

Social Fragmentation in the Light of Subjectivization: A Critical Analysis of the Exploitation of Individual Desires in Modern Era and Its Impact on New Spirituality

Reza Jalili¹

1. PhD Graduate in Islamic Mysticism from the University of Religions and Denominations, Qom, Iran.

DOI: nrr-2501-1421 (R2) URL: https://nrr.tabrizu.ac.ir	
Corresponding Author: Reza Jalili Email: rezajalili@chmail.ir Received: 2025/01/09 Detected: 2025/03/16 Accepted: 2025/04/17 Available: 2025/04/20	ABSTRACT According to certain sociological perspectives on the transformation of religious life and spirituality, the emergence of contemporary forms of spirituality is rooted in a broader process of <i>subjectivization</i> in modern society. Having become a generalized cultural process in the West, subjectivization is increasingly diffusing into non-Western contexts, including Iran. Subjectivization entails expressing internal emotions and the orientation of individual life according to personally constructed expectations. This paper, employing a descriptive-analytical approach, seeks to examine the adverse consequences associated with the expansion of subjectivization across diverse spheres of human life. The findings suggest that centralizing inner desires as the basis of value and orientation has consistently rendered them susceptible to exploitation. Political and economic elites, rather than resisting the subjectivization of society, have actively embraced it, strategically manipulating and redirecting individual inclinations to serve their material interests and political agendas. Spiritual authorities, aligning themselves with the logic of subjectivization, have increasingly based the selection of spiritual elements and rituals on individual psychological profiles and inner preferences. As a result, personal desire has come to replace hierarchical, revelation-based systems as the primary source of values and belief structures. At its core, the proliferation of individualistic subjectivization undermines social cohesion, leading to the disintegration of collective existence. This study seeks to foster public awareness while urging cultural policymakers to critically engage with the socio-cultural harms posed by the deepening trajectory of subjectivization.
Open Access 	
Keywords: Subjectivization; Return to the "self"; Age of Authenticity; Spiritual Individualism; Consumerism	



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



فصلنامه دین پژوهی و کارآمدی



کست اجتماعی در پروا نفسی سازی؛ تحلیل اتقادی سوء استفاده از امیال فردی در عصر مدرن و تاثیر آن بر معنویت جدید

۱. دانشیار معلم و دکتری عرفان اسلامی دانشگاه ادیان و مذاهب قم.

DOI: nrr-2501-1421 (R2) URI: https://nrr.tabrizu.ac.ir	
چکیده	نویسنده مسئول: رضا جلیلی ایمیل: rezajalili@chmail.ir تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۸ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۳۱ دسترسی آزاد Open Access کلیدواژه‌ها: فرایند آنفسی گرایی؛ بازگشت به «خود»؛ عصر اصالت؛ فردگرایی معنوی؛ مصرف گرایی
برخی بینش‌های جامعه‌شناختی در تحلیل تحولات بنیادین عرصه دینداری و زندگی معنوی براین باور است که ظهور معنویت‌گرایی جدید، نتیجه‌ی «آنفسی‌گرایی» در دنیای مدرن است. امروزه آنفسی‌گرایی/سازی یا درون‌گرایی در جامعه غربی به یک فرایند عمومی تبدیل شده و در حال گسترش به جوامع غیر غربی از جمله کشور ما ایران است؛ آنفسی‌گرایی به معنای «آشکار ساختن تمایلات، احساسات درونی و ابتدای زندگی فردی بر اساس انتظارات درونی شخص» است. نوشتار حاضر باشیوه توصیفی تحلیلی درصدد پاسخ به این پرسش است که «گسترش آنفسی‌گرایی در ساحات گوناگون زندگی بشری» چه پیامدهای منفی به همراه دارد؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد محور قرار گرفتن تمایلات درونی انسان، همواره مورد سوء استفاده قرار گرفته است؛ صاحبان قدرت و ثروت ضمن استقبال از آنفسی شدن جامعه، با دست‌کاری تمایلات و هدایت امیال درونی افراد به نفع مطامع سیاسی و منافع مادی خود بهره‌برداری نموده‌اند؛ معلمان معنوی نیز معیار و ملاک گزینش عناصر و مناسک معنوی را سنخ روانی و خواسته‌های درونی فرد دانسته و تمایلات و امیال درونی فرد به عنوان تنها منبع ارزش‌ها و نظام باورها، جایگزین نظام سلسله مراتب و حیانی نموده‌اند. اصلی‌ترین و مهم‌ترین پیامد منفی فراگیری آنفسی‌گرایی فردگرایانه، گسست اجتماعی و از هم‌پاشیدگی زیست جمعی جامعه انسانی است. هدف مقاله، آگاه‌سازی جامعه و هشدار به متولیان فرهنگی کشور نسبت به آسیب‌های آنفسی‌سازی است.	

در دهه ۸۰ شمسی پدیده‌ای اجتماعی با سویه‌های دینی در جامعه ایرانی با عنوان «عرفان‌های کاذب» بر سر زبان‌ها افتاد؛ اما پس از چندی این نام‌گذاری حداقل بنابر دو دلیل، غیر فنی و غیر علمی ارزیابی شد. اول آن‌که «عرفان کاذب» اصطلاحی متناقض‌نما است، زیرا عرفان بر معرفتی راستین و مطابق با حاقّ واقع اطلاق می‌شود و چنین معرفتی از اصل و اساس نمی‌تواند کاذب باشد. دلیل دوم آن‌که، این اصطلاح دارای بار منفی است و پیش-داوری بی‌طرفانه را از مخاطب سلب می‌کند. بنابراین واژه معنویت‌گرایی جدید^۱ به عنوان اصطلاح فنی جامعه-شناسانه ترویج گردید (طالبی دارابی، ۱۳۹۱: ۱۴۶). اولین و مهم‌ترین نشانه‌ی گفتمانی (شاکرنژاد، ۱۳۹۷: ۲۶۳)، اُصالت‌بخشی به «یافته‌های درونی انسان» و تأیید «مرجعیت درون» فرد و رسمیت بخشیدن به خودمختاری فردی و اعتقاد به خدای درون و حلولی می‌باشد (جلیلی، ۱۴۰۳). البته گاهی نیز از اُنفسی‌سازی به درون‌گرایی، پدیده بازگشت به «خود»، زندگی اصیل و بسط اُبرفردیت نیز یاد می‌شود. پیش از این، انسان غربی همواره بر اُصالت مرجعیت بیرونی تأکید داشت و در صورت تأیید سلسله مراتب دینی، یافته‌های درونی وی قابل اعتناء بود. اما تحولات سیاسی فرهنگی پساجنگ (جهانی دوم)، جامعه مدرن غربی را به این نتیجه رساند که «چشم‌ها را باید شست و جور دیگر باید دید». لذا پایه‌های گفتمان سوم را بر اساس الهیات معنویت‌گرایی نوین بنا نهاد. اعتباربخشی به تمایلات، عواطف و خواسته‌های درونی انسان مدرن مبنا و اساس هرگونه گرایش و گزینش ارزش‌ها و نظام باورها قرار گرفت. با گسترش و توسعه این دیدگاه، حاکمان، اقتصاددانان، سیاستمداران و متولیان فرهنگ و رسانه برای بهره‌گیری از این اندیشه نوین برای رسیدن به مقاصد و منافع مادی و غیرمادی به شیوه‌های گوناگون در ساحات گوناگون بهره‌برداری کردند. حال پرسش اصلی این است: اگر امیال و تمایلات درونی افراد محور و اساس جامعه انسانی (به‌ویژه کشوری مانند ایران که مردم آن پیرو دین اسلام‌اند) قرار بگیرد تبعات و پیامدهای منفی برای اجتماع و معنویت چیست؟ این نوشتار با شیوه توصیفی تحلیلی به بررسی این مدعای خود یعنی آسیب‌ها و بهره‌برداری ناصواب از اُنفسی‌سازی/درون‌گرایی پرداخته است.

پیشینه و اهمیت بحث

اُنفسی‌سازی در جامعه کنونی غربی به شیوه‌های گوناگون به یک فرایند عمومی تبدیل شده، و پای آن به جامعه ایرانی نیز باز شده است؛ حتی در تبلیغات آگهی‌های بازرگانی رسانه‌های جمعی و اجتماعی به‌وفور قابل مشاهده است؛ تکیه بر «حس خوب خرید» یا «حال برخی، فقط با خرید کردن خوب می‌شود» فراوان به چشم

می‌خورد، یعنی داشتن آن کالا، صرفاً حس خوب، و خوشحالی و خوشبختی به‌فرد می‌دهد. این همان الهیات رفاه/مصرف‌گرایی است؛ در واقع به مخاطب چنین القاء می‌شود که خوشبختی، موفقیت و معنویت افراد در گرو داشتن ثروت و رفاه است؛ آسیب این اندیشه آن می‌شود: کسانی که توانایی خرید و مصرف زیاد کالا ندارند از داشتن حس و حال خوب بی‌نصیب‌اند، پس معنویت و موفقیت در زندگی خود ندارند. البته مدعیان، انگاره خود را با چاشنی دین و مذهب ترویج می‌کنند. بنابراین آگاه‌سازی جامعه نسبت به این آفت ضروری است.

در زمینه پیشینه بحث باید گفت: درباره پیامدهای منفی/مثبت آنفسی‌سازی پیشینه خاص یافت نشد؛ اما با استفاده از منابع و پیشینه عام مانند پایان‌نامه طالبی‌دارابی (۱۳۹۱)، کتاب شاکر نژاد (۱۳۹۷)، حمیدیه (۱۳۹۱)، و اخلاق اصالت اثر تیلور (۱۴۰۲)، هنگراف (۱۹۹۶) ضمن تبیین مفهومی معنویت‌گرایی و آنفسی‌گرایی و توصیف روند فراگیری آن در ساحت معنوی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در صدد استخراج پیامدهای منفی آنفسی‌گرایی فردگرایانه است.

