت می‌بینند. بر اساس این روایت، آموزه‌های مسیحی به گونه‌ای بایسته وارد زندگی اروپاییان نگردید. نگارش انجیل سیاه به قلم سوانتس واکنشی به رخداد ارزیابی شده است (زمانی، ۱۳۸۱: ۳۲). نهادی دینی چون کلیسا، افزون بر اینکه در ارائه معنای آموزه‌های الهیاتی کم‌کاری کرد، رفتار مناسبی نیز با دانشمندان و صاحبان اندیشه روانداشت و سرایشی تندی برای غرق شدن در مادی‌گری پیش‌پای مردمانش فراهم کرد. طبیعی است اگر چستی موجودی فرامادی که در والاترین جایگاه قدسی و در اوج معنویت جای دارد (خداوند)، به درستی برای اندیشمندان تبیین نگردد - آن هم از سوی کسانی که صلیب به گردن آویخته‌اند - انزجار از آموزه‌های دینی را در تاریخ تثبیت خواهد کرد؛ پیامدی که عوام جامعه را نیز در پوشش می‌گیرد (مطهری، ۱۳۸۰: ۶۵-۶۹).

دنیوی‌اندیشان روزگاری را به این امید گذراندند که با پیشرفت دانش تجربی، روشن‌اندیشی و تدوین اخلاق جدید انسان‌گرایانه، پندار‌گونگی دین را بیشتر برجسته کنند و جاذبه‌های آن را سست و نابود سازند و رمیدگی را جایش بنشانند (تیلور، ۱۳۸۷: ۱۱۱). با پیدایش نهضت علمی و خیز صنعتی شدن مغرب‌زمین و جلوه‌گری ماده در اندیشه‌ها، ساحت آسمان از زمین جدا گردید؛ کلیسا و اندیشه‌های مذهبی کنار رفت و جنبشی







مردم سالارانه پدید آمد. عقل‌گرایی (افسون‌زدایی)<sup>۱</sup> و انسان‌گرایی موجب رواج دانش (دنیوی) گردیدند<sup>۲</sup> و به تدریج دنیاگرایی در میان عوام و دین‌داران پدیدار شد. پروتستانیسیم که از دل فضای مذهبی کلیسا بیرون جهید، نخستین گام‌ها به سوی شخصی‌سازی دین<sup>۳</sup> و آسان‌سازی روند دنیاگرایی را به دوش گرفت.

در دنیاگرایی یا به تعبیری دنیوی‌سازی<sup>۴</sup> - که پرش از جامعه مقدس به جامعه دنیوی است - پای‌بندی‌های جامعه به ارزش‌ها و عملکردهای سنتی رها می‌گردد و تصمیم‌ها، اندیشه‌ورزی‌ها و کنش‌ها، فایده‌گرایانه انجام می‌شود. چنین قلمروی از دنیاگرایی، از هر معنای دیگر آن گسترده‌تر است؛ از این رو، قلمرو اجتماع و سیاست از شایستگی امور مقدس برکنار خواهد بود. افزون بر این، دیگر قلمروهای غیرمذهبی نیز تحت فرایند عقلانیت و کاربرد اندیشه‌ها و روش‌های علمی قرار خواهند گرفت. با شکاف پدیدآمده میان دین، دانش و جامعه دیگر برای دادخواهی و درخواست شرایط بهتر، به آموزه‌های دینی مراجعه نخواهد شد، بلکه نهادهای سیاسی و اجتماعی برای تولید معنویت بسنده‌اند (همیلتون، ۱۳۸۹: ۲۹۰ و ۳۰۲؛ میرچا الیاده، ۱۳۷۴: ۱۲۹، ۱۳۱ و ۱۳۴).

۱. اصطلاح یادشده با نام ماکس وبر (که گفته می‌شود او هم از فردریک شیلر گرفته) همراه است و گویا جز در ادبیات او جای دیگری مشاهده نشده است. این اصطلاح که خویشاوندی معنایی با تقدس‌زدایی دارد - با این تفاوت که گستره ماورایی آن محدودتر است - با عقلانی‌شدن همه چیز ارتباط دارد، زیرا شناخت‌های غیرجدی، از توجه بیرون گشته و قلمرو اندیشه، کاملاً به ابزارهای محاسبه‌پذیر عقلانی سپرده خواهند شد. به باور وبر، گستره معنایی این اصطلاح - افزون بر جادو - دین را نیز دربر گرفته است (شجاعی‌زند، ۱۳۸۱: ۶۱ و ۶۲).

۲. وبر گفته است: «رشد عقلانیت در غرب، کلید فهم فراگرد دنیاگرایی است» (همیلتون، ۱۳۸۹: ۲۹۶).

۳. فرایند خصوصی‌شدن دین را پارسونز در روند دگرگونی‌های جاری در زیرساخت اجتماع، برای آینده دین‌داری در جوامع مسیحی غرب پیش‌بینی کرده بود. مک‌کویپر این فرآیند را مکملی می‌داند که از پی‌فرایندهای «تمایزیابی ساختی»، «متکثرشدن» و «عقلانی‌شدن جامعه» بروز می‌کند و دو شاخصه دارد: ۱. هویت‌یابی با بسندگی به منابع هویت‌بخش در سپهر خصوصی؛ ۲. تکثر و گونه‌گونی گروه‌های مرجع (شجاعی‌زند، ۱۳۸۱: ۶۲).

۴. دنیوی‌شدن، گذار از دین به غیر دین و یا جلوگیری از رسوخ دین در بخش‌های گوناگون زندگی اجتماعی بر حسب قلمروبندی حدود کارکردهای ساختی آن است. این مفهوم، تاریخ‌مند است و در طی عمر گرانبارش - از زدایش دین تا تغییر کارکردهای چندبعدی آن - در حیطه ساخت جامعه تحول یافته است و گستره معنایی آن سه دوره توصیفی، نظری و نوین را در بر گرفته است. آنچه در بالا از دنیوی‌سازی ارائه گردید، به دوره نظری اشاره داشته است (زمردی، ۱۳۸۴: ۹ و ۱۱).

حقیقت این است که انسان عصر علمی شده، آگاهی نداشت که توان زدایش یا چیرگی بر تصرف در غایت حقیقت دین را ندارد، بلکه شاید تنها بتواند آن را در زیر فضای سنگینی از نظام‌های علمی، فکری و ابزارهای دست‌ساز، بی‌رنگ و نادیدنی گرداند. در واقع دنیوی‌سازی، دین را از جامعه علمی شده بیرون نراند، بلکه مذهب‌هایی را رواج داد که کارکرد چندانی بر سراسر جامعه نداشتند (همیلتون، ۱۳۸۹: ۳۱۴؛ دائرةالمعارف طهور: tahoor.com) و جاده پهنی برای گزینش انسان غربی در پوشش یک مصرف‌کننده نسبت به معنویت‌های نو فراهم کرد:

دنیوی‌سازی فرایند معاصر است که به‌واسطه آن آداب و رسوم و نهادهای دینی، نفوذ و اهمیت خود را از دست می‌دهند و در عملکرد نظام اجتماعی - که در آن موجودیت دارند - به حاشیه رانده می‌شوند (York, 2001: 362).