۱. مبانی نظری بحث

در این جا ابتداء به مبانی نظری معنویت‌گرایی و آنفسی‌سازی یا درون‌گرایی می‌پردازیم؛ سپس به فرایند شدن و پیامدهای منفی آن اشاره می‌گردد:

۱.۱. معنویت‌گرایی جدید

انسان مدرن با ناامیدی از دو گفتمان ادیان نهادینه (مسیحیت و یهود) و علم‌گرایی^۱ در وادی جدیدی به‌نام گفتمان معنویت‌گرایی جدید قدم نهاد. دهه شصت (۱۹۶۰) به «عصر درون‌گرایی»^۲ و معنویت‌گرایی معروف گشت (طالبی دارابی، ۱۳۹۱: ۱۴۵). این گفتمان که پیامد مدرنیته و غلبه سکولاریزاسیون بر جامعه غربی است، داعیه فهم متافیزیک و عالم ماوراء طبیعت و تبیین جدیدی از درک هستی بدون دخالت و ارجاع دادن بشر مدرن به ادیان رسمی و علم‌گرایی دارد. البته این به معنای ضدیت با دین یا علم نیست؛ بلکه فهم مذکور بدون رسمیت بخشیدن علم و دین، می‌تواند با التقاط و ترکیب علم و دین حاصل شود؛ چارلز تیلور^۳ از این فرایند دگرگونی جدید به «چرخش گسترده ذهنی در فرهنگ مدرن»^۴ و چرخش به درون (آنفسی‌گرایی) یاد می‌کند (Heelas, 2008, p:ix).

1. Scientism.

2. 'Inner era'/Subjectivization/

3. Charles Taylor.

4. Massive subjective turn of modern culture'.

معنویت پژوهان غربی فراخور نگرش واستنباط خود از معنویت جدید، آن را با نام‌های گوناگونی از قبیل «معنویت غیردینی»^۱، «معنویت سکولار»، «معنویت جایگزین»^۲، «معنویت زندگی»^۳، «معنویت سمینار»^۴، «معنویت رفاه»^۵، «معنویت خود»^۶، «انقلاب معنوی»^۷، «معنویت پس‌اسرمایه‌داری»^۸، «معنویت سیال»^۹ و غیره یاد کرده‌اند. دانشمندان در بررسی ابعاد و زوایای گوناگون معنویت‌گرایی از منظر خود درباره آن نظریه‌پردازی کرده‌اند: مثلاً رابرت واتنو این معنویت را «تلفیقی و چهل‌تکه»، ود کلارک رُف^{۱۰} «معنویت سوپرمارکتی»، جرمی کارت و ریچارد کینگ «معنویت کالایی»، شووان چندلر «معنویت سیال» پاول هیلاس «معنویت مصرفی»، بهزاد حمیدیه «معنویت پاپ‌کورنی و معنویت نارس‌یستی و خودمحور» (شاکر نژاد، ۱۳۹۴) یاد کرده‌اند.

پدیده معنویت‌گرایی به دلیل غیررسمی بودن^{۱۱} و فقدان ساختار (بعضاً ساختارگرایز و بعضاً ساختارستیز) و رهبری نامشخص، کش‌دار بوده و از انعطاف‌پذیری^{۱۲} زیادی برخوردار است (Hanegraaff, 1996: 251). بنابراین درک داده‌ها و تبیین ماهیت آن یک چالش است. بر همین اساس، تعریف «معنویت» همانند مقوله "دین" و "فرهنگ" دشوار و متنوع است؛ لذا تعریف اجماعی از آن وجود ندارد. تعدد تعریف‌ها و عدم اجماع باعث چالش‌های فراوانی در فهم آن شده است؛ پژوهشگران غربی^{۲۷} معنا و تعریف روشن، صریح و متعدد از آن به دست آورده‌اند، اما نسبت به همین تعاریف نیز بین محققان، توافق اندکی برقرار است (ایراندوست، ۱۳۹۷). البته در بسیاری از تعاریف هشت موضوع برجسته وجود دارد که حداقل دو مورد از مفاهیم زیر در آن‌ها به کار رفته است: معنا و هدف؛ ارتباط و رابطه با خدا/خدایان؛ دیگر متعالی، خود متعالی، اصل حیاتی، نیروی متحد‌کننده یا انرژی یکپارچه؛ شخصی و خصوصی و امید (Ma Carroll, 2005: 46).

تعریف اولیه معنویت در غرب (تا اواخر قرون وسطی) با دین و مذهب گره خورده است و دارای معنای واحد و مشترک است؛ اما در سده اخیر به ویژه پس از جنگ جهانی دوم بنابر دلالتی ارتباط با دین و سازمان‌های دینی انقطاع یافته و معنای واحد از میان رخت برسته؛ و به یک تجربه شخصی یا ذهنی‌گرایانه تبدیل شد و شاهد فراز و نشیب گردید. معنویت‌گرایی با تفکرات فلسفی، جنبش‌های سیاسی فرهنگی، ادیان شرق، طریقت باطنی غرب و علوم غریبه برای رهایی از رنج و کسب آرامش روحی انسان پیوند خورده است؛ ارتباط معنویت با لیبرالیسم،

-
1. Religiously unaffiliated spirituality.
 2. Alternative Spirituality.
 3. Spirituality of Life.
 4. Seminar Spirituality.
 5. Wellbeing Spirituality.
 6. Self-spirituality.
 7. The Spiritual Revolution.
 8. Spirituality Post-capitalism.
 9. liquid spirituality.
 10. Wade Clark Roof.
 11. Informality.
 12. Flexibility.

الهیات فمینیستی، سیاست سبز، حل و فصل مسائل بهداشت روانی، ازدواج و تربیت فرزند، مدیریت سوء مصرف مواد ... باعث شده تا تنوع برداشت و رنگارنگی بسیاری در تعریف و فهم آن حاصل شود (ایراندوست، ۱۳۹۷). به‌ویژه در جوامع مذهبی همانند ایران که تلقی آن‌ها از معنویت با دین‌داری و عرفان و دعا و نیایش با خداوند مترادف است؛ حال آن‌که نسبت میان دین و معنویت‌نویین، رابطه عموم و خصوص من وجه است نه نسبت تساوی (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۷) هر انسان معنوی الزاماً دین‌دار نیست؛ و بالعکس (هر دین‌داری، معنوی نیست و هر معنوی، دین‌دار نیست). اختلاف در هدف، اختلاف در روش و اختلاف در منشأ پیدایش، مهم‌ترین تمایز معنویت-گرایی و معنویت دینی را نشان می‌دهد. نتیجه آن‌که معنویت‌پژوهان غربی آن‌را محصول «مواجه آدمی با امر قدسی»، «ساکن شدن روح القدس در فرد»، «جستجوی امر قدسی» و «حرکات درونی روح انسان به سوی حقیقت امر متعالی یا الوهیت» توصیف کرده‌اند.

۲.۱. آنفسی‌سازی مدرن و عصر اصالت^۱

دغدغه زندگی اصیل در اندیشه بشری دارای پیشینه طولانی است؛ از زمانی که سقراط در معبد دلفی ندای «خودت را بشناس» شنید تا توصیه‌های روان‌شناسانه امروزی قابل ملاحظه است. توصیه‌هایی مانند «خودت انتخاب کن»، «براساس فهم خودت زندگی کن»، «از درونت پیروی کن»، «همه چیز در درون توست»، «مهم خواست توست نه قضاوت دیگران» رگه‌های از حضور این تفکر در جامعه امروزی غرب و حتی کشور خودمان ایران است. در فرهنگ جدید غرب اصالت بخشی به «خود و درون» فرد به رشد و گسترش جنبش فردگرایی^۲ باز می‌گردد. این انگاره در انقلاب پرستان‌ها و «خودت کشیش خودت باشد» لوتری ریشه دارد. بر همین اساس فردگرایی از ویژگی‌های برجسته جامعه مدرن معاصر است، و البته برای برخی افراد، عالی‌ترین دستاورد تمدن مدرن (تیلور، ۱۴۰۲: ۱۲) و از مفاهیم بنیادی است که با اندیشه‌ی اومانیسم و لیبرالیسم ارتباط مستقیم و پیوندی ناگشودنی دارد؛ در اندیشه لیبرال هرگونه عمل و رفتار فرد که برخاسته از امیال، خواهش‌ها، احساسات و علایق فرد است (که در بنیاد، خودخواهانه‌اند) مشروع است (آربلاستر، ۱۳۷۷: ۴۰). تیلور بر این باور است که سه موضوع در لیبرالیسم نگران‌کننده است: یکی از آنها فردگرایی است (تیلور، ۱۴۰۲: ۱۳)؛ منفک شدن انسان از آسمان و ملائکه و در واقع افسون‌زدایی^۳ از جهان پیامدهای خاصی برای بسیاری از انسان‌ها دارد. بنابراین براساس مکتب «اصالت فرد» فردیت انسان شالوده هراندیشه و رفتاری قرار گرفته و فرد، برتر از جمع/جامعه پنداشته می‌شود. البته در فردگرایی فرد انسانی اهمیت و ارزش دارد نه نوع انسان؛ پس اولین و آخرین حجت، فرد است. در واقع فرد منبع حجیت و اعتبار ارزش‌ها است؛ لذا هیچ نهاد، دکترین و اخلاقی نمی‌تواند او را مجبور کند یا به جای فرد، داوری

-
1. Age of authenticity.
 2. Individualism.
 3. Disenchantment.

نماید. به مرور با رشد این اندیشه، ساحت اخلاق و معنویت مانند دیگر حوزه‌ها (حکومت و اقتصاد) از نفوذ فردگرایی مصون نماند و از نهاد دین و کلیسا جدا شد؛ و بدین سان فردگرایی به ابر فردیت بدل گشت.

با بی‌اعتبار شدن مرجعیت بیرونی و شخصی شدن دین و معنویت، «درون» فرد به عنوان جایگزین مرجعیت بیرونی و تنها منبع معرفتی و معنوی معتبر مطرح شد و فردگرایی معنوی در عداد صورت‌های پیشین فردگرایی، ظهور کرد و به یکی از نشانه‌های برجسته گفتمانی معنویت‌گرایی تبدیل شد. اگر شعار «هرکس ارزش‌های خود را دارد» محترم شمرده شود من بعد شعار «هرکس دریافت‌ها/امیال و عواطف درونی خود را دارد» محترم شمرده خواهد شد. هیچ فرد یا نهادی خارج از انسان مجاز نیست دریافت‌ها و سبک زندگی معنوی، فرد دیگر را به چالش بکشد. اگر فرد امور ارزش‌هایی (مثلاً در عرصه معنویت) را مهم و مطلوب تشخیص می‌دهد به خود شکوفایی دست یافته است. (خود شکوفا کسی است که خودش برای خودش تعیین‌کننده باشد نه دیگری). خودمختاری و مرکزیت بخشی به «خود»^۲ باعث گردید آنفسی‌گرایی مورد توجه و بهره‌برداری‌های گوناگون قرار بگیرد. افراد و گروه‌های گوناگون ذی‌نفوذ (سیاسی اجتماعی اقتصادی) به منظور سوداگری و انتفاع مادی و معنوی از تمایلات، علایق، احساسات و انگیزش‌های درونی انسان‌ها به فکر کشف، اطلاع و از همه مهم‌تر جهت‌دهی و هدایت آن‌ها در راستای منافع خود برآمدند. تیلور ضمن تمایز میان دین و معنویت، این تغییر گفتمان را آنفسی‌گرایی/درون‌گرایی می‌نامد (تیلور، ۱۴۰۰: ۴۳۲). پُل‌هیلاس نیز معتقد است رشد معنویت‌گرایی باعث عبور جامعه بشری از دین به معنویت و رقابت میان این دو خواهد شد؛ وی معنویت‌گرایی را «ادیان خود» یا دین خود^۳ می‌نامد؛ و برای آن سه ویژگی برمی‌شمارد: ۱- خداوند به عنوان موجودی بیرونی و خارج از سوژه (انسان) وجود ندارد و این مرز بین ادیان توحیدی و معنویت «ادیان خود» است؛ ۲- معنویت‌گرایی، دین و روان‌کاوی را با هم درمی‌آمیزد؛ سوم: معنویت «ادیان خود» به شدت تکنیکال و مملو از فنون روان‌شناختی است، اما این فنون صرفاً برای کسب آرامش و مقابله با استرس و فشار بکار گرفته نمی‌شود، بلکه به عنوان روش‌های دینی به منظور آشکار کردن «خدای درون» مورد استفاده قرار می‌گیرد (Heelas, 2003: 167). چرخش به درون از پیامدها و لوازم فردگرایی است. انسان مدرن می‌خواهد امر متعالی را از طریق درون و خود شکوفایی درونی تجربه کند و بیابد بدون پیروی و انجام مناسک دینی؛ این انگاره را نباید با معرفت‌النفس دینی یک‌سان انگاشته و خلط کرد (جلیلی، ۱۴۰۳: ب).

۱.۲. آنفسی‌سازی و سیاست

آنفسی‌گرایی نه تنها با معنویت‌نویین ارتباط تنگاتنگ دارد بلکه با سیاست مدرن نیز گره خورده است. بررسی تاریخ سیاسی چند دهه گذشته منطقه جغرافیایی که معنویت‌گرایی در آن نضج و گسترش داشته (آمریکا و انگلستان)

1. Alternative.
2. Self.
3. Self_religion.

نشان می‌دهد (Hanegraaff, 1996: 33) سیاستمداران با کمک روان‌کاوان و بهربرداری از نظریه اُنفسی‌گرایی و با سوار شدن بر تمایلات و آرزوهای درونی افراد موفق شده‌اند نه تنها قدرت را در دست گیرند بلکه این اندیشه سیاسی به وجود آمد که چگونه توده‌ها را کنترل و مطیع خود کنیم؟ آنان بعد از اطلاع از تاثیر شگرف تمایلات و خواهش‌های درونی انسان با شگردهای گوناگون رسانه‌ای کنترل امیال و عواطف درونی افراد جامعه را به کنترل خود در آوردند.

در دهه ۱۹۶۰ یک جنبش اعتراضی دانشجویی در محوطه دانشگاه‌های آمریکا به راه افتاد (کرودن، ۱۴۰۰: ۲۵). یکی از اهداف جنبش اعتراض به جنگ ویتنام و بی‌عدالتی بود. دانشجویان شرکت‌های تجاری آمریکا را به شستشوی مغزی مردم متهم می‌کردند. مصرف‌گرایی را نه صرفاً روشی برای درآمد بیشتر، بلکه وسیله‌ای برای مطیع نگه داشتن مردم می‌دانستند تا دولت بتواند هزینه‌های یک جنگ وحشیانه و غیرقانونی را در ویتنام تامین کند. هربرت مارکوزه از رهبران جنبش و منتقدان فروید معتقد بود مردم مجبور شده‌اند احساسات و هویت خود را از طریق خرید کالاهای که انبوه تولید شده‌اند ابراز کنند (مارکوزه، ۱۳۶۲: ۱۲). این فرایند منجر به چیزی شد که او آن را انسان‌های تک‌بعدی، مطیع، سازگار و سرکوب شده می‌نامید. وی به روان‌کاوان بدبین بود؛ زیرا به ماموران فاسد حاکمان آمریکا تبدیل شده‌اند. ارباب قدرت در آمریکا برای سرکوب اعتراضات به نگرشی نو روی آوردند. پس از کشتار چهار نفر از دانشجویان در دانشگاه کنت به اندیشه‌های ویلهلم رایش (رایک) برای ایجاد نفس جدید روی آوردند. رایش ادعا می‌کرد منبع انرژی جنسی را کشف کرده که نام آن «انرژی اُورگون»^۱ است (رایش، ۱۳۸۲: ۲۷۵). پس از مرگ وی اندیشه‌های وی در نظام سرمایه‌داری گسترش یافت. هدف آنها ابداع روش‌های بود که این امکان را به افراد بدهد تا خود را از قید کنترل‌های که جامعه در اذهان‌شان ایجاد کرده برهانند. یکی از این روش‌ها ابداع مواجهه گروهی (گروه‌های متمرکز) بود (خرمایی، ۱۳۸۶) که در آن افراد را تشویق می‌کردند تا در جمع به بیان احساسات دررونی خود بپردازند؛ همان احساسات خطرناک و سرکوب شده. در این روش فرد در فرایند خودافشایی و مکاشفه‌ی نفس، بر روی یک صندلی می‌نشست و خود واقعی و من جدید و رها شده از شرطی‌سازی اجتماعی را بروز می‌داد. در نتیجه این کار، یک نفس قدرتمند و خودمختاری بیرون می‌آمد که بتواند نظم کهنه را سرنگون و نظم نوین ایجاد کند. صندلی داغ نیز اصطلاحی است که برای این روش به کار می‌رفت. در اواخر دهه ۱۹۶۰ اندیشه خودکاوشی به سرعت در آمریکا رایج شد. رسانه‌ها نخستین وظیفه هر فرد را این گونه عنوان می‌کردند که «خودش» باشد. در این مقطع نظام سرمایه‌داری بر آن شد در این زمینه دخالت کند و بفهمد این انسان‌های جدید چه می‌خواهند تا خودشان باشند؟ چه کالاهایی را انتخاب می‌کنند؟ و چه شخصیت سیاسی را در انتخابات بر می‌گزینند؟

1. Wilhelm Reich.
2. Orgone energy.

دونالد ریگان کاندیدای ریاست جمهوری آمریکا از جمله افرادی بود که به خوبی دریافته بود انسان‌های درون‌نگر و فردگرا چگونه انتخاب می‌کنند و بدنبال چه چیزی هستند؟ به همین جهت در کارزار انتخاباتی خود همواره تاکید می‌کرد: اجازه دهید مردم خودشان تصمیمات اساسی را اتخاذ کنند؟ بگذارید مردم فرمانروایی کنند؟ و دولت مرکزی را برکنار کنند. این شعارها تاثیر خود را گذاشت و ریگان با رای بالایی رئیس‌جمهور شد. نظرسنجی‌های سنتی نمی‌توانستند هیچ الگوی منسجمی را برای توجیه اتفاقاتی که رخ می‌داد پیدا کنند. پیام ریگان درباره آزادی‌ها و خواسته‌های فردی برای کسانی که دنبال خودشکوفایی بودند هماهنگ بود. رای‌دهندگان به فردیت خود بسیار علاقه‌مند بودند بنابراین مرکزیت‌بخشی به تمایلات درونی در سخنرانی‌های انتخاباتی ریگان و خانم تاچر در انگلیس مورد توجه قرار داشت. پیروزی این افراد، قدرت این نگرش (تحقق بخشیدن به خویشتن و هدایت شدن از درون) را نشان داد. ارزش‌های هدایت‌شدگان از درون مورد توجه قرار گرفته بود. ریگان و تاچر معتقد بودند شکل نوین و نوع بهتری از دموکراسی را به وجود آورده‌اند که می‌تواند کاملاً پاسخگوی احساسات و تمنیات درونی افراد باشد. مارگارت تاچر در شعارهای انتخاباتی تمایلات و خواسته‌های افراد را محور و مرکز جامعه قرار دادند. این همان تحولی بود که ریگان درباره آمریکا انجام داد. وی همواره از مردم می‌خواست که ارضاء امیال و تمایلات خود را به مثابه اولویت اصلی و فراگیر ببینند. مردم تشویق می‌شدند به جای صحبت منطقی درباره سیاست به بیان احساسات اصلی و درونی خود بپردازند. تاچر می‌گفت: ما اعتقاد داریم که مردم باید همان اشخاص منحصر بفرد باشند؛ همه حق دارند با دیگران فرق داشته باشند؛ همه به یک اندازه اهمیت دارند ... با به قدرت رسیدن تاچر صنایع تبلیغاتی و بازاریابی انگلیس رونق یافت؛ در واقع وظیفه آن‌ها شناخت خواسته‌های واقعی درونی مردم و سپس فروش آنها به خودشان بود. براساس یافته‌های بازاریابی جدید و اربابان قدرت، نوع جدیدی از فردگرایی مورد شناسایی قرار گرفت. پیش از این مردم از نظر طبقه اجتماعی دسته‌بندی می‌شدند، اما از این پس با توجه به نیازهای درونی روان‌شناختی طبقه‌بندی می‌شدند؛ و این کاملاً اتفاق جدیدی بود. در نتیجه این نگرش، نه تنها بازار آشفته اقتصاد بحران‌زاده آمریکا در دهه ۱۹۸۰ توسط افراد خودشکوفانجات یافت؛ بلکه بزرگترین فرصت و موقعیت را برای ترویج و گسترش دموکراسی آمریکایی فراهم آورد.