بلا در استدلالی، معنای دنیاگرایی را بخشی از انگاره جامعه نو می‌داند که اساس آن از واکنش جنبش روشن‌اندیشی در برابر سنت مذهبی مسیحی سرچشمه گرفته است. دنیاگرایی روزافزون در پوشش افسانه‌ای که به‌لحاظ عاطفی، تفسیری یکپارچه از واقعیت به دست می‌دهد، تا اندازه‌ای کاراست. از سوی دیگر، چون دین کارکردهای اجتماعی ضروری در خود دارد، طولی نمی‌کشد که دوباره در بستر فرهنگی زندگی جای خواهد گرفت، اما ممکن است دیگر هیچ‌گاه همانند گذشته چهره‌ای سنتی نداشته باشد، بلکه لباس نوگرایی بر تن خواهد کرد (همیلتون، ۱۳۸۹: ۲۸۸، ۳۰۰ و ۳۰۱).<sup>۱</sup>

### ۳. چرخش از مادی‌گرایی به فرامادی‌گری

رونالد اینگلهارت (۱۹۳۴) جامعه‌شناس و اندیشمند سیاسی، در ۱۹۷۰ با تمرکز بر نسل جدید (جایگزینی نسل جوان بر پیران جامعه)، دیدگاهی با نام دگرگونی ارزشی مطرح کرد که به نظریه پست‌ماتریالیسم شناخته شد. بر اساس این انگاره، نیازهای مادی ارضاننده بر نیازهای روحی (ذهنی) مقدم‌اند و در تاریخ ثابت شده که انسان‌های گرسنه

۱. این مسئله را در مباحث پایانی به اثبات می‌رسانیم.



تنها به فکر به دست آوردن غذا و نیازهای اولیه حیاتی خود هستند و آن‌گاه که خود را در رفاه دیدند، به نیازهای معنوی روی می‌آورند. بنابراین، در فرامادی‌گرایی به فرایندی جهانی پرداخته می‌شود که در آن نیازها و اولویت‌های مادی به سوی اولویت‌های فرامادی در حال چرخش هستند؛ با این وصف که چنین رویدادی تنها در کشورهای رخ می‌دهد که از وضعیت بد اقتصادی به بهبودی اقتصادی گام برداشته باشند. بی‌گمان چنین تعبیری گویای پیوند توسعه اقتصادی و دگرگونی ارزشی است (Inglehart, 1994: 336). اینگلهارت دو فرضیه پیش‌بینی‌کننده برای دیدگاه خود دارد: ۱. فرضیه کمیابی (Scarcity Hypothesis)؛ ۲. فرضیه اجتماعی‌شدن (socialization hypothesis). فرضیه نخست دلالت دارد که شکوفایی اقتصادی به گسترش ارزش‌های فرامادی می‌انجامد و فرضیه دوم بیانگر این است که ارزش‌های فردی و جامعه این‌گونه نیستند که یک‌شبه تغییر یابند، بلکه به گونه‌ای نامحسوس دگرگون می‌شوند؛ بدین شکل که نسل جوان‌تر جامعه جایگزین نسل پیر می‌شود: «فرضیه کمیابی به دگرگونی‌های کوتاه‌مدت... اشاره دارد؛ دوره‌های رونق که به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی که به مادی‌گرایی می‌انجامد (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۷۳-۷۶؛ Inglehart, 1985: 103).

نظریه اینگلهارت دیدگاه‌های مخالفی نیز داشت<sup>۱</sup> و برای همه کشورهای اروپایی یکسان نبود. فرامادی‌گرایی برای برخی کشورها در جوامع فراصنعتی،<sup>۲</sup> در قالب گرایش به خدا و ایمان تغییر یافت و حتی عامه مردم شکل‌های پیچیده‌تری از مصرف‌گرایی، مادی‌گرایی و لذت‌گرایی را گسترش بخشیدند، ولی در برخی کشورها پیامدهای

۱. از جمله کلارک و دات که معتقدند افزایش بیش از حد بیکاری موجب افزایش ارزش‌های فرامادی گردیده است.

۲. اصطلاح فراصنعتی را در دهه ۱۹۶۰-۱۹۷۰ برخی جامعه‌شناسان به کار گرفتند. درباره این اصطلاح تعبیرهای بسیاری ارائه شده که از جمله آنها به جامعه‌ای گفته می‌شود که در حوزه تولید دارای تغییراتی باشد که از پیشرفت دانش و فناوری سرچشمه گرفته است. پژوهشگران شناخت نظری را در تشکیل اصل محوری جامعه فراصنعتی بسیار مهم قلمداد کرده‌اند. درحالی که جامعه صنعتی گرد محور هماهنگ‌سازی کارگران و ماشین‌آلات برای تولید کالا می‌گردد؛ جامعه فراصنعتی حول دانش و به منظور مهار اجتماعی و سوددهی به نوآوری و تغییر سازمان می‌یابد (اسمارت، ۱۳۸۳: ۴۸-۵۰).

گوناگونی مانند گسترش نسبی گرایی در قلمرو اخلاق، گرایش به معنویت، دین‌گریزی و بی‌خدایی را نیز به همراه داشته است. به باور اینگلهارت اگرچه قدرت تثبیت‌شده کلیساها همچنان کاهش می‌یابد، در بیست سال اخیر بیشتر جوامع فراصنعتی درباره نیازهای معنوی خویش اندیشیده‌اند. این خبر روی دیگر این سخن است که سکولاریسم ماتریالیستی جوامع صنعتی در حال سپری شدن است و گونه‌ای دگرگونی از اشکال نهادی و نفوذ یافته دین جزم‌اندیش به اشکال انعطاف‌پذیر دین معنوی فردی رخ داده است؛ به دیگر سخن باورهای دینی موضوع گزینش، خلاقیت و ابراز وجود شده‌اند: دین محو نمی‌شود. آنچه شاهد آنیم تغییر کارکرد دین از اشکال نهادینه‌شده دین جزمی، دارای قواعد مطلق برای رفتار در جهان ناامن به تمایلات معنوی فردی در جهان ایمن نیازمند معنا و هدف است (اینگلهارت، ۱۳۸۹: ۶۰-۶۱).

با پژوهش‌های آماری‌ای که اینگلهارت درباره انگاره خود درباره کشورهای مختلف انجام داد، روشن شد که میان مادی‌گراها و فرامادی‌گراها در گرایش به دین، مذهب سنتی و معنویت فردی تفاوت وجود دارد. مادی‌گراها به گونه‌ای محسوس بیشتر از فرامادی‌گراها، از هنجارهای سنتی (یهودی و مسیحی) دفاع می‌کنند. الهیات ادیان مسیحی و یهودی بر اهمیت امنیت مادی توجهی ندارند و پیروان خود را بیشتر به سوی اهداف فرامادی رهنمون می‌شوند و بر این اساس، مادی‌گراها از ارزش‌های دینی خود حمایت بیشتری می‌کنند.<sup>۱</sup> از آن سوی، فرامادی‌گراها به عرفان بیشتر از هنجارهای ادیان سنتی گرایش دارند. به سخنی دیگر، نسل جوان جوامع اروپایی به امور معنوی حساسیت بیشتری نشان می‌دهند؛ ضمن اینکه نشانه‌های توجه فراوان به طبیعت نیز در آنها مشاهده می‌شود.