بیل کلنتون دیگر رئیس‌جمهور آمریکا در دور دوم که امیدی زیادی به کسب موفقیت در انتخابات نداشت، آگاهانه وزیرکانه سیاست‌های خود را متناسب با تمایلات و عواطف درونی رای‌دهندگان هماهنگ کرد و در کمال ناباوری پیروز انتخابات شد. آنچه را کلنتون در برنامه انتخاباتی خود طبقه متوسط فراموش شده می‌نامید به شخصیت اصلی و محوری سیاست‌ها و برنامه‌های وی تبدیل شده بود. ستاد انتخاباتی کلنتون برای سنجش تمایلات و خواسته‌های افراد این طبقه به منازل افراد تلفن می‌کردند و می‌پرسیدند: چه می‌خواهید؟ درباره برنامه و سیاست‌های کلنتون پرسش‌های مشخصی می‌کردند. جواب‌ها را یادداشت می‌کردند و در اختیار کلنتون قرار می‌دادند. وی نیز با همان واژه‌ها و عبارات، تمایلات و خواسته‌های بیان شده‌ی مردم را در سخنرانی‌های خود بیان می‌کرد. هدف او

از این کار این بود که به رای دهندگان متزلزل وقشر خاکستری القاء کند سبک زندگی، آرزوها و خواسته‌هایشان قابل قبول است و امیال و هوس‌های شخصی آنها را می‌شناسد. در بریتانیا در سال ۱۹۹۴ نیز همین پیروزی آنفسی‌گرایی توسط تونی بیلر در شرف وقوع بود. وی نیز امیال و نگرانی‌های طبقات جدید که مشتاق دست‌یابی به مقام و موقعیت اجتماعی بودند مورد توجه قرار داد و پیروز گردید. فرایند آنفسی‌سازی به این موارد ختم نمی‌شود؛ پس از انتخابات ۲۰۱۶ نیز حزب دمکرات آمریکا به عملکرد برخی صاحبان بزرگ رسانه‌ای آمریکا (فیسبوک) اعتراض و شکایت کردند؛ آنها ادعا کردند این غول رسانه مجازی، تمایلات و خواسته‌های قلبی کاربران را در اختیار رقیب جمهوری - خواه‌شان یعنی ترامپ گذاشته تا او براساس این اطلاعات در مناظرات سیاسی و سخنرانی‌های تبلیغاتی سخن بگوید و همین عامل پیروزی ترامپ گردیده است. بدین‌سان اربابان قدرت با هدایت و دستکاری ضمیر ناخودآگاه مردم آنها را سمت منافع حزبی خود سوق می‌دهند.

در ارزیابی این نگرش، باید گفت: فارغ از سیطره احزاب سیاسی ناسالم، سوءاستفاده و استثمار جامعه توسط آنها، ابتناء نظام ارزش‌ها، گسترش سبک زندگی و قضاوت‌های اخلاقی از طریق لنزهای رضایت فردی، نقطه پایان جامعه‌ی انسانی و زیست اجتماعی است؛ یعنی از این پس واحدی به نام جامعه و اجتماع وجود ندارد؛ بلکه صرفاً مجموعه مستقل افراد وجود دارند که تصمیم‌های فردی و شخصی طبق احساسات و خواهش‌های خود می‌گیرند تا رفاه و بهبود شرائط زندگی خودشان را ارتقاء دهند. بسط و رواج احساس‌گرایی سطحی و مبتذل پیامد این نگرش است. پیامد دوم، فربه نمودن جنبه خودخواهی و خودشیفتگی بشر و ترویج پیروی از غرایز و حریصانه‌ترین جنبه‌های طبیعت انسان است (حمیدیه، ۱۳۹۱: ۱۷۳). پیامد دیگر این منطق انکار شفقت و دلسوزی و عدم همیاری به دیگران است. ریگان با ظرافت و لطافت خاصی این موضوع را بر زبان جاری می‌ساخت. در واقع چرخش به سوئزکتیو (زندگی کردن بر اساس ارضاء تمایلات و نیازهای درونی) متضمن نابودی ارزش‌های جمعی و مورد قبول جامعه و خالی شدن زندگی از قالب نقش‌ها، وظایف و تکالیف خارجی است. منبعد یک فرد می‌تواند وظایف خود را در قبال خانواده و فرزندش به دلیل ناسازگاری آنها با احساساتش زیر پا بگذارد و طبق تمایلات درونی خود رفتار نماید. نتیجه و ثمره چنین اندیشه‌ای چیزی جز آسب زیست اجتماعی و متلاشی شدن خانواده نیست.

۲.۲. آنفسی‌سازی و بدن‌گرایی

از دیگر پیامدهای اصالت‌یابی تمایلات و تمنیات درونی انسان مدرن، رواج بدن‌گرایی و توجه فزاینده به بدن^۱ و زیبایی اندام جسمانی است. رشد برخی ورزش‌ها مانند بدن‌سازی، استفاده از انواع گوناگون داروها و محصولات آرایشی برای زیباسازی ظاهر بدن، رونق گرفتن عمل‌های جراحی زیبایی، یوگا ... حکایت از تمرکز بخشی به «خود» فرد دارد. صاحبان ثروت، کارخانه‌های داروسازی و حتی دندان‌پزشکان از این نظریه در

راستای منافع مادی خود استفاده کردند. تمرینات ذهنی و جسمی فراوانی ابداع و به فروش رسید. برخی پژوهشگران اعتباربخشی تمنیات و نیازهای درونی انسان را به معنای سلطه سرمایه‌داری مصرف‌گرا در عرصه معنویت و کالایی‌سازی معنویت و دین در این گفتمان و تبدیل این دو به یک «سوپر مارکت»^۱ ارزیابی کرده‌اند. با اصالت‌یابی خواهش‌های درونی فرد، انسان گریز یا و در عین حال خودمختار گردید. بازگشت به «خود»^۲ باعث شد درونیات فرد منبع و منشأ موجه انگاشتن باورها شود؛ یعنی مشروعیت مرجعیت^۳ بیرونی سلب شد و یافته‌های و تمایلات درونی اصالت یافت (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۹). از هرگونه قید و بند، ارزش، هنجار، الهیات و امور فوق طبیعی با منشأ بیرونی رها گردید. در این «بازگشت به خود و زندگی» انسان، طبیعت و هستی به صورت منسجم^۴ و کُل-گرایانه^۵ ملاحظه می‌شود. دیگر انسان Self مادی یا صرفاً آسمانی نیست بلکه این Self مجموعه‌ای از ماده و معنأ^۶ است؛ دارای سه بُعد است؛ ترکیبی از «ذهن، جسم و روح»^۷ است. بنابراین نوعی پرورش اندام^۸ التقاطی شکل گرفت. بازسازی، فراروی و بسط یوگا که اصالتاً یک مکتب هندی و معنوی بود در همین راستاست؛ تبدیل آن به یک ورزش تکنیکال جدید و متمایز با آنچه در سرزمین مادری خود بود مطابق با استانداردهای جامعه مدرن به یوگای متریال^۹ بدل شد و مراکز مخصوص آموزش برای درآمدزایی از این ورزش گسترش یافت تاخوش اندام بودن، لاغر بودن و زیبایی بدن فرد اولویت یابد و زندگی بر اساس اقتضات امیال درونی فرد شکل گیرد (موحدیان، ۱۳۹۶: ۲۱۶). توضیح بیشتر آن‌که: گفتمان علم‌گرایی انسان را جسم و ذهن می‌داند و منکر وجود روح اوست؛ مسیحیت نیز او را جسم و روح می‌داند اما گفتمان معنویت‌گرایی وی را هویتی بر ساخته از آموزه‌ای مدرن با ترکیبی از بدن، ذهن و روح می‌داند^{۱۰} که دارای خودآیینی و خودمختاری (آنانومی)^{۱۱} است. البته این آنانومی بر پایه آنانومی^{۱۲} فرد است؛ یعنی خودمختاری هر فرد بر اساس روحیه و سنخ روانی وی شکل می‌گیرد (طالبی دارابی، ۱۳۹۱: ۱۳۷).

به هر حال چرخش به درون و آنفسی‌سازی امیال درونی فرد باعث ظهور اقتصاد معنویت و بازارهای زیر مجموعه شده، کسب و کار و مشاغل جدیدی پدید آورده است. تولید و فروش کتب و جزوات مربوط به تکنیک‌ها و فنون کسب

-
1. Spiritual marketplace
 2. Self.
 3. Authority.
 4. Integral.
 5. Holistic.
 6. Material & Spiritual.
 7. Mind, Body, Spirit
 8. Body treatment.
 9. Yoga material.

۱۰. برخی بر این باورند که از منظر عرفا هویت انسان چهار ساحتی است؛ ساحت جسمانی، ساحت ذهنی/ضمیر، ساحت روان/نفس (Soul)، ساحت روح.

11. Autonomy.
12. Anatomy.

آرامش، تولید ابزار و البسه مربوط به تکنیک‌های یوگای مدرن و انجام مناسک معنوی، ایجاد مکان‌های مناسب برای انجام آنها و تحصیل درآمد، نمونه‌ای از کسب ثروت با گسترش آنفسی‌گرایی فردگرایانه در جامعه مدرن است.

۳.۲. آنفسی‌سازی؛ مصرف‌گرایی و کالایی‌سازی

تاکید افراطی بر حجیت درون‌گرایی در عرصه معنویت پیامدهای گوناگونی دارد؛ علاوه بر رواج نسبی‌گرایی، بسط ابرفردسازی، کالایی شدن و گسترش فرهنگ مصرف در حوزه معنویت از جمله آنهاست. با رشد رفاه مادی پساجنگ و گسترش تجملات انقلاب مصرفی و فرهنگ مصرف‌گرایی نوین با تمرکز بر فردیت و فضای خصوصی با تبلیغات وسیع و شیوه‌های نو پدید آمد (تیلور، ۱۴۰۰: ۴۸۹).

جامعه غربی در پسامدرنیسم در گذار از فرهنگ تولید به فرهنگ مصرف است؛ مصرف معنای نوین یافته و بیش از تولید مبنای اصلی نظریه اجتماعی را تشکیل می‌دهد. طبق دیدگاه کالین کمپیل این گذار که ابعاد عمیق فرهنگی پیدا کرده به معنای تغییر بنیادین در ارزش‌ها و باورهاست (حمیدیه، ۱۳۹۱: ۶۵)؛ مصرف فراوان هم‌چنین تولید مجاز، منطق سرمایه‌داری را برای همیشه تغییر داده است. در این دوره افرادی برای تعریف از خود و بیان جایگاه اجتماعی خود، تفاخر و خودنمایی در برابر دیگران، کالا مصرف می‌کنند؛ در واقع مصرف و مصرف زیاد به امری هویت‌ساز و هویت‌بخش تبدیل شده است. مصرف زیاد، احساس قدرت در انتخاب و احساس سیطره بر کالا را در شخص پدید آورد و به نوعی گفتمان سرنوشت را به گفتمان انتخاب (به‌ویژه در امور معنوی) تبدیل نمود. به دیگر سخن انواع اعمال، باورها و نهادها که در تاریخ بشر برای افراد صرفاً یک سرنوشت بود به فرصت و گزینه‌هایی برای انتخاب تبدیل کرد. همان‌گونه که پرسه‌زدن در فروشگاه‌های زنجیره‌ای باز و سوپرمارکت‌های بزرگ به انسان مدرن حق انتخاب و گزینش کالا در بازار رقابتی را می‌دهد در ساحت معنویت نیز موقعیت انتخاب‌گری و فرار از تحمیل عناصر و باورهای معنوی و عدم انفعال در برابر ساختارهای رسمی ادیان برای انسان غربی ایجاد شد و همه کنش‌ها، سیستم ارزش‌ها، هویت‌یابی، معنایابی و رفتارهای اجتماعی ... حتی معنویت، معطوف بر مصرف تعریف شدند. در دهه ۱۹۲۰ در آمریکا برای تاسیس و بازگشایی فروشگاه‌های زنجیره‌ای به‌گونه برنامه‌ریزی و تبلیغ شد که خرید محصولات از این فروشگاه‌ها حس خوب و جذاب خواهد داشت؛ به همین جهت، یک روزنامه‌نگار آمریکایی نوشت: در دموکراسی ما تغییر رخ داده که مصرف‌گرایی نام دارد و مهم‌ترین وظیفه مردم در قبال کشورشان نه به عنوان شهروند بلکه به عنوان مصرف‌کننده تعیین خواهد شد (Curtis, 2002). در چنین جامعه‌ای مصرف‌گرایی معنویت و فرهنگ بیشتر به کالا تبدیل شده ارزش و امتیاز ذاتی و قدرت خود را از دست داد و رابطه انسانی و معنویت به رابطه انسان-شیء بدل و مناسک و عقائد معنوی در حد تلفن همراه و سی‌دی ... فروکاهش یافت.

از طریق صنعت فرهنگ و کالایی شدن فرهنگ، جهانی از نشانه‌ها و نمادها اما سطحی و مبتذل به وجود آمدند. در این دوران هیچ‌گونه روایت واحد و وجه غالب و مسلط را ندارد؛ بلکه روایت‌های خرد متعددی به طور فشرده

و تنگاتنگ در کنار هم و در درون هم قرار گرفته و جایگزین فراروایت واحد می‌گردد. در پسامدرنیته بر سرعت و دامنه شدت فرایندهای اصلی مدرنیته (کالایی شدن، عقلانی‌سازی، تفکیک و فردی‌سازی) افزوده می‌گردد. در نتیجه تأثیرات شگرفی بر قالب‌های اجتماعی وارد می‌کند. در واقع ابرکالایی شدن و مصرف‌گرایی به حوزه آن روابطی که سابقاً روابط غیر کالایی و غیر مصرفی بوده، کشیده می‌شود. معنویت یکی از این نمونه‌هاست. ابرعقلانی‌سازی شکاف در «فرهنگ خبرگان» و تکثر پاسخ‌های ارزشی-عقلانی را دامن می‌زند. ابرتفکیک موجب می‌شود امور تخصصی و نیز سبک‌های زندگی متکثر و مختلط شوند. ابرفردی‌سازی نیز موجب ترجیح جهت-گیری‌های ارزشی و معنوی می‌شود. پس نتیجه بسط «خویشتن» آن است که هر کس خود به ارزش‌ها و نوسازی الگوهای ارزشی خود، ترجیح‌های ارزشی و رویکردهایش نظم می‌دهد. پیامد این نوسازی‌ها تنوع، التقاط‌گرایی از منابع مختلف و الگوگذاری شخصی با قابلیت تعویض و تغییر جهت‌گیری ارزش‌هاست. جهت‌گیری ارزشی پست‌مدرن با هدف انعکاس مفهوم «خود» به وجود آمده است. هر خویشتنی به دنبال بنیان نهادن ارزش‌ها در تمایز با دیگران است (حمیدیه، ۱۳۹۱: ۱۷۰).

۴.۲. آنفسی‌سازی و مصرف‌گرایی معنوی

در حدود صد سال قبل زیگموند فروید روان‌شناس معروف نظریه جدیدی درباره ماهیت بشر ارائه کرد؛ تأثیر این دیدگاه به قدری عمیق و زیاد بود که علی‌رغم ماهیت بحث‌انگیز آن در روان‌شناسی و روان‌کاوی، تا سال‌های طولانی در زمینه‌های گوناگون همانند بازرگانی، بازاریابی، صاحبان قدرت و سیاست و حتی معنویت‌گرایی مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

فروید معتقد بود نیروهای جنسی و خشنی در اعماق انسان پنهان است؛ نیروهایی که اگر تحت کنترل در نیایند جامعه را به آشفتگی و انهدام می‌کشانند. این نکته به آن‌چه بعدها به ضمیر ناخودآگاه معروف شد اشاره دارد. کشف پنهان مغز برای انسان کاملاً ناشناخته است. در ذهن همه ما مانعی وجود دارد که اجازه ظهور آن را نمی‌دهد. فروید روشی به نام تجزیه و تحلیل روح و روان ابداع کرده بود که با تجزیه و تحلیل رویاها و تداعی آزاد نیروهای جنسی و خشونت‌آمیز بسیار قدرتمندی را کشف کرده است که بقایای گذشته حیوانی ما هستند، احساساتی که که بدلیل خطرناک بودنشان سرکوب کرده‌ایم. هم‌چنین فروید در کتاب تمدن و ملالت‌های آن نوشت: تمدن نشانه پیشرفت بشریت نیست بلکه به منظور کنترل نیروهای حیوانی و خطرناک درونی بشر به وجود آمده است. ایده‌آل آزادی فردی که در قلب دموکراسی غربی مستتر است امکان‌پذیر نیست. انسان‌ها هرگز نمی‌توانند مکانات قلبی خود را بیان کنند. چون این کار بسیار خطرناک است (فروید، ۱۳۸۵: ۴۶-۶۲).

این نظرات در مقاطع گوناگون تاریخ آمریکا و اروپا به اشکال و انحاء مختلف توسط اربابان قدرت، روان‌کاوان و به ویژه خواهرزاده فروید، ادوار برنیز^۱ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. پس از جنگ جهانی اول و با افزایش تولید کارخانه‌ها اکثر محصولات و تولیدات در رسانه‌ها و افکا عمومی به عنوان نیازهای ضروری انسان تبلیغ می‌شد. به مرور کارکرد تولید بهبود یافت و استحکام و دوام آنها بیشتر شد. در تبلیغات تجاری، امتیازات و مزایای عملی آنها را به مردم نشان می‌دادند. افزایش تولید و بهبود کیفیت کالا باعث شد که مردم صرفاً اجناسی را خرید نمایند که به آنها نیاز دارند و تولید مازاد بر مصرف، مشکلات مالی زیادی را برای کارخانجات و شرکت‌های عظیم تجاری به وجود آورد. آنها با استخدام روان‌کاوان و بامشاوره افرادی نظیر برنیز دریافتند برای فروش بیشتر کالای تولیدی و بازاریابی جدید باید شیوه تفکر مردم آمریکا را تغییر دهند. بنابراین با ابداع روش‌ها و شیوه‌های نوین «فرهنگ نیازمندی‌ها را به فرهنگ تمایلات و احساسات» تغییر دادند. از آن پس، آنها در تبلیغات تجاری و رسانه‌ای خود مردم را به گونه‌ای آموزش می‌دادند که به دنبال خرید چیزهای جدید باشند و نسبت به آن اشتیاق داشته باشند. در تبلیغات گفته می‌شد حتماً نباید محصولی را نیاز داشته باشند تا آن را بخرند؛ بلکه کافی است بدانند با داشتن آن رضایت‌مندی درونی و حس خوب خواهند داشت و با ارضای تمایلات درونی افرادی شاد هستند. بدین صورت ذهنیات و تمایلات درونی بر نیازهای انسان غالب گردید و از عرصه اقتصادی به امور سیاسی و معنوی گسترش یافت.

با این تغییر نگرش بود که هربرت هوور^۲ رئیس‌جمهور وقت آمریکا در اواخر دهه ۱۹۲۸ معتقد بود باید «مصرف‌گرایی» موتور اصلی زندگی آمریکایی گردد؛ او براساس مشاوره‌های برنیز به مبلغین و مشاورین خود گفت: شما شغل ایجاد تمایل را برعهده گرفته‌اید. خواهرزاده فروید، ادوارد برنیز معروف به پدر روابط عمومی و استاد دست‌کاری افکار عمومی، اولین کسی بود که این ایده فروید را برای فریب دادن توده‌ها به کار برد. اندیشه‌های وی در بطن خود بر دو باور اصلی استوار بود. اول آن‌که همه واز جمله "توده‌ها واقعاً احمق و بی‌عقل" اند؛ لازم است از بالا هدایت شوند و دیگر آن‌که برنیز به دیدگاه‌های پیش گفته فروید در ماهیت انسان و ضمیر ناخودآگاه وی ایمان داشت (Curtis, 2002)؛ بنابراین تمامی فعالیت‌ها و مشاوره‌های خود به سیاستمداران و صاحبان شرکت‌های تجاری تولیدی در راستای مدیریت و مهندسی «دمکراسی توده‌ها» و دست‌کاری افکار عمومی جامعه بود. برنیز به شرکت‌های تجاری یاد داد که چگونه می‌توان از طریق مرتبط کردن کالاهای انبوه تولید شده با امیال ناخودآگاه، انسان‌ها را خواستار آنچه نیاز ندارند کرد؟ همچنین به اربابان قدرت یاد داد که چگونه می‌توانند با ارضای امیال خودخواهانه درونی مردم، آنها را شاد و مطیع خود سازند؟ این آغاز «مصرف‌گرایی» و یکی از عوامل مهم

1. Edward Bernays

2. Herbert Clark Hoover.

تغییردهنده اقتصاد غرب در دهه ۱۹۲۰ است، چیزی که امروزه نه فقط در اقتصاد بلکه در امور معنوی بر جهان حاکم است.