اینگلهارت با داده‌هایی که از کشورهای اروپایی به دست آورد، دریافت احتمال اینکه فرامادی‌گراها اظهار باورمندی به خداوند و یا دین‌دار بودن را داشته باشند نسبت به مادی‌گراها کمتر است. با وجود بیگانگی نسبی این گروه آزمایش شده با دین سنتی در

۱. البته اینگلهارت گرایش پیروان یهودی و مسیحی به فراماده و دوری از مادی‌گرایی را تناقضی ظاهری می‌داند، نه آنکه در حال حاضر مسئله‌ای عمیق باشد.





نسبت‌سنجی آنان با مادی‌گراها، آنان وقت بیشتری را برای اندیشیدن درباره معنا و هدف زندگی صرف می‌کنند. او از این مطلب نتیجه گرفت که فرامادی‌گراها در مقایسه با مادی‌گراها علاقه بالقوه بیشتری به مذهب از خود نشان داده‌اند. همچنین مشاهدات او نشان داد نسل جوان و فرامادی‌گراها، اهمیت کمتری به دین سنتی می‌دهند. این یافته‌ها نتیجه می‌دهد که چرخش تدریجی از مادی‌گری به فرامادی‌گری با افول ارزش‌های سنتی مذهبی - که خود بخشی از نشانگان گسترده‌تر دگرگونی فرهنگی است - پیوند دارد (اینگلهارت، ۱۹۸۵: ۲۱۰-۲۲۰). وی در این زمینه می‌نویسد:

زوال ظاهری هنجارهای اجتماعی و مذهبی سنتی با تحول از ارزش‌های مادی به فرامادی در ارتباط است و به نظر می‌رسد هر دو، فرایند مؤلفه‌های دگرگونی فرهنگی وسیعی باشند که ویژگی انتقال از جامعه صنعتی به جامعه فراصنعتی است. تحول به سوی فرامادی‌گرایی و افول شکل‌های سنتی مذهب، دو چیز همراه هستند، زیرا آنها یک علت مشترک دارند: سطوح بی‌سابقه امنیت فردی در جامعه پیشرفته صنعتی معاصر که خود معلول معجزه اقتصادی پس از جنگ و پیدایش دولت رفاه عمومی است، اما فرامادی‌گری و غیرمذهبی شدن دو پدیده متمایز هستند که تا حدودی تحت تأثیر عوامل علی متفاوت هستند (همان، ۲۳۴).

#### ۴. پاک‌سازی جامعه از دین سنتی: جانشینی معنویت و ادیان نو

بسیاری از اندیشمندان مغرب‌زمین در سده نوزدهم، زدایش دین سنتی از جامعه جدید را پیش‌بینی کرده بودند. تایلر، فریزر، مارکس و فروید چیرگی دانش بر شیوه اندیشه‌ورزی جامعه عصر جدید را همسو با ناپدید شدن دین دانستند. دیدگاهی دیگر که نگاره‌ای کارکردی از دین دارد، بر این باور است که دین با چهره سنتی و معمول باقی نمی‌ماند و مبانی فراطبیعی و والا، به تدریج نابود خواهند شد. طبیعی است که نبود یا سست شدن نفوذ دین نهادینه، بستر همواری برای زایش و پیدایش گونه‌های خصوصی و فرعی معنویت‌های جدید شرقی است که دیگر محدودیت‌های اجتماعی دین گذشته را ندارند و عوام‌پسندی آنان افزون و برجسته است (همیلتون، ۱۳۸۹: ۲۸۷، ۳۰۶ و ۳۰۷).

در انگاشت خصوصی‌سازی، چهره‌ای از دین با عصر جدید سازگار است که گستره تنگ‌تری به امور مقدس اختصاص دهد و میزان کمتری از آمیختگی نظام‌های ارزشی فردی و گروهی را پیشنهاد دهد (همان: ۳۱۳). دورکیم، وبر و ویلسون یکی از شاخصه‌های جوامع نوگرا را چنین می‌دانند: «دیگر دین (ستی) نمی‌تواند مانند دوره‌های پیشین جایگاه خود را در میان نهادهای اجتماعی نگه دارد». دین با شتاب در حال تبدیل به پدیده‌ای تفتنی شده که ممکن است محرمانه و شخصی، فردی و یا حتی نادیدنی گردد. اگر کسی از موقعیت دینی یک غربی بپرسد، پاسخ او این است: «برای اینکه یک مسیحی خوب باشی، نیاز نیست به کلیسا بروی» (ویلسون، ۱۳۸۷: ۳۹). این سخن در حالی گفته می‌شود که در بررسی معنویت جدید، اعمالی مشاهده می‌شوند که بیش از اندازه ساده، جزئی، شتاب‌زده و خودمحور هستند (مانند مراقبه، رقص و رفتارهای جنسی آزاد) و نتوانستند به رنج روحی انسان غربی رسیدگی کنند؟ (هیلاس، ۱۳۹۲: ۹۱).

به باور پژوهشگران غربی، روان‌شناسی نوگرا که ابزار نظام سرمایه‌داری و مرام و مسلک نوآزادی‌خواهی است،<sup>۱</sup> در بی‌اثرسازی چهره‌های گوناگون دین نقش مهمی ایفا کرد. همسو با چنین فرایندی، دین و نیازهای دینی فروکاسته و با آرام‌بخشی به نام معنویت خاموش نگاه داشته شد (Ibid.: 46). روان‌شناسی انسان‌گرا نیز که به معنویت بسیار اهمیت داد، نقش سازنده‌ای در شکاف میان دین و معنویت ایفا کرد. ننگاشته‌هایی که سرانجام منبع شکل‌دهنده مبانی نظری این شاخه از روان‌شناسی گردید از آبراهام مزلو بود. به باور او مغز و جوهره ادیان - خواه در بافت خداپاورانه و خواه شرک‌آمیز - امکان‌پذیر است. او معنویت را انسانی و جهان‌شمول می‌دانست که در گرو دین یا گروه دینی خاصی نیست. به سخن دیگر، معنویت با برچسب انسانی، در قلمرو علوم انسانی جای دارد تا تحقیق‌پذیر باشد. مزلو به جای آنکه به آسیب‌شناسی نیازهای دینی بشر بپردازد و با وجود آنکه باور داشت انسان به دین یا دین بدیل نیازمند است، در کتاب

۱. این دیدگاه نقش تأثیرگذاری در شکل‌گیری معنویت مصرف‌گرا و کاربست آن در حوزه‌های آموزشی اروپا نیز داشت. در بازنگری‌های آموزشی دولت انگلیس، واژه «معنوی» در لایحه اصلاحات آموزشی ۱۹۸۸ کودکان گنجانده شد (carrette and others, 2005: 45).





دین، ارزش‌ها و تجاربِ اوج، درباره دین نهادینه و معنویت، جدایی را پذیرفت:

می‌خواهم نشان دهم که ارزش‌های معنوی، معنا و مدلولی طبیعی‌گرایانه دارند؛ بدین معنا که در مالکیت انحصاری ادیان نهادینه نیستند و برای کسب اعتبار هم نیازی به مفاهیم ماوراو طبیعی ندارند و به‌خوبی در علم تجربی می‌گنجند. از این‌رو، معنویت مسئولیتی عمومی است که بر دوش همهٔ افراد بشر است (الکینس، ۱۳۸۵: ۸۸ و ۸۹).

انگاشت او از ادیان و مذاهب رسمی این بود که آنها بیشتر رویکرد تقدس‌زدایی از زندگی دارند و به دوپارگی آن به دو بخش مادی و فرامادی می‌انجامد که با تجربه‌های معنوی همخوانی ندارد. افزون بر این، می‌توانند به‌عنوان ابزاری پس‌زننده و مقاومت‌کننده در برابر تجربه‌های متعالی معنوی به کار گرفته شوند، (مزلو، ۱۳۸۷: ۴۷ و ۴۸) ولی در فرایند عرفی‌شدن، این دین بود که تک‌بُعدی شد، در آرای ناباوران نگاه ابزاری و مصرفی به خود گرفت و دیگر گفت‌وگو دربارهٔ حقیقت و حقانیت آن به کنار رفت و جای آن سخن از پیامدها، میزان پاسخ‌گویی به نیازها و ضرورت‌ها نشست. بی‌شک نگاه ابزاری به دین جایگاهی تبعی به او می‌بخشد و آن را در معرض انتقال‌های عرفی‌کنندهٔ ابدال و تبدیل<sup>۱</sup> قرار می‌دهد که هر کدام از مسیر خود، به تدریج دین را به سوی پاک‌شدگی خواهند کشانید.

بنا بر یک دیدگاه، جداانگاری «دین» و «معنویت» وقتی رخ داد که دین به دو شاخهٔ نهادی و شخصی تقسیم گردید. ویلیام جیمز با کتاب انواع تجربهٔ دینی آغازگر این دسته‌بندی شد<sup>۲</sup> تا مفهوم معنویت با رویکردی نو، ریشه‌هایی در اروپا دواند

۱. ابدال دگرگونی‌هایی است که دین در سوی ایفای هرچه بهتر نقش ابزاری خود و پیرو خواسته‌ها و نیازهای روز بر خود می‌پذیرد، ولی تبدیل شرایطی را گویند که دین به سبب ناکارآمدی و نبود درون‌داشت‌های لازم در عصر جدید، جایگاه خویش را به ابزاری نو و کارا تر واگذار می‌کند (شجاعی‌زند، ۱۳۸۱: ۱۷۶).

۲. البته برخی پژوهندگان از تنگ‌دامنگی نسبی نگرگانه وی سخن به میان آورده‌اند. جیمز دین را در گام نخست و بالذات چیزی می‌داند که انسان‌ها احساس می‌کنند و «حال دینی» (از آن فرد) را از «حیات دینی» (از آن دیگران) برش می‌دهد. او دین ایمان‌داران متعارفی را که آداب و اعمال مرسوم کشور خود را پیش می‌گیرند، ساخته و پرداختهٔ دیگران قلمداد کرده است (تیلور، ۱۳۸۷: ۵۸ و ۵۹).

(صفای مقدم، ۱۳۸۹: ۹۱). جیمز دریافته بود که انسان‌های ژرف‌اندیش و خردمند دنیای نو، به احساس بی‌معنایی جهان، آدم و زندگی دچار خواهند شد؛ در این صورت نیازمند برون‌رفت از چنین حال منفی مهم خواهند گردید. در قلمرو نوگرایانه امروز، بسیاری گمان می‌کنند که در جهان، چیزی که معنا را ضمانت کند وجود ندارد، زیرا همه خاستگاه‌های سنتی معنا - الهیاتی، فراطبیعی و تاریخی - شک پذیرند. این نگرش گونه‌ای از خیال‌خامی و سودازدگی را به همراه داشت و زمینه بیم‌دادن را برای همگان فراهم آورد؛ از این‌رو، تمامی بنیادها و مواضع معنوی روزگار، در پوشش کوشش‌هایی در سوی رهایی و جلوگیری از آن برآمدند (تایلور، ۱۳۸۷: ۳۷ و ۳۸).

این انگاره که باید دین شخصی خود را داشته باشم یا دین طبق سفارش شما، زمینه پیدایش گرایش‌های نو در فرهنگ غربی - آمریکایی در واپسین سال‌های سده بیستم شد که نقش اصلی در جداانگاری معنویت از دین و کالایی شدن آن را ایفا کرد. گفتار وید کلارک روف تحلیلی بی‌طرفانه است:

زمانی که معنویت در واژگان محض روان‌شناختی از نو قالب‌بندی می‌شود، ارتباطش با زمینه سنتی اش - عقاید و اصول تاریخی، عوالم نمادین گسترده و جماعت دینی - سست می‌شود. چه بسا این یک مشکل ظاهری به‌شمار آید، ولی با نگاهی ویژه و موشکافانه معلوم می‌شود که بُعد اجتماعی - بُعدی که به شهادت تاریخ در رواج معنویت اهمیت زیادی داشته است - به این طریق ضعیف می‌گردد (carrette and others, 2005: 65).

در دسته‌بندی سه‌گانه اقتصادی (تولید، توزیع و مصرف)، مصرف در واپسین مرحله جای گرفته است. مصرف فرایندی است که وابستگی کامل به مصرف‌کننده دارد. مصرف در بستر تاریخی زندگی بشر به تدریج برجسته شد و از موضوعیت اقتصادی به موضوعی فرهنگی تغییر یافت. هرچه به سده نوزدهم نزدیک‌تر شدیم، واژه مصرف‌کننده بیشتر رخ نمود و دوران نوگرایی به دورانی که برتری مصرف‌کننده بر تولیدکننده به‌شمار می‌آید، قلمداد گردید. پایان سده بیستم - دوران فرانوگرایی - مصرف در معنایی نوین پدیدار گشت. داروی درد کسالت زندگی مدرن و بُعد فرهنگی







و اجتماعی‌اش ژرف گردید. با نهادینگی جامعه مصرفی، تعادل تولید از کالاهای مصرفی مادی، به نمادها و نشانه‌ها تغییر یافت. در این دوران، گونه‌هایی از کردارها، باورها و نهادها که در تاریخ زندگی انسان حکم سرنوشت را داشتند، به فرصت و گزینه‌های انتخاب چهره برتافتند (حمیدیه، ۱۳۹۱: ۶۲، ۶۵، ۷۱ و ۸۴).

در این راستا نگرش کالامآبانۀ غرب به فرهنگ‌های شرقی در سوی گزینش، بسته‌بندی دوباره و فروش مجدد، همانند شرکت‌های دارویی چندملیتی‌ای بود که به دانش باستانی گیاه‌شناسی و گیاهان دارویی مردم بومی تکیه داشت و روش‌های جدید شیمیایی را بر آنها آزمایش کرد. سپس آنها را به مردمی فروخت که دانش اصلی خود را از آنان آموخته بود (Carrette and Others, 2005: 90). واژگان «کالای معنویت» و «مصرفی بودن» در پژوهش‌های معنوی مغرب‌زمین و شرق رو به فزونی دارد. برای مصرفی بودن و مصرف کنندگی باید شرایط و ویژگی‌هایی وجود داشته باشد:

۱. فرد مصرف کننده در انتخاب خویش آزاد است؛ به بیان دیگر، انسان‌های عصر جدید بازگشت به امور مناسب با حال خود را پُررنگ می‌کنند.
۲. مصرف کننده کسی است که چیزی را خریداری می‌کند. پیوند میان خرید کردن و مصرف کننده بودن نیز در این است که سازمان‌های آماری، الگوهای مصرف را بر اساس هزینه ثبت می‌کنند.
۳. مصرف کننده می‌تواند کنش پذیر و از این رو، آزمند آسان‌شدگی در امر مصرف باشد. این شاخصه، میان فرهنگ بالا و عامیانه دوگانگی پدید می‌آورد. فرهنگ بالا دربردارنده خیرگان آگاه و فعال است و فرهنگ عامیانه، مصرف کنندگان کنش‌پذیر را پوشش می‌دهد.
۴. مصرف کننده می‌تواند کسی باشد که بر تولید کننده و کارپرداز برتری دارد؛ به دیگر سخن، بر حسب جایگاه انتخاب در اقتصاد بازاری، تولید کننده می‌باید حق را به جانب مصرف کننده بدهد.
۵. مصرف کننده می‌تواند این گونه باشد که توان برخاسته از استقلال او در انتخاب و دلبستگی او به آسانی مصرف، مورد توجه تولید کنندگانی باشد که در تلاشند تا نظر او

را جلب کنند؛ یعنی «اصالت با رضایت‌مندی خریدار است، نه با روش فروش»؛ چنان‌که در شعار سرمایه‌داری نوآزادی‌خواه بیان می‌شود.