برنیز آزمایش‌های با ذهن‌های طبقاتی معمول جامعه انجام داد و دریافت که که تهییج و تشویق مردم به کارهای غیر منطقی در صورتی امکان‌پذیر است که شرکت‌ها و کارخانجات بتوانند محصولات خود را با احساسات و تمایلات عاطفی افراد مرتبط کنند. یکی از جالب‌ترین آزمایش‌های خود را که با موفقیت همراه بود «مشعل آزادی» نامید. در آن بُرهه سیگار کشیدن زنان در ملاعام یک کار زشت و ممنوع محسوب می‌شد؛ در واقع تولید کنندگان سیگار با این ممنوعیت نصف بازار خود را از دست می‌دادند. برنیز گروهی از زنان جوان و ثروتمند را که خواهان حق رای بودند تشویق کرد در مراسم عید پاک، به‌طور نمادین، در مقابل اصحاب رسانه و دوربین عکاسان که از قبل با آنها هماهنگی شده بود، سیگار بکشند. انتشار تصاویر این اقدام در رسانه‌های سراسر آمریکا غوغا به پا کرد و پس از آن، فروش سیگار به زنان چند برابر گردید. سیگار که نماد قدرت و استقلال مردان آمریکایی محسوب می‌شد به چالش کشیده شد. بدین سان برنیز با یک اقدام نمادین یک عمل را از نظر اجتماعی قابل پذیرش کرده بود. او این نگرش را به وجود آورد که سیگار کشیدن باعث می‌شود زنان قدرتمندتر و بیشتر احساس استقلال کنند. بنابراین مسائل نامربوط و غیرعقلانی می‌توانند به نمادهای عاطفی قدرتمندی تبدیل شوند. هم‌چنین برنیز متوجه شد شیوه صحیح فروختن یک محصول این نیست که آن را به فکر و عقل کسی بفروشید؛ بلکه باید این گونه القاء شود که داشتن آن محصول به آنها احساس رضایت‌مندی و حس بهتری خواهد داد. به عبارت بهتر برنیز «مهندسی رضایت» و اخلاق اصالت را پایه‌گذاری کرد.

صاحبان قدرت پس از جنگ جهانی دوم و گسترش نارضایتی‌ها سعی کردند با یافتن راه‌حلی توده‌ها را تحت کنترل خود درآورند. اعمال نازی‌ها در جنگ را دلیل آزاد شدن غرایز، آرزوهای خطرناک و غیرعقلانی پنهان بشر دانسته شد. بنابراین لازم بود انسانی تربیت شود که بتواند ارزشهای دموکراتیک را درونی‌سازی کند و نیروهای نهفته خود را کنترل و هدایت نماید. با تقویت من یا خود (Self) انسان قادر به کنترل هیجانات و نیروهای خطرناک و انگیزه‌های خشن درونی است.

در ارزیابی این انگاره می‌توان گفت: اولاً آن‌که این نگرش روان‌کاوانه مردم آمریکا را تا حد عروسک‌های هیجانی و مصرف‌کنندگان منفعل تنزل می‌داد. عروسک‌ها و مصرف‌کنندگانی که تنها عملکرد و قابلیت‌شان بالا نگه - داشتن خط تولید انبوه بود. روان‌کاوان و مشاوران بازاریابی با دخالت در تمایلات ناخودآگاه مردم چنین کاری را انجام دادند تا در مردم اشتیاق به مدل‌های جدید فراهم شود. دوماً آن‌که این برداشت که سرکوب و کنترل مردم لازم است دیدگاه نادرستی است. انسان‌ها انگیزه‌های عاطفی درونی دارند اما آنها ذاتاً و الزماً خشن یا شرورانه نیستند. بلکه این جامعه است که آن انگیزه‌ها را سرکوب یا تحریف می‌کند و آنها را به انگیزه‌های خطرناک تبدیل می‌کند. جریان معنویت‌گرایی در متن چنین فرهنگ و اجتماعی سر برآورد، بنابراین گرایش معنویت و گزینش عناصر و

مناسک و نظام باور معنوی را به تمایلات و تمنیات درونی افراد گره زد که می‌توانند آن‌ها را مطابق ذائقه خود مصرف کنند.

۵.۲. آنفسی‌سازی و کالایی‌سازی معنویت

پیش‌تر به صورت کلی به مفهوم نوین مصرف‌گرایی و نسبت آن با کالایی شدن پرداختیم. گفته شد محصولات فرهنگ و معنویت در بازار فرهنگ و معنویت به سان کالا در برابر مشتریان انتخاب‌گر قرار می‌گیرد و چونان کالاهای مصرفی طبق ذائقه و مُد مصرف که دال بر فردیت و امتیاز موقعیت اجتماعی مشتری است دارای ارزش مبادله‌ای می‌شود. البته مقصود تولید انبوه محصولات و کالا و خدمات دینی و معنوی نیست؛ بلکه معنویت خصوصیت‌های کالا را از خود نشان می‌دهد. افراد می‌توانند هر روز به کیش و آئین نو درآیند و به مُد جدیدی عمل کنند. هم‌چون کالاهای مصرفی زندگی، آن‌را از بازار انتخاب و می‌خرند؛ نیازهای معنوی خود را با پرسه‌زنی بر اساس ذوق و سلیقه درونی از میان گزینه‌های متعدد که در سوپرمارکت معنوی عرضه می‌شود آزادانه انتخاب و مصرف می‌نمایند.

به هر حال معنویت جدید در اثر بستر فرهنگی خود به معنویتی مصرفی تبدیل شده است که در آن مرجعیت بیرونی (و حیان‌ی) مورد تردید می‌گردد؛ اما فرد معنویت‌گرا گرفتار مرجعیت‌های دیگر هم‌چون استادان معنوی می‌شود. در این مسیر افرادی مانند دیباک چوپرا، کن ویلبر، گری زوکاو و شاکتی گاواین،^۱ به عنوان استاد معنوی با التقاط از آیین‌های سنتی شرقی و غربی، علم و روان‌درمانی غربی سعی کرده‌اند شیوه‌هایی را برای کمک به افراد طراحی کنند تا «خود» را متحول کنند؛ نتیجه طراحی‌نو این افراد موجب «مصرف خود»^۲ و کالایی‌سازی خود شکوفایی^۳ شده است (Rindfleisch, 2005: 343). این امر نشان می‌دهد که اصل نیاز به مرجعیت در فطرت انسانی امری ثابت و غیر قابل انکار است ولی در دوران مدرن و پسامدرن این مرجعیت از دینی به مرجعیت علمی و سپس به مرجعیت بازار و معلمان معنوی تغییر جهت داده است. و آن اصل اساسی خود (تکیه بر درون و حذف اتوریته بیرون) را نقض کرده است.

۶.۲. آنفسی‌سازی و اباحه‌گری معنوی

یکی از پیامدهای اعتباربخشی به امیال درونی و تفکر اومانیزم فردگرایانه ظهور پدیده اباحه‌گری و لابلایی - گری است. تیلور از این پدیده با عنوان «جامعه اباحه‌گر»^۴ یاد می‌کند. وی بخش تاریک فردگرایی را تمرکز بر خود و امیال درونی می‌داند که موجب مسطح و محدود شدن زندگی ما می‌شود و موجب فقیرتر و از نظر معنایی کم

1. Deepak Chopra, Ken Wilber, Gary Zukav, and Shakti Gawain

2. 'Consumption of the self'.

3. Self-actualisation .

4. Permissive society.

توجه‌تر شدن نسبت به دیگران یا اجتماع می‌شود (تیلور، ۱۴۰۲: ۱۴). در تحلیل این پدیده باید گفت: از آن‌جا که «فهم فردی» و درونی فرد، ملاک و سنجش است، ارتباط شخص با خدای جهان نوعی ارتباط شخصی، بی‌واسطه و کاملاً درونی است، کافر یا مومن بودن افراد یا گناه‌کار بودن آنها معنا ندارد. (براساس فرهنگ فردگرایی انسان خدای خویش وهستی است؛ اولاً نه به‌کسی بدهکار و پاس‌خگو است و نه در مقابل هیچ مقامی تکلیف دارد بلکه صرفاً در به‌دنبال استیفای حق خود است نه انجام تکالیف خود در برابر خداوند). بنابراین همه انسان‌ها از طریق درون خود به یک میزان و بطور مستقیم با خدا ارتباط دارند و خطا و گناه مفهومی ندارد (ملکیان، ۱۳۹۵). تمایلات و تمنیات درونی انسان حسن و قبح، خیر و شر و خوب و بد را تعیین می‌کنند دیگران؟ اوشو معتقد است «اگر می‌خواهید به خدا نزدیک شوید، از احساس گناه آزاد شوید» (اوشو، ۱۳۸۴: ۲۲۷). وین دایر نیز گناه را رهن معنویت و مانع بزرگی در مسیر رشد و بالندگی انسان می‌داند (وین دایر، ۱۳۸۵: ۲۳۴). احساس گناه انرژی فرد را هدر داده و احساس گناه درون فرد را آشفته می‌کند (وین دایر، ۱۳۹۸: ۲۰۱-۲۰۴).

اباحه‌گری پیشینه درازی در تاریخ تفکر بشر دارد. در طول تاریخ پیامد اندیشه‌های بسیاری به اباحه‌گری منتهی شده است. «دل پاک باشد بس است» نمونه‌ای از این اندیشه‌هاست (نصیری، ۱۳۹۱: ۴۵). از حیث مفهوم-شناسی، لاابالی‌گری، بی‌قیدی، بی‌مبالاتی و بی‌بندوباری مقابل ارزش‌های دینی و اخلاقی است. فرهنگ دهخدا و معین اباحه‌گری را اعتقاد نداشتن به وجود تلکیف و روا داشتن ارتکاب محرمات معنا کرده‌اند. معین «اباحتی ملحدی که همه چیز را مباح شمرد و ارتکاب محرمات را روا داند» آورده است. مقصود آن‌که هر دو فرهنگ‌نویس اباحه‌گری را الحاد و ملحدی دانسته‌اند. صاحب‌التعریفات اباحه‌گری را «هی الاذن باتیان الفعل کیف شاء الفاعل» (شمردن است) (جرجانی، ۱۳۷۰: ۳). فصل مشترک تعاریف اباحه‌گری، کافی بودن ایمان قلبی بدون نیاز به انجام دستورات دینی یا انجام دلخواهی مناسب دینی توسط فرد است. در بین مسلمانان اباحه‌گری به برخی از فرق جهله صوفیه (تهانوی، ۱۹۹۶: ۷۹) مُرجئه از اهل سنت و غلات شیعه منسوب است؛ کسانی که خود را خارج از قیود و وظایف شرعی می‌دانستند و می‌گفتند تقید به احکام شریعت از وظایف عوام الناس است نه اهل حقیقت. حتی برخی از آنان اعمال خلاف شرع را مجاز می‌پنداشتند. برخی نیز می‌گفتند: ما توانایی اجتناب از معاصی و قدرت اتیان واجبات را نداریم. این درحالی است که توبه و دوری از گناهان از ارکان عرفان اسلامی است.

اما ثمره و نتیجه ترویج این نگاه چیست؟ در این انگاره کمرنگ شدن ادبیات گناه و توبه برپایه فهم شخصی خود وجهی برای اشتباه بودن و گناه‌پنداشتن عمل انسان وجود ندارد؛ شخص از درون خود برپایه خواهش‌های درونی می‌یابد کارهایش درست و معنوی است؛ در نتیجه گناه و توبه برای وی معنایی نخواهد داشت. تنها گناه و خطا، عدم عمل به فهم درونی است. داوری‌های اخلاقی، خوب و بد، و هر هنجار و ارزشی براساس یافته‌های درونی شکل می‌گیرد و احساس منفی و شرم و جاهت نخواهد داشت. در حقیقت انسان مجاز خواهد بود هر کاری انجام دهد بدون این‌که نادم شود و خود را سرزنش کند. این حالت شاید در کاهش فشار روانی، اضطراب و افسردگی

موثر باشد اما به غیر از ترویج اباحه‌گری و لاابالی‌گری، پیامدهای منفی دیگری برای اجتماع بشری دارد: همبستگی مثبت، پایداری و سازگاری مثبت اجتماعی و بینافردی، عشق و همدلی و حمایت حداکثری از دیگران را نیز در جامعه از بین می‌برد (حسین پورتنکابنی، ۱۳۹۹: ۴۱۳). در نگرش عرفانی گناه و معصیت خار مخیلان سیر و سلوک فردی و اجتماعی است. گناه با سلوک ناسازگار است؛ سالک علاوه بر اجتناب از معصیت عملی باید از گفتار و نیات ناشایست و منافعی با اخلاص و عبودیت احتراز کند. به همین خاطر اولین منازل سیر و سلوک با یقظه و توبه واقعی آغاز می‌گردد. در این نگرش عشق الهی و مجاهده و مراقبه در ترک گناه و التزام به ادب بندگی در مقابل حق تعالی دو مولفه محوری و اساسی در تعالیم تربیتی و سلوکی است. نویسنده رساله «لقاء الله» نیز آغاز سلوک را با توبه و بازگشت از گناه می‌داند و لقاء و قرب حاصل از حب الهی را به توابعین مژده می‌دهد (شیخ، ۱۳۹۵: ۷۷ و ۵۹).

البته آن گونه که برخی از نویسندگان معنوی بزرگ‌نمایی کرده‌اند احساس گناه همیشه نیز بد نیست؛ از مزایای آن تصمیم بر جبران گذشته و ضرر و زیان وارده بر حقوق دیگران است. انسان با احساس پشیمانی و شرمندگی می‌تواند اولین گام سلوکی که همان «یقظه» درونی و سپس توبه قلبی است بردارد. پس نباید برای از چاله درآوردن انسان (کم کردن استرس و اضطراب) او را به چاه عمیق و تاریک اباحه‌گری و لاابالی‌گری سوق داد. ناچیز جلوه دادن گناه یا گناه ندانستن بسیاری از امور، مصداق از چاله درآوردن و به چاه افتادن است.

از دیگر اشکالات آنفسی‌سازی افراطی و تکیه بر تمایلات فردی، اختلاف برانگیز بودن آن است. این نگرش علاوه بر ترویج اباحه‌گری و گسترش بی‌تفاوتی، منشاء اختلاف در اجتماع و برهم خوردن همبستگی اجتماعی و روابط میان انسان‌هاست؛ حس تعاون و همکاری و بی‌توجهی به اجماع نظر و خودرایی اصول اخلاق اجتماعی و ارزش‌های جمعی را متزلزل می‌کند. در حالی که هیچ معیار و شاخص نهادینه‌شده و برطرف‌کننده اختلاف به رسمیت شناخته نمی‌شود. پس برای حل اختلافات و نزاع‌های فکری و عملی نیاز به شاخص ثابت و مرجع بیرونی آگاه و خبیر است. درون انسان به تنهایی کافی نیست. اباحه‌گری به غیر از آسیب جامعه‌شناختی و روان‌شناختی که بر پیکره جامعه و فرد وارد می‌کند می‌تواند آسیب اخلاقی نیز به دنبال داشته باشد. میل به آزادی بی‌حد و مرز و زیر پا گذاشتن خطوط قرمز اخلاقی و فضائل اخلاقی ریشه اباحه‌گری است. آزادی مطلق و میل به شکستن و کنار گذاشتن همه موانعی که فرد در برابر خود احساس می‌کند پیامد دیگر مرجعیت یافتن درون است. «تلك حدود الله» (بقره: ۱۸۴) محدود به احکام فرعی شرعی نیست بلکه شامل اصول اخلاقی که ضامن سعادت انسان است نیز می‌شود. اباحه‌گری نشانه شکسته شدن حدود الهی در ابعاد فردی، اجتماعی و اخلاقی است (حسن بیگی، ۱۴۰۳).

مرکزیت بخشی به خواہش‌ها و تمایلات شخصی منجر به اباحه‌گری و لاابالی‌گری می‌گردد که با نگرش عرفانی منافات تام دارد: الف. در عرفان هدف غایی خداوند و تقرب و فناء است، انجام محرمات و لو ناچیز و تخطی آگاهانه و تعمدی از فرامین و حیانی موجب سقوط معنوی سالک از مقامات عرفانی می‌شود مگر آن که توبه و انابه نماید اما در معنویت نوین هدف غایی امور دیگری بیان شده است؛ مثلاً اوشو سکس را بهترین راه وصول به حقیقت

وفنای در هستی مطلق می‌داند(اوشو، ۱۳۸۲: ۱۰، ۱۳۵ و ۲۵۱). ب. رضایت خاطر و شادمانگی در عرفان هدف ابتدایی یا میانی یا ابزاری است اما در معنویت‌گرایی به عنوان هدف نهایی مطرح است. براین اساس ممکن است فرد با انجام محرمات به خوشی و شادی ظاهری دست یابد. در عرفان چنین خوشی نه تنها مردود است؛ بلکه گناهان کوچک حتی در حد یک نگاه به نامحرم تیری زهرآلود به چشم قلب سالک است که آن را کور خواهد کرد. ج. سالک الهی در چارچوب «شریعت، طریقت و حقیقت» سیر و سلوک الی الله را دارد. در نگرش معنوی نوین شریعت‌گریزی و شریعت‌ستیزی از اصول و مبانی آن به شمار می‌رود، بنابراین ارتکاب فعل حرام معنا دارد؛ پیامد آن نیز اباحه‌گری و لابی‌گری در عرصه معنوی است.

ارزیابی کلی

جنبش فردگرایی و آنفسی‌سازی در حوزه‌های گوناگون علوم انسانی مورد توجه و استفاده می‌باشد؛ تاکید بر آنفسی‌گرایی و ملاحظه‌داری‌ها و استعدادهای درون انسان نقش فوق‌العاده در تربیت و دین‌داری دارد؛ اما جنبه منفی قضیه معطوف بر افراط در آنفسی‌گرایی و نفی حجیت آئوریت و حیانی است. بر همین اساس به نمونه‌های از آسیب‌ها و سوءاستفاده آن در امور گوناگون اشاره شد. بسط ابر فردیت در جوامع غربی همراه با تحولات عظیمی همراه بود و مردم را از غل و زنجیرهای قرون وسطایی آزاد کرد؛ اما پس از آن دستاویز مناسبی برای سرمایه‌داران و سیاستمداران سودجو برای تسلط و سوداگری از طبقات پایین مردم شد. سیاستمداران دریافتند می‌توان با ارضای تمایلات درونی و خودمحورانه مردم، آنها را شاد و خوشحال و در نتیجه مطیع خود ساخت؛ این آغاز پدیده آنفسی - سازی بود که به وجود آمد تا بر دنیای کنونی انسان‌ها مسلط شوند؛ بدن‌گرایی، مصرف‌گرایی، کالایی شدن و اباحه‌گری معنوی از دیگر آسیب‌ها و پیامدهای سلبی آن است.

۱- یک روی سکه آنفسی‌سازی فردگرایانه معطوف به مفاهیم مثبت و ارزش‌های انسانی مانند اعتماد به نفس، استقلال فرد، خودشکوفایی و خود اثربخشی است، اما روی دیگر آن معطوف مفاهیم منفی مانند خودمداری و خودمحوری، کاهش احساس تعهد به جمع، کسب سود شخصی به قیمت ضرر جمعی، اتکای افراطی به خود، اقتدارگرایی ... است؛ با حذف مرجعیت بیرونی و فقدان معیار سنجش درستی و نادرستی خواهش‌های درونی و اصلت‌بخشی به خودمختاری فرد در فردگرایی، جنبه سلبی و مفاهیم ضد ارزشی تقویت می‌شود و فرهنگ خودشیفتگی و تمایلات خودخواهانه گسترش می‌یابد و هم‌دلی و هم‌دردی با اعضای جامعه رنگ می‌بازد. بنابراین برخی تحولات در قواعد و قوانین معنوی بر روابط اجتماعی تأثیرات سوء دارد؛ از آن جمله برهم خوردن انسجام و وفاق درون گروهی و اجتماعی، از دست دادن احساس تعهد به سرنوشت هم‌نوعان و همبستگی با آنها، تضعیف خدمت‌گزاری اجتماعی، آسیب دیدن احترام به مقررات، نظم و انتظام اجتماعی، فروپاشی هنجارها و رسوم مقبول عمومی جامعه