۶. مصرف‌کننده کسی است که به ظواهر دلخوش است. بسیاری از تولیدات عصر جدید را افراد معمولی‌ای مصرف می‌کنند که سرگرم زندگی این جهانی هستند. نمی‌توان این امکان را نادیده انگارید که شمار زیادی از کسانی که ادبیات معنویت ذهنی- جسمی را می‌خوانند، از ظواهر فریبده خرسندند. گذشته از ظاهری بودن، مصرف‌کننده به مصرف خود رنگ و لعاب‌های گوناگون می‌بخشد، زیرا مصرف، بیشتر در تأمین نیازهای طبیعی، زیستی و جسمانی ریشه دارد و چنانچه دسترسی به آنها ناممکن باشد، نتیجه، رنج و مرگ است. افزون بر آن، انسان‌ها رفتار یکدیگر را واری می‌کنند و می‌کوشند خود را با آنها هم‌سو کنند (هیلاس، ۱۳۹۲: ۸۸-۹۲).

مصرف‌کنندگان کالای معنویت در جنبش‌های جدید دینی، سودمندی‌باورهای دینی با دل‌بستگی‌های زندگی مادی را می‌سنجند تا در تصمیم‌گیری، هزینه بهتر و سود بیشتر به چشم آید؛ به راستی که آموزه‌ها و دستورهای یک دین رسمی تا چه اندازه می‌تواند تکلف‌آور باشد! معنویت‌نوین - با نشان تجاری - با بخش‌بخش کردن پرسش‌های مرتبط با ارزش‌های انسانی در مغازه‌های یک بازار مشخص، اهدافش را پی گرفته است. بی‌شک ارایه نگاه‌های رستگاری و برنامه‌های دستیابی به آن در جنبش‌های نوپدید در مرکزیت قرار دارد؛ رستگاری‌ای با گستره گسترده‌ای از موضوعاتی همچون شفابخشی (در عرفان حلقه)؛ موفقیت مادی و تغییر نگرش (معنویت‌های ذهن‌محور همچون قانون جذب)؛ آرامش و مراقبه (معنویت سکولار و سکس‌آجین اشو)، بهینه‌سازی سرنوشت و سعادت اخروی (در بیشتر معنویت‌های نو) (ویلسن، ۱۳۹۲: ۳۱-۳۴ و نیز: Carrette and Others, 2005: 31, 32).

در معنویات وابسته به زندگی دنیوی، بسته به اینکه فرد چه احساسی دارد، محصولی آماده خریداری می‌شود. این فرایند به سادگی رخ می‌دهد، زیرا گونه‌های کالایی تمرین‌های جسمی (همچون یوگا) و فراورده‌هایی همانند شیوه‌های بسوده‌ای را پیشنهاد می‌کنند: خوبی و خوشی از راه حالت آسان مصرف و افرادی که در پی سرخوشی





هستند، نیازی نیست تا خود را به آموزه‌ها، تکالیف و چارچوب‌ها ملتزم سازند. در چنین فرهنگی، «مصرف» برای آفرینش هویتی دیگرگون به کار بسته می‌شود. کارکرد فعالیت‌ها و فرآورده‌های معنوی غرب، به گونه‌ای است که به واسطه آن بتوان «منحصر به فرد» بود. کسانی که به آزادی بیشتر توجه دارند، در جست‌وجوی مسیری هستند که دوستدار آن باشند؛ برای نمونه چه‌بسا کسی به جای شرکت در گونه‌های رایج‌تر «مراقبه»، شکل گمنام‌تری را خواستار باشد؛ از آن‌سان که پدیده‌های نامرسوم با پذیرش بیشتری روبه‌رو می‌شوند. با توجه به این نوع مصرف، هدف فعالان عصر جدید تربیت مصرف‌کنندگان کامل و نیز گسترش ظرفیت‌هایی است که زندگی احساس‌محور خریداران مختار آن را خواستار است (هیلاس، ۱۳۹۲: ۸۶، ۸۹، ۹۲ و ۹۳).

## ۵. تحلیل و ارزیابی

پس از ۱۹۶۰، بسیاری از جامعه‌شناسان (از جمله تالکوت پارسونز، پتر برگر، توماس لوکان و رابرت بلا) مطرح کردند که دین در جهان غرب به گونه‌ای فزاینده خصوصی شده است. اینان پدیده عرفی شدن در دنیای نوگرا را چنین تفسیر کردند که دین سنتی اکنون به گونه‌ای دغدغه شخصی تبدیل شده و از این‌سان بیشتر چهره عمومی خود را از دست داده است. در این دوره مردم دستاویز مذهب‌هایی گشتند که هیچ‌یک از آنها در عمل نتوانستند مدعی پیوند با افرادی بجز پیروان خویش باشند (پاپکین و دیگران، ۱۳۷۷: ۱۷۷). جهانی شدن فرهنگی سه مسئله اساسی را در روند شکل‌گیری و گسترش به همراه داشته است: ۱. گسترش نوگرایی غربی؛ ۲. گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی سرمایه‌محور؛ ۳. گسترش فرهنگ اروپایی-آمریکایی. نظام سرمایه‌داری از اواخر سده هجدهم، به نظامی اقتصادی-اجتماعی در مغرب‌زمین چیره گردید. سرمایه‌داری را گونه‌ای نظام تولیدی می‌دانند که بازارهای تولید رقابتی و کالایی شدن نیروها را به عهده گرفته است؛ به سخنی دیگر در چنین نظامی تمامی قلمروهای اجتماعی در پیوند با تولید کالایی بازسازی می‌شوند و کارایی اقتصادی مهم‌ترین شاخصه ارزشی در زندگی اجتماعی به‌شمار می‌آید (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۹۹ و ۱۰۰).

نقش تعیین‌کننده صنایع فرهنگی غرب در فرایند جهانی‌شدن فرهنگ، بر جایگاه مهم اقتصاد دلالت دارد؛ یعنی آنچه بیش از همه جهانی‌گردید، فرهنگ مصرفی متناسب با نظام سرمایه‌داری است. از این‌رو، جهانی‌شدن فرهنگ، تابعی است از فرایند جهانی‌شدن اقتصادی و نظام سرمایه‌داری‌ای که در اصطلاح می‌توان آن را جهان‌گیرشدن فرهنگ مصرفی سرمایه‌داری نامید. نظام سرمایه‌داری همواره در پی آن است که جهان را به بازاری برای تولید و مصرف بدل سازد. همچنین می‌کوشد با بینش و فرهنگ مصرفی و تصورات مردم از نیازها و هویت خود، آنها را به مصرف‌کنندگان فرهنگی تبدیل کند.

بقای نظام سرمایه‌داری و گسترش آن، در گرو فروش هر چه بیشتر کالا و خدمات به افرادی است که نیازهای اساسی آنان به‌طور کامل برآورده نشده است. چنین مسئله‌ای هیچ‌گاه شدنی نخواهد گردید؛ مگر آنکه فرهنگ مصرف در جامعه نهادینه شود. در این فرهنگ، اصل بر آن است که معنا و مفهوم زندگی می‌باید بر آنچه شخص داراست استوار باشد، نه چیزی که شخص در پی آن بگردد. در نتیجه، مصرف کردن همان زندگی کامل و حقیقی است و انسان موجودی است که مصرف‌کننده باشد (همان: ۱۰۲ و ۱۰۳).

خیز مصرف‌گرایی و کالایی‌شدن چنان بود که به قلمرو خاصی محدود نگردید و همه زوایای زندگی را در بر گرفت. بر اساس اسناد و شواهد موجود، هیچ انسان و هیچ پدیده دیگری نیست که نشان تجاری و کالاشدگی بر تن و پیکره نداشته باشد. هنر در تجارت ادغام شد؛ موسیقی، تئاتر و فیلم صنایع پول‌ساز گردیدند و ارزش و معنای «خاص و متفاوت بودن» تغییر یافت. در والاترین عرصه‌های فرهنگی، کیفیت‌ها کمی‌نگر شدند تا فرهنگ به آسانی قابل خرید و فروش باشد (همان: ۱۰۴ و ۱۰۵). اگرچه فرامادی‌گرایی ظهور کرد، با این حال انسان جامعه مصرفی ناگزیر از گرایش و دلبستگی به فراماده، معنویت را در پوشش نگرش مادی‌گرا خواستار گردید. به سخنی دیگر، در دنیای فرانوگرا «دین و معنویت» از جایگاه قدسی و فراطبیعی، منزلتی تجاری و روان‌شناختی به خود گرفتند. گسست انسان از دین و تمنای معنویت از مراکز تولیدی،





بر پایه فایده‌باوری برخاسته از عقلانیت ابزاری صورت‌بندی گردید (کسب بیشترین فایده محسوس و این جهانی)، (حمیدیه، ۱۳۹۱: ۲۸۳).

نگرش پست و منزجر شده از دین سنتی و نشان دادن معنویت‌های تولیدی به جای آن، نتوانست حیات معنوی هم‌تراز دین را به بشر بنمایاند. حقیقت آن است که دین، افزون بر اینکه «واقعیتی» در زندگی اجتماعی دانسته می‌شود، مراسم و اعمال آن به گونه‌ای طراحی شده که این واقعیت را معنا می‌بخشد. از این نگره، دین و آموزه‌هایش بیانگر نیازهای انسانی و ابعاد فردی-اجتماعی زندگی به شمار می‌آید و تنها پدیده‌ای الوهی متناظر با فراماده نیست، بلکه حقیقتی است که افراد جامعه را از نابودی فردی محافظت می‌کند (محمدی اصل، ۱۳۹۰: ۱۹ و ۲۰).

ساختار اجتماعی غرب با فرایند عرفی شدن مجبور گردید زنجیره‌ای از زیرسامانه‌های تخصصی و نهادی برای خویش ایجاد کند. در این وضع، کنترل مسائل فرامادی - معنویت و امور معنوی - به جنبش‌ها و جریان‌های معنوی انتقال یافت. تحلیل ساخت اجتماعی یک جامعه نشان می‌دهد تا چه میزان سامان و عمل جامعه به مفاهیم فرامادی و فعالیت‌های وابسته به آن پیوند خورده است. در نسخه کوتاه‌شده‌ای از یک واکاوی کامل نظام اجتماعی، عوامل گوناگونی وجود دارند که می‌توانند شاخص‌های عرفی شدن به شمار آیند. فزونی عرفی شدن کارکردها و نقش‌های موجود در جداسازی ساختاری جامعه، از اثرگذاری دین بر دیگر نهادهای اجتماعی می‌کاهد؛ به گونه‌ای که به جزئی کوچک از نظام اجتماعی تبدیل می‌گردد. مغرب‌زمین با گسترش و رشد دیدگاه‌های علمی-تجربی، افق آگاهی و وجدان دینی و فرامادی خود را کاهش بخشید. پیامد چنین وضعیتی، انتزاعی تر شدن امور معنوی بود و نگرش انسان غربی در عمل چنان شد که امور معنوی قابل دسترس نیستند؛ پس دیگر باورداشت‌های «فردی» که به بندگی، وابستگی و پشیمانی نسبت به موجود متعالی مقدس مربوط می‌شوند، کمتر اجباربرانگیز خواهند بود. اینجا بود که گرایش به امور معنوی کاهش یافت؛ بازگرداندن رخدادهای جهان به خواست و اراده الهی در پوشش راهنمایی برای نگرش‌ها، رفتار و

کنش‌ها کمتر شد و روی‌آوری به مراسم عبادی به تدریج سست گردید. بر این اساس، کنش دینی متمایل به معنویت در فرایند عرفی‌شدن تجربه این جهانی کم‌رنگ گردید و رسوم دینی با رویکرد شخصی‌شدن، اختیاری و ارادی شد (پاپکین و دیگران، ۱۳۷۷: ۲۳-۲۵ و ۱۸۰).

غرب‌بحرانی با این انگاره که انسان زندگی می‌کند تا آزاد بوده و در پی خوشبختی خویش باشد، مسیری متکی بر رفاه، آزادی و کالای مادی برای او هموار کرد؛ با چنان کمیت و کیفیتی که تحصیل خوشبختی را به مفهوم پست این واژه در گذر دهه‌ها ضمانت کند، ولی در این فرایند، نکته‌ای فرامادی نادیده انگاشته شد: تمایل مدام افزون‌طلبی و دستیابی به زندگی بهتر و کوشش در راه آن، سیمای بسیاری از غریبان را چنان آکنده از نگرانی و ناامیدی کرد که راهی برای امکان تکامل معنوی باز نگذاشت. اندیشه انسان‌گرایانه عصر جدید، وظیفه‌ای جز کسب لذت و شادی بر روی زمین نمی‌دید؛ از این‌رو، تمدن نوین، تنها در مسیر ستایش از انسان و نیازهای مادی او گام برداشت و به آنچه فراسوی رفاه جسمانی و انباشت کالای مادی بود بی‌توجه گردید (سولژنیستین، بی‌تا: ۱۰، ۱۱ و ۲۹).

خصوصی‌شدن و شخصی‌کردن «دین و معنویت» در نگاه جامعه‌شناختی نیز مورد قبول و ستایش واقع نگردید. چنانچه «انسان» صرف‌یا همان حیوان ناطق را در نظر بگیریم، روشن است که امروز فرایند جهانی‌شدن به‌سوی عقلانیت فردگرا می‌رود و هویت‌های جمعی جای خود را به هویت‌های فردی می‌دهند. اما انسان در کنار بُعد عقلانی، چهره عاطفی نیز دارد و برای تأمین نیازهای این مقوله به شرایطی نیازمند است که پیوندهای عاطفی او با انسان‌های جامعه خویش را تقویت کند. به بیان دیگر، انسان موجودی است که همواره به‌گونه کاملاً عقلانی عمل نمی‌کند، بلکه به سبب دارابودن ویژگی‌های جمعی و ارتباطی، به دخالت عنصر دیگری در زندگی روی می‌آورد. آنچه بیش از همه هویت جمعی انسان را پاینده می‌کند، جنبه ارتباطی او با خود و دین است که به‌عنوان یکی از مقدمه‌های اساسی زندگی اجتماعی به‌شمار می‌آید. از این‌رو، مذهب و دین نه تنها نهادی اجتماعی قلمداد می‌شوند، بنیان و بنیاد اصلی جامعه دانسته





شده است. بر این اساس، اگر انسان از یک سو موجودی اجتماعی است و از سویی دیگر، فرایند جهانی سازی او را به سوی فردیت می کشاند، به موجود عاقل و عالمی تبدیل می گردد که دارای خلأهای شدید اجتماعی است (معدفر، ۱۳۸۲: ۱۸ و ۱۹).

بی شک معنویت و دین یکی از نیازهای مهم انسانی است که امروزه بازار بسیار خوبی در غرب پیدا کرده است. در این راستا، بخشی از بازار جهانی به تولید، توزیع و مصرف کالای معنویت در پوشش پدیده‌ای جهانی اختصاص یافته است؛ به گونه‌ای که حتی در برخی پایگاه‌های اینترنتی نیز بخش زیادی از کالاها را مسائل دینی تشکیل داده‌اند. وقتی انسان غربی با آنچه در پیرامون دارد ارضا نمی گردد و از کالاهای دیگری که بازار گسترده‌ای در ساحت بین‌المللی دارد (مسائل جنسی) خسته می شود، هدف اصلی در چنین بازاری، «دین و معنویت» می شود (سپهر، ۱۳۸۲: ۶۶).

امروزه شمار بسیاری با ایجاد «پایگاه‌ها» و حتی ارزان‌تر از آن وب‌نوشت‌های اینترنتی، پیام‌های دینی را به پیروان خود ارائه کرده و حتی مرجعیت رسمی برخی ادیان سنتی را نیز به چالش می کشانند. نهادهای دینی کنونی به مثابه نهادهای اقتصادی در سوی جذب پیروان، به بازتفسیر پیام‌های دینی پرداخته و بازار پیام از حالت تولیدکننده‌محور به مصرف‌کنندگی تبدیل گردیده است (درست برابر بند چهارم از ویژگی‌هایی که برای یک شخص مصرف‌کننده گفته شد). افزون بر این، در فرایند کالاسازی معنویت و دین، «فردیت‌سازی» با شکست و فروپاشی توان مرجعیت معنوی همراه گردید؛ بدین شکل که قدرت یافتن گرایش‌ها و رویکردهای سنت‌شکن در برابر نهادهای دینی رسمی موجب گردید تا بیشتر قدرت چانه‌زنی مخاطبان عام و نوگرا با نهادهای رسمی، به منظور بازستانی احکام پیشین و یا اصلاح تفسیرهای سنتی متون دینی افزایش یابد. با تغییر مبادلات به سود پیروان، بدیهی است که می‌باید با انبوهی از فعالیت‌های منفرد دینی روبه‌رو گردید؛ به بیان دیگر، قدرت یافتن افراد برابر است با افزایش معنویت‌های جدید دینی (رضایی، ۱۳۹۱: ۳۷ و ۴۰).

گزارش‌هایی از این قسم گویای آن است که ما در دوران دین‌داری جدید به سر

می‌بریم، نه بازگشت به دین؛ آن‌گونه که در گذشته غرب با پای‌بندی به آموزه‌های سنتی و وحیانی همراه بود. در واقع این اقتضای فرانوگرایی و فرامادی‌گرایی است که دین یا «دین‌داری و گرایش‌های معنوی» را در پوششی امروزی طلب می‌کند، زیرا روشنفکران این عصرِ پردغدغه دانستند که گذاردن دین در حاشیه زندگی نه تنها امکان‌پذیر نیست، بلکه خطرآفرین نیز می‌باشد. دیگر دین و معنویت در دوران چرخش درون‌گرایانه و احساسی، به لحاظ مفهومی تحول یافته است (کیویت، ۱۳۷۶: ۱۷).

اقتصاد سرمایه‌داری، ابزار سودمندی را برای پیوند دادن ارزش‌های گوناگون بازار با حیات اجتماعی پدیده مقدس نشان داد و آنها را به فعالیت‌های دینی بدل کرد. فرایند کالایی‌شدن «دین مصرفی‌ای» را پدید آورد که در آن پدیده مقدس توان و درون‌داشت نگه‌داری خویش بیرون از دین نهادینه و در درون فرهنگ مصرف را بیابد و درحالی که بازارهای دینی عمومی در جریان یافتن پدیدارهای دینی نقش دارند، گونه‌های سنتی ادیان و اقتدار آنها به چالش کشیده شود (فریادرس، ۱۳۹۱: ۸۸). در غرب پیش از بالندگی فناوری و پیشرفت، شالوده شخصیت انسانی بر دو مقوله جان و تن استوار بود و روح اندیشه‌ورزی و کاوش درباره حقیقت فرامادی بر اعتبار شخصیتش می‌افزود. در عصر جدید، یکی از جنبه‌های واقعیت ماهوی انسان شیثیت و سودمندی اقتصادی است و فناوری از دو سو او را به بردگی کشانیده است: تبدیل به جان‌داری صرف و اجبار او به مصرف (مارکوز، ۱۳۵۰: ۹).

## نتیجه‌گیری

امروز دین شخصی‌شده بیشتر با اموری که تنها خرسندی و خشنودی لحظه‌ای انسان جامعه مصرفی را فراهم می‌کنند و خواسته‌های کوتاه‌مدت را می‌نگرند همراه گردیده است. بی‌شک ورود و کاربست معنویت نوپدید و دین‌داری نو در زندگی آسان و بی‌درد است و با دنیاخواهی سازگاری تمام دارد؛ پیامدی که در روزگاران پیشین و ادیان سنتی به چشم نمی‌خورد. فرار بشر از آموزه‌های دین سنتی و اتکای صرف به





دانش و فناوری بستر پیدایش دیدگاه‌هایی میان انسان‌گرایی و معنویت را گشود. غرب در گذر تجربه علمی چندین ساله‌اش بسیار پُربار گردید، اما مفهوم و حقیقت کامل تعالی‌بخشی را که مانع هوس‌ها و بی‌مسئولیتی‌های او می‌شد از دست داد. توجه بی‌اندازه به اصلاحات اجتماعی و سیاسی، او را از باارزش‌ترین داشته‌هایش، یعنی حیات معنوی دور ساخت. اگر پنداره‌های انسان‌محورانه و سرمایه‌دارانه مبنی بر «انسان زاده شده تا مصرف کند و خوش باشد» شالوده و فرجام درستی می‌داشت، محکومیت جسم مادی به نابودی و وجود جهانی پس از ماده بی‌معنا بود.



## کتابنامه

۱. استنلی جی. گرنز و اولسن راجرای. (۱۳۹۰)، الهیات مسیحی در قرن بیستم: خدا و جهان در عصر گذار، ترجمه روبرت آسریان و میشل آقامالیان، تهران: ماهی.
۲. اسمارت، بری (۱۳۸۳)، شرایط مدرن، مناقشه‌های پست‌مدرن، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: اختران.
۳. الیاده، میرچا (۱۳۷۴)، فرهنگ و دین: برگزیده مقالات دائرة المعارف دین، ترجمه بهاء‌الدین خرمشاهی، تهران: طرح نو.
۴. ال‌کینس، دیوید، ن. (۱۳۸۵)، «فراسوی دین: به سوی معنویت انسان‌گرا»، ترجمه مهدی اخوان، هفت آسمان، ش ۲۹.
۵. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: کویر.
۶. اینگلهارت، رونالد و کریستین ولزل (۱۳۸۹)، نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی، ترجمه یعقوب احمدی، تهران: کویر.
۷. براون، رابرت مک‌آفی (۱۳۸۲)، روح آیین پروتستان، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: مؤسسه نگاه معاصر و مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی تمدن‌ها.
۸. پاپ‌کین، ریچارد اچ. و دیگران (۱۳۷۷)، دین: اینجا، اکنون، ترجمه مجید محمدی، تهران: قطره.
۹. تیلور، چالرز (۱۳۸۷)، تنوع دین در روزگار ما: دیداری دوباره با ویلیام جیمز، ترجمه مصطفی ملکیان، تهران: شور.
۱۰. حمیدیه، بهزاد (۱۳۸۹)، «بازخوانی انتقادی تحولات اخیر دین‌داری و معنویت‌گرایی»، قیسات، ش ۵۶.
۱۱. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۱)، معنویت در سبد مصرف، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۲. رضایی، مهران (۱۳۹۱)، «طرحی از مفهوم بازار دینی جهانی»، کتاب ماه دین، ش ۱۷۴.
۱۳. زمانی، شهریار (۱۳۸۱)، ماجرای معنویت در دوران جدید از گالیه تا فروید، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۴. زمردی، محمدرضا (۱۳۸۴)، دنیوی‌شدن در بوته نقد، تهران: نشر حق‌شناس.
۱۵. سپهر، مسعود (۱۳۸۲)، «احتمالاتی در باب جهانی شدن»، در: مجموعه مقالات جهانی شدن و





- دین: جهان‌گرایی و جهانی‌سازی، کنگرهٔ دین‌پژوهان کشور، قم: احیاگران.
۱۶. سلیمی، حسین (۱۳۸۷)، «پست‌ماتریالیسم و تحول دانش سیاسی»، دانش سیاسی، ش ۲.
۱۷. سولژنیتسین، الکساندر (بی‌تا)، جهانی از هم گسیخته، تهران: نشر فرهنگستان ادب و هنر ایران.
۱۸. شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۱)، عرفی‌شدن در تجربهٔ مسیحی و اسلامی، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران (باز).
۱۹. صفایی‌مقدم، مسعود (۱۳۸۹)، «مطالعهٔ تحلیلی نهضت معنویت‌گرایی و ارائه رویکردی برای آموزش عالی معنویت‌گرا»، راهبرد و فرهنگ، ش ۱۲ و ۱۳.
۲۰. فریادرس، فرشته (۱۳۹۱)، «نقد و بررسی کتاب کالاهای دینی در آسیا»، کتاب ماه دین، ش ۱۷۴.
۲۱. کونگک، هانس (۱۳۹۱)، هنر زیستن: تأملاتی در معناداری زندگی، ترجمه حسن قنبری، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
۲۲. کیویت، دان (۱۳۷۶)، دریای ایمان، ترجمه حسن کامشاد، تهران: طرح نو.
۲۳. گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۶)، جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی.
۲۴. لوفان بومر، فرانکلین (۱۳۸۰)، جریان‌های بزرگ در تاریخ اندیشهٔ غربی: گزیدهٔ آثار بزرگ در تاریخ اندیشهٔ اروپای غربی از سده‌های میانه تا امروز، ترجمه حسین بشیریه، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران (باز).
۲۵. مارکوز، هربرت (۱۳۵۰)، انسان تک‌ساحتی، ترجمهٔ دکتر محسن مؤیدی، تهران: امیرکبیر.
۲۶. محمدی اصل، عباس (۱۳۹۰)، دورکیم و صور اولیهٔ حیات دینی، تهران: نشر حق‌شناس.
۲۷. مزلو، آبراهام، اچ (۱۳۸۷)، مذاهب، ارزش‌ها و تجربه‌های والا، ترجمه علی‌اکبر شاملو، تهران: آگه.
۲۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۰)، علل‌گرایی به مادی‌گری: مقدمه ماتریالیسم در ایران، تهران: صدرا.
۲۹. معیدفر، سعید (۱۳۸۲)، جهانی‌شدن و چگونگی سیر از کثرت به وحدت، مجموعه مقالات جهانی‌شدن و دین: جهان‌گرایی و جهانی‌سازی: مباحث نشست‌های مقدماتی و استانی، کنگرهٔ دین‌پژوهان کشور، قم: احیاگران.
۳۰. موفق، علیرضا (۱۳۸۸)، معنای زندگی: تأملی بر دیدگاه دین و مکاتب بشری، تهران: کانون اندیشهٔ جوان.
۳۱. میرسندسی، محمد (۱۳۹۰)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی دین و انواع دین‌داری، تهران: جامعه‌شناسان.

۳۲. میشل، توماس (۱۳۸۱)، کلام مسیحی، ترجمه حسین توفیقی، قم: مرکز مطالعات و تحقیقات ادیان و مذاهب.
۳۳. وست، ویلیام (۱۳۸۷)، روان درمانی و معنویت، مترجمان: شهریار شهیدی و سلطانه‌لی شیرافکن، تهران: رشد.
۳۴. ویلسن، برایان و جیمی کرسول (۱۳۸۷)، جنبش‌های نوین دینی: محدودیت‌ها و امکانات، ترجمه محمد قلی‌پور، تهران: مردیز.
۳۵. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۳)، جنبش‌های دینی جدید: چالش و واکنش، ترجمه موسی اکرمی، تهران: نگاه معاصر.
۳۶. هارتز، گری (۱۳۸۷)، معنویت و سلامت روان: (کاربردهای بالینی)، ترجمه امیر کامگار و عیسی جعفری، تهران: روان.
۳۷. همیلتون، ملکم (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی دین، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: ثالث.
۳۸. هیلاس، پل (۱۳۹۲)، «زبان مصرف و جنبه‌های مصرفی معنویات ذهنی - جسمی زندگی»، ترجمه جواد طاهری، سیاحت غرب، ش ۱۱۷.
39. Carrette, Jeremy and Richard King (2005), *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*, London: Routledge.
40. Einstein, Mara (2008), *Brands of Faith; Marketing Religion in a Commercial Age*, London: Routledge.
41. Inglehart, Ronald (1985), "Aggregate Stability and Individual-Level Flux in Mass Belief Systems: The Level of Analysis Paradox," *The American Political Science Review*, Vol. 79, No. 1.
42. Inglehart, Ronald; Abramson, Paul R. (1994), "Economic Security And Value Change," *The American Political Science Review*, Vol. 88, No. 2.
43. Tong, Chris (2000), *Beyond Spiritual Correctness: Appreciating the Differences among Religions, Paths, and Saints*, Part 1, Practical Spirituality Series, Book 7. In: <http://5mins.com>.
44. York, Michael (2001), "New Age Commodification and Appropriation of Spirituality," *Journal of Contemporary Religion*, Vol. 16, No. 3.