- ۲- براساس فردگرایی معنوی تجربه شخصی برهر تجربه جمعی و سلسله مراتب روحانی تقدم دارد. هیچ نهاد یا مرجعی حق وضع مقررات و تکالیف معنوی برای فرد ندارد. هدف، تکامل فرد^۱ یعنی رسیدن به مراتب بالاتر وجودی است؛ تکامل از طریق اعمال، تکنیک‌ها و تمرین‌های جسمانی و روحانی است. این تکنیک‌ها از سنت‌های معنوی و عرفانی ادیان جهان توسط فرد براساس سنخ روانی و تمایلات درونی گزینش و التقاط می‌گردد. درونی‌سازی معنویت مطابق با سلايق و علايق خود با کل‌نگری و یک‌پارچه شدن ابعاد وجودی انسان حاصل می‌شود. این انگاره دو پیامد بزرگ از منظر اسلامی دارد: اول: نفی حجیت مرجعیت بیرونی یعنی نفی مرجعیت خداوند، کتب و حیانی و شخصیت‌های مقدس دینی مانند انبیاء، ائمه و روحانیون طراز اول دینی. دوم: انسان‌خدایی (خدا شدن فرد) و خوداولوهیتی انسان. درواقع خداوند به‌عنوان موجودی بیرونی و خارج از سوره (انسان) وجود ندارد و انسان خودخداست؛ و این مرز میان ادیان توحیدی و معنویت جدید است. هر دو پیامد با آموزه‌های اسلامی ناسازگار و ناصواب است.
- ۳- با بی‌اعتبار ساختن مرجعیت بیرونی، و آزادی کامل فرد در انتخاب و گزینش تمایلات و علايق درونی همان تصویر فروکاهشی علم‌گرایی مادی‌گرا از انسان است. اصالت‌بخشی به احساسات انسان و نادیده گرفتن عقل او با آموزه‌های انبیاء منافات دارد. انسان از یک سوء به‌اتوریته بیرونی یعنی تحت امر خداوند است، و از سوی دیگر در حال مبارزه با جنود عقل و جهل در درون خود است. زمانی رهایی حقیقی نصیب او می‌گردد که با مساعدت انبیاء و تعالیم آن‌ها از سلطه جنود جهل و استثمارگران رهایی یابد و درهای عالم ماوراء با دو بال درون خود و بیرون (وحی) برای او گشوده گردد.
- ۴- در رویکرد اسلامی انجام برخی مناسک و اعمال دینی واجب به‌صورت جمعی و در قالب اجتماعی (جماعت) برای هدایت و خط‌دهی به احساسات و امیال درونی جهت جلوگیری از آسیب‌ها و عوارض منفی است، تا جامعه انسانی گرفتار اعوجاج و سقوط در ابعاد و جنبه‌های گوناگون نگردد. بنابراین مرجعیت و حیانی به‌عنوان اتوریته بیرونی معیار درستی نیازها و تمایلات درونی فرد است. در آموزه‌های اسلامی به‌ویژه در سلوک عرفانی آتانیومی و آتاتومی انسان در برخی از مناسک و عبادات غیر واجب پذیرفته شده است.

نتیجه‌گیری

گفتمان معنویت‌گرایی نوین برای پرکردن و جبران خلاءهای گفتمان مادی‌گرایی یا به‌عرصه گذاشته است؛ با خود تحولات عمیقی در جامعه به‌همراه دارد؛ شاهد تغییر از خدا باوری به پانته‌ایسم، از اتوریته بیرونی به درون‌گرایی، از

الوهیت (خدا) به خودالوهیتی انسان، و بالاتر از همه، از دین‌داری به معنویت‌گرایی هستیم؛ به همین جهت مبانی معرفتی والهیاتی آن، به همان آسیب‌ها و اشکالات مادی‌گرایی مبتلا است. با توجه به این تحولات، صاحبان قدرت با دستکاری، کنترل و هدایت امیال درونی افراد به مناصب حکومتی و جاه و مقام رسیدند؛ سرمایه‌داران پدیده مصرف‌گرایی افراطی را ترویج کردند؛ معلمان معنوی، بابه حاشیه راندن مرجعیت دینی، خود جانشین آنها شده و موجب رواج اباحه‌گری، کالایی‌سازی معنویت و مصرف‌گرایی معنوی شدند؛ در عرصه جمعی نیز فردگرایی بر جمع‌گرایی سیطره یافت و باعث کم‌رنگ شدن هم‌دلی و نوع دوستی اعضای جامعه گردید. البته مهم‌ترین نتیجه آسیب‌های فوق، «گسست اجتماعی» و اضمحلال تدریجی زیست فردی و جمعی انسان است؛ ضروری است جامعه را نسبت به این خطر آگاه‌سازی کرد. به نظر می‌رسد این گفتمان قابلیت و توانایی پاسخ‌گویی به دل‌مشغولی‌های بنیادین و خلاءهای وجودی و معنوی انسان معاصر را ندارد و بشر را به بی‌راهه ناپایان سوق خواهد داد.

منابع

- اوشو، راجینش (۱۳۸۲). *راز بزرگ*، مترجم روان کهریز، تهران: باغ نو.
- اوشو، راجینش (۱۳۸۴). *آواز سکوت: صوفی مرد راه*، مترجم، تهران: نشر هودین.
- ایراندوست، محمدحسین (۱۳۹۷). «چیستی معنویت و سیر معناپذیری آن در غرب»، *فلسفه دین*، ش ۱۵، ۵۲۷-۵۴۸.
- تهانوی، محمد (۱۹۹۶). *موسوعة کشف اصطلاحات الفنون و العلوم*، بیروت: مکتبه ناشرون.
- تیلور، چارلز (۱۴۰۰). *عصر سکولار*. ترجمه علیرضا پاک نژاد. تهران: موسسه فرهنگی پگاه روزگار نو.
- تیلور، چارلز (۱۴۰۲). *اخلاق اصالت*، ترجمه وحید سهرابی فر، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
- جرجانی، سید شریف (۱۳۷۰). *کتاب التعریفات*. تهران: ناصر خسرو.
- جلیلی، رضا و سهرابی فر (۱۳۹۷). «تحلیل مقایسه‌ای انتقادی «خودالوهیتی» در معنویت‌نویین و «وحی دل» در عرفان اسلامی با تکیه بر اندیشه های مولانا»، *مطالعات عرفانی*، ش ۲۸، ۱۱۵-۱۴۴.
- جلیلی، رضا و یووالحسنی (۱۳۹۹). «تحلیل مقایسه‌ای جایگاه «وساطت روحی» در زیست معنوی مدرن و شهود در عرفان اسلامی». *جستارهایی در فلسفه و کلام*، ش ۱۰۵، ۷۲-۵۳.
- جلیلی، رضا (۱۴۰۳ الف). «فروش انرژی مثبت به نرخ خدایاباوری: تحلیل مقایسه‌ای خداشناسی جنبش معنوی «نیوایچ». عرفان پژوهی در ادبیات. ش ۶، ۷۵-۱۰۸.
- جلیلی، رضا (۱۴۰۳ ب). «هم‌سنجی جایگاه «درون‌گرایی» در جنبش معنوی «عصر جدید» و معرفت‌النفس در عرفان اسلامی با تاکید بر مکتب سلوکی نجف». *دین در دنیای معاصر*، ش ۲۰، ۱۰۵-۱۳۷.
- حسن‌بیگی، مهرداد و همکاران (۱۴۰۳). «رهیافتی بر تأثیر عمل به شریعت در وصول به کمالات معنوی با تأکید بر اندیشه علامه طباطبایی». *فصلنامه دین پژوهی و کارآمدی*، ش ۱۳، ص ۳۵-۵۳.
- حسین‌پور تنکابنی، رسول (۱۳۹۹). *عصر جدید دغدغه جدید*. مشهد: آستان قدس رضوی.
- حمیدیه، بهزاد. (۱۳۹۱). *معنویت در سبد مصرف*. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خرمایی، فرهاد. (۱۳۸۶). «گروه‌های متمرکز: روشی سودمند در پژوهش‌های کیفی علوم اجتماعی و انسانی»، *روش‌شناسی علوم انسانی*، ۵۲، ۶۷-۸۱.
- رایش، ویلهلم (۱۳۸۲). *کشف انرژی ارگن؛ روان‌شناسی در عمق*. ترجمه استیپان سیمونیان، تهران: انتشارات رشد.

شاکرنژاد، احمد (۱۳۹۷). معنویت‌گرایی جدید. قم: انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

شاکرنژاد، احمد (۱۳۹۴). «رواج «معنویت»؛ روی‌گردانی از دین یا بازگشت؟». *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ش ۹، ۹۵-۱۲۲.

شیخ، محمود (۱۳۹۵). *مکتب اخلاقی عرفانی نجف*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

طالبی دارابی، باقر (۱۳۹۱). فرقه‌گرایی جدید در ایران (تحلیل جامعه‌شناختی عرفان‌های نوظهور در ایران)، دانشگاه علامه طباطبائی.

دانشکده علوم اجتماعی. رساله دکتری.

فریود، زیگوند (۱۳۸۵). *تمدن و ملالت‌های آن*، ترجمه محمد مبشری، تهران: نشر ماهی.

الکساندر کرودن (۱۴۰۰). *جنبش دانشجویی دهه ۱۹۶۰*، ترجمه فاطمه شاداب، تهران: ققنوس.

مارکوز، هربرت (۱۳۶۲). *انسان تک ساحتی*، ترجمه محسن مویدی، تهران: امیر کبیر.

ملکیان، مصطفی (۱۳۹۵). «۲۶ باید و نباید شمس تبریز» (سایت تحریریه صدانت).

موحدیان عطار، علی (۱۳۹۶). *یوگادر ایران*. قم: دانشگاه ادیان.

نصیری، علی (۱۳۹۱). *دل باید پاک باشد! علی نصیری*، قم: انتشارات وحی و خرد.

وین‌دایر (۱۳۹۸). *خود حقیقی شما*، مترجم علیرضا شاملو، تهران: نشر دارینوش.

وین‌دایر (۱۳۸۵). *عرفان داری در دهرهای بی‌درمان*، مترجم محمدحسن نعیمی، تهران: کتاب آیین.

- Curtis, Adam, (2002), "Century of the Self", (<https://dr-abbasi.ir/943/century-of-the-self/>).
- Hanegraaff, Wouter J. (1996). *New Age religion and Western culture*. New York: BRILL.
- Pam McCarroll, (2005). "*Spirituality and Health: Multidisciplinary Explorations*", Wilfrid Laurier University Press.
- Paul Heelas, (2008). *Spiritualities of Life: New Age Romanticism and Consumptive Capitalism* (USA: Blackwell Publishing Ltd).
- Paul Heelas, Grace Davie, Linda Woodhead, (2003). *Predicting Religion (Christian, Secular and Alternative Futures)*, Routledge.
- Rindfleish, Jennifer .(2005). "**Consuming the Self: New Age Spirituality as "Social Product" in Consumer Society, Consumption, Markets and Culture**, Vol. 8, 4, pp. 343-360.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی