

# معنویت در سبده مصرف

بهزاد حمیدیه

## شناسنامه پژوهشی

عنوان تحقیق: معنویت در سبده مصرف

پژوهشکده: حکمت اسلامی، گروه علمی: عرفان،

محقق: بهزاد حمیدیه

ارزیابان علمی: آقایان دکتر مجتبی زروانی و دکتر حامد حاجی حیدری

موضوع اصلی: عرفان

مدت انجام تحقیق: ۲ سال



## معنویت در سبب مصرف

بهزاد حمیدیه

ناشر: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی

چاپ اول: ۱۳۹۱ شماریان: ۱۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۴۰۰ تومان

طراح جلد: سید ایمان نوری نجفی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپ مجاب

---

سرشناسه: حمیدیه، بهزاد، ۱۳۹۱.

عنوان و نام پدیدآور: معنویت در سبب مصرف / بهزاد حمیدیه.

مشخصات نشر: تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: ۴۶۳ ص.

شابک: ۶ - ۱۹۹ - ۱۰۸ - ۶۰۰ - ۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه.

یادداشت: نمایه

موضوع: دین — تجدید حیات فکری.

موضوع: دین و جامعه‌شناسی.

موضوع: دینداری.

موضوع: دنیوی‌گرایی.

شناسه افزوده: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۱ م۸ج۴۷۶ BL

رده‌بندی دیویی: ۲۰۲/۲

شماره کتابشناسی ملی: ۳۰۰۶۱۴۰

---

فروشگاه و نمایشگاه دائمی: تقاطع بزرگراه شهید مدرس و خیابان شهید بهشتی، پلاک ۵۶

تلفن: ۸۸۵۰۵۴۰۲ - ۸۸۵۰۳۳۴۱

---

همه حقوق محفوظ است

## فهرست

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| پیشگفتار.....                                                           | ۱۳ |
| مقدمه.....                                                              | ۱۷ |
| بخش اول: کلیات.....                                                     | ۲۱ |
| فصل اول: طرح مسئله اصلی و پرسش‌های فرعی، هدف، ضرورت و پیشینه تحقیق..... | ۲۳ |
| فصل دوم: چارچوب روشی (فرضیه اصلی / روش‌شناسی).....                      | ۲۹ |
| ۱. استفاده از رویکرد جامعه‌شناختی.....                                  | ۳۱ |
| ۲. پیش‌فرض‌ها.....                                                      | ۳۳ |
| فصل سوم: چارچوب مفهومی.....                                             | ۳۷ |
| ۱. «دین» و «دین‌داری».....                                              | ۳۷ |
| ۲. «عرفان».....                                                         | ۴۳ |
| ۳. «مبانی مفهومی».....                                                  | ۵۲ |
| پارادایم‌های دین‌داری.....                                              | ۵۳ |
| ۴. فرهنگ مصرفی.....                                                     | ۶۰ |
| ۴-۱. مفهوم فرهنگ.....                                                   | ۶۰ |
| ۴-۲. مفهوم مصرف و مصرف‌کننده.....                                       | ۶۲ |
| ۴-۲-۱. معنای نوین «مصرف».....                                           | ۶۴ |
| ۴-۲-۲. جامعه بازار به عنوان بستر اهمیت یافتن مصرف.....                  | ۷۱ |

۴-۲-۲-۱. تقسیم کار ..... ۷۲

۴-۲-۲-۲. کالایی‌شدن ..... ۷۴

۴-۲-۲-۳. محاسبه‌های پولی ..... ۷۹

۴-۳. مفهوم جامعه مصرفی و ویژگی‌های آن ..... ۸۰

۴-۴. مفهوم فرهنگ مصرفی (کالایی‌شدن فرهنگ) ..... ۸۳

## بخش دوم: مبانی مفهومی دین در قالب پارادایم‌های دین‌داری ..... ۸۷

### فصل اول: پارادایم تعالی‌گرا ..... ۹۱

۱. بستر فرهنگی حاکم ..... ۹۱

۱-۱. اتوریته محوری ..... ۹۲

۱-۲. هویت جمعی ..... ۹۴

۱-۳. حاکمیت کنش‌های فاقد عقلانیت ابزاری ..... ۹۷

۲. تصویر موضوع ..... ۱۰۰

نمونه‌های عینی ..... ۱۰۱

۳. سرمشق و الگو ..... ۱۰۹

### فصل دوم: پارادایم عرفی ..... ۱۱۳

۱. بستر فرهنگی حاکم ..... ۱۱۳

۱-۱. انسان‌مداری ..... ۱۱۴

۱-۲. فردگرایی ..... ۱۲۰

۱-۳. حاکمیت عقلانیت ابزاری ..... ۱۲۷

۲. تصویر موضوع ..... ۱۳۲

۲-۱. مفهوم عرفی‌شدن و ابعاد آن ..... ۱۳۳

۲-۲. قوت‌زدایی از دین ..... ۱۳۶

۲-۳. خصوصی‌شدن دین و تاریخچه آن ..... ۱۳۷

۲-۳-۱. عصر اول سکولاریزاسیون ..... ۱۴۱

۲-۳-۱-۱. اولین مرحله: الغای تبعیض دینی ..... ۱۴۱

۲-۳-۱-۲. مرحله دوم: از رسمیت‌انداختن دین ..... ۱۴۵

۲-۳-۱-۳. مرحله سوم: جدایی و سکولاریزاسیون ..... ۱۴۷

|          |                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------|
| ۱۵۰..... | ۲-۳-۴. مرحله چهارم: جدایی نهایی.....                              |
| ۱۵۰..... | ۲-۳-۲. عصر دوم سکولاریزاسیون.....                                 |
| ۱۵۳..... | ۳. سرمشق و الگو.....                                              |
| ۱۵۵..... | جمع‌بندی بخش دوم.....                                             |
| ۱۵۷..... | بخش سوم: تحلیل فرهنگ مصرفی و تحول‌های فرهنگی همبسته با آن.....    |
| ۱۶۱..... | فصل اول: فرهنگ مصرفی و پسامدرنیسم- جامعهٔ پسا صنعتی ....          |
| ۱۷۱..... | جمع‌بندی و تحلیل نهایی.....                                       |
| ۱۷۳..... | فصل دوم: فرهنگ خودشیفتگی.....                                     |
| ۱۸۱..... | ۱. منابع مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ خودشیفتگی.....                    |
| ۱۸۱..... | ۱-۱. رماتنیسم.....                                                |
| ۱۸۳..... | ۱-۲. تحول‌های فرهنگی خاص.....                                     |
| ۱۸۹..... | فصل سوم: ابر فردیت.....                                           |
| ۱۹۹..... | فصل چهارم: احساس‌گرایی سطحی.....                                  |
| ۲۰۰..... | ۱. رفاه‌جویی.....                                                 |
| ۲۰۸..... | ۲. مسرت‌جویی.....                                                 |
| ۲۱۱..... | ۳. انتخاب‌گری.....                                                |
| ۲۱۳..... | ۴. بدن‌گرایی.....                                                 |
| ۲۱۹..... | جمع‌بندی بخش سوم.....                                             |
| ۲۲۱..... | بخش چهارم: تحول‌های مؤلفه‌های درون‌دینی در جامعهٔ پسا سنتی... ۲۲۱ |
| ۲۲۷..... | فصل اول: تحول‌ها در حوزه خدانشناسی.....                           |
| ۲۲۸..... | ۱. مفهوم سنتی.....                                                |
| ۲۳۲..... | ۲. تحول‌های خداآوری در دوران پسا سنت.....                         |
| ۲۳۵..... | ۳. عوامل و زمینه‌های تحول مفهومی در دوران پسا سنت.....            |
| ۲۳۵..... | ۳-۱. عقل‌گرایی.....                                               |
| ۲۴۲..... | ۳-۲. علم‌گرایی.....                                               |
| ۲۴۴..... | ۳-۳. برداشت‌های اخلاقی جدید.....                                  |

|          |                                                                                            |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۲۴۷..... | ۳-۴. الزامات زندگی مدرن و عوامل دیگر.....                                                  |
| ۲۴۹..... | ۴. مفاهیم جدید «خدا» در دوران پسانت.....                                                   |
| ۲۵۵..... | <b>فصل دوم: تحول‌ها در حوزه نجات‌شناسی</b>                                                 |
| ۲۵۵..... | ۱. مفهوم سنتی نجات.....                                                                    |
| ۲۵۵..... | ۱-۱. یهودیت.....                                                                           |
| ۲۵۷..... | ۱-۲. مسیحیت.....                                                                           |
| ۲۶۰..... | ۱-۳. اسلام.....                                                                            |
| ۲۶۲..... | ۲. مفهوم جدید نجات در دوره پسانت.....                                                      |
| ۲۶۷..... | <b>جمع‌بندی بخش چهارم</b>                                                                  |
| ۲۶۹..... | <b>بخش پنجم: تحول‌های دین‌داری در فرهنگ مصرفی</b>                                          |
| ۲۷۳..... | <b>فصل اول: گزارش توصیفی</b>                                                               |
| ۲۷۳..... | ۱. جنبش‌های نوپدید دینی.....                                                               |
| ۲۷۳..... | ۱-۱. ظهور.....                                                                             |
| ۲۷۷..... | ۱-۲. تنوع و دسته‌بندی.....                                                                 |
| ۲۸۶..... | ۱-۳. صفت‌های مشترک.....                                                                    |
| ۲۹۱..... | ۲. رشد معنویت‌گرایی کل‌گرا (بررسی موردی شهر کندال).....                                    |
| ۲۹۵..... | <b>فصل دوم: تحلیل</b>                                                                      |
| ۲۹۵..... | ۱. تلقی ابرعرفی از دین.....                                                                |
| ۳۰۰..... | ۲. دین‌ورزی.....                                                                           |
| ۳۰۰..... | ۲-۱. پاکورنیزاسیون.....                                                                    |
| ۳۰۲..... | ۲-۲. کالایی‌شدن.....                                                                       |
| ۳۰۳..... | ۲-۳. درمان‌گرانه‌شدن.....                                                                  |
| ۳۰۵..... | <b>بخش ششم: تبیین پارادایمی مبانی مفهومی دین در فرهنگ مصرفی</b>                            |
| ۳۰۹..... | <b>فصل اول: تبیین رابطه فرهنگ مصرفی با تلقی ابرعرفی از دین</b>                             |
| ۳۱۱..... | <b>فصل دوم: تبیین رابطه فرهنگ مصرفی با کالایی‌شدن، پاکورنیزاسیون و درمان‌گرانه‌شدن دین</b> |

## فصل سوم: تبیین پارادایم ابرعرفی ..... ۳۱۷

### بخش هفتم: عرفان و پارادایم‌های دین‌داری ..... ۳۲۱

#### فصل اول: عرفان در پارادایم تعالی‌گرا ..... ۳۲۳

۱. تعالی عرفان ..... ۳۲۳

۲. رابطه عرفان تعالی‌گرا با دین ..... ۳۲۵

۳. غایت عرفان تعالی‌گرا (حقیقت وحدانی) ..... ۳۲۶

۴. سلوک عرفان تعالی‌گرا (مقامات و احوال) ..... ۳۲۷

#### فصل دوم: عرفان در پارادایم عرفی ..... ۳۳۱

۱. علت ادامه حیات عرفان در مدرنیته ..... ۳۳۲

۲. اومانیستی‌بودن عرفان مدرن ..... ۳۳۳

۳. سکولاربودن عرفان مدرن / رقابت با دین ..... ۳۳۷

۴. غایت عرفان مدرن (خودشکوفایی فرد انسانی) ..... ۳۳۸

۵. سلوک عرفان مدرن (سلوک سطحی) ..... ۳۳۹

#### فصل سوم: عرفان در پارادایم ابرعرفی ..... ۳۴۳

۱. عرفان ابرعرفی ..... ۳۴۳

۲. غایت مبتنی بر خودشیفتگی ..... ۳۴۸

۳. سلوک عرفان ابرعرفی (فراعلم) ..... ۳۴۹

#### فصل چهارم: مطالعه موردی ..... ۳۵۵

۱. ماهیت عرفان ..... ۳۵۸

۲. هدف عرفان ..... ۳۶۳

۲-۱. غایت، معجزه‌گری و عظمت نفس است ..... ۳۶۳

۲-۲. عرفان برای رژیم غذایی ..... ۳۶۴

۲-۳. عرفان برای ماجراجویی و شور زندگی ..... ۳۶۴

۳. طریقت عرفان ..... ۳۶۴

۳-۱. سهولت عرفان / عدم نیاز به معلم ..... ۳۶۴

۳-۲. رهایش ..... ۳۶۴

بخش هشتم: ملاحظه‌های انتقادی ..... ۳۶۷

فصل اول: نگرش انتقادی به بستر فرهنگی تحول‌های مفهومی دین ... ۳۷۱

۱. مبانی فرهنگ خودشیفتگی: فردگرایی و اومانیزم ..... ۳۷۱

۲. نقد خودشیفتگی ..... ۳۷۷

ارتباط رفاه‌جویی و مسرت‌طلبی با کوتاه‌فکری ..... ۳۷۸

۳. احساس‌گرایی سطحی ..... ۳۷۸

فصل دوم: نگرش انتقادی به دین و معنویت‌ورزی‌های نوین ..... ۳۸۱

۱. نقد فروکاهش دین و معنویت به کالای مصرفی ..... ۳۸۱

فایده‌باوری، اساس دین و معنویت کالایی ..... ۳۸۳

۲. نقد پانکوروئاسیون دین‌داری و معنویت‌ورزی ..... ۳۸۳

۳. نقد درمان‌گرانه‌شدن دین و معنویت ..... ۳۸۶

بخش نهم: نتیجه‌گیری و اشارات به وضعیت ایران ..... ۳۸۹

فصل اول: نتیجه ..... ۳۹۱

فصل دوم: نیم‌نگاهی به وضعیت ایران ..... ۴۰۵

پی‌نوشت‌ها ..... ۴۱۵

کتابنامه ..... ۴۱۹

۱. فارسی ..... ۴۱۹

۲. لاتین ..... ۴۲۶

فهرست آیات ..... ۴۳۹

فهرست اشعار ..... ۴۴۱

نمایه ..... ۴۴۳

نمایه موضوعی ..... ۴۵۵

## پیشگفتار

در پرتو پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و استقرار نظامی براساس ارزش‌های معنوی و احکام الهی در ایران، بار دیگر تفکر دینی به‌عنوان اندیشه‌ای امیدزا، حیات‌بخش و مترقی، در عرصه حیات انسان معاصر ظاهر شد.

تجدید حیات اندیشه و حیانی و ارزش‌های معنوی، از سویی، سبب بیداری و خودباوری ملت‌های مسلمان و احیای روح ستم‌ستیزی در آنان شد و از دیگرسو، باعث نمایان‌ترشدن سست‌پایگی مسلک‌ها و مکاتب بشری و نظام‌های استوار بر آنها گردید.

بایستگی تحقیق دقیق، جامع و منسجم، درباره زیرساخت‌های اندیشه دینی و نظامات اجتماعی مبتنی بر آن و ضرورت پرداخت علمی و روزآمد به حوادث واقعه فکری، به فراخور شرایط کنونی و درخور این رستمیر عظیم و نیز لزوم آسیب‌شناسی در حوزه فرهنگ ملی و باورداشت‌های دینی، به‌منظور تبیین عرضه صحیح و دفاع معقول از اندیشه دینی و زدودن پیرایه‌های موهوم و موهون از ساحت قدسی دین و صیانت از هویت فرهنگی و سلامت فکری اقشار تحصیل‌کرده و نسل جوان کشور، تأسیس نهاد علمی- پژوهشی و آموزشی محض و کارآمدی را فرض می‌نمود.

به این‌منظور، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، که نهادی علمی است، در سال ۱۳۷۳ در قالب پنج پژوهشکده «حکمت اسلامی»،

«دین‌پژوهی»، «نظام‌های اسلامی»، «فرهنگ و مطالعات اجتماعی» و «دانشنامه‌نگاری دینی» و مرکز پژوهش‌های جوان، تأسیس شد.

پژوهشکده حکمت اسلامی که مشتمل بر سه گروه علمی «فلسفه»، «معرفت‌شناسی» و «عرفان» است، برای تحقق اهداف ذیل می‌کوشد:

۱. بازپژوهی و بازپیرایی حکمت و کلام و معارف اسلامی؛
  ۲. تبیین و ساماندهی مناسب مباحث زیرساختی اندیشه دینی؛
  ۳. ایجاد بستر مناسب برای تعمق و پویایی و بالندگی اندیشه دینی؛
  ۴. پاسخ به شبهات القایی در قلمرو عقاید و کلام اسلامی؛
  ۵. نقد مکاتب و دیدگاه‌های معارض در حوزه زیرساخت‌های اندیشه دینی.
- در راستای تحقق اهداف فوق، هریک از گروه‌ها، پس از تهیه عنوان‌های مطالعاتی اساسی و اولویت‌گذاری و تهیه پیش‌طرح و تصویب آن در شورای علمی گروه، آن را به اعضای هیئت علمی خود یا محققان عرصه دین‌پژوهی، واگذار نموده و با نظارت بر روند اجرای تحقیق و تأیید نهایی، برای دسترسی عموم دانش‌پژوهان حوزه دین‌پژوهی، آن را به چاپ و نشر می‌رسانند.
- پژوهش حاضر براساس فرایند پژوهشی پژوهشگاه و در راستای اهداف پژوهشکده، به قلم محقق ارجمند جناب آقای بهروز حمیدیه در گروه عرفان، تألیف و به زیور طبع آراسته شد.

موضوع تحول‌های نوین در عرصه دین و عرفان و تأثیرات فرهنگ پست‌مدرن یا آن‌گونه که مؤلف محترم تبیین نموده‌اند، فرهنگ مصرفی بر نحوه دین‌داری و عرفان‌ورزی مردم از موضوعات بسیار مهم و به‌روز جامعه‌شناسی دین است. هرگونه برنامه‌ریزی و مهندسی فرهنگی در جامعه امروز بر شناخت این تحول‌ها مبتنی است. این نکته هم که ممکن است ذهن برخی را به خود مشغول نماید، مبنی بر اختصاص فرهنگ پست‌مدرن به جهان غرب، کاملاً نادرست است؛ چراکه در دهکده جهانی و فرایند جهانی‌شدن، هم‌زیستی فرهنگ‌های پست‌مدرن، مدرن و سنتی را در کنار هم مشاهده می‌کنیم. ما در ایران، پژوهش مستقلی راجع به وضعیت دین و عرفان در فرهنگ پست‌مدرن

سراغ نداریم؛ بنابراین اثر حاضر اولین و تنها اثر در این باره خواهد بود. این تحقیق از روش جامعه‌شناختی استفاده کرده و درصدد اثبات این فرضیه برآمده است که در دوران معاصر، پارادایم جدیدی برای دین‌داری رقم خورده است: پارادایم دین‌داری ابرعرفی. در واقع، این تحقیق می‌خواهد اثبات کند که سکولاریته در زمان ما تشدید یافته است. براین اساس، مؤلف محترم درصدد است علت رشد و توسعه حیرت‌انگیز جنبش‌های معنوی نوپدید در دهه‌های آخر قرن بیستم را تبیین کند.

در پایان از همه اعضای محترم شورای علمی گروه عرفان، ارزیابان گرانقدر جناب آقایان دکتر مجتبی زروانی و دکتر حامد حاجی حیدری و به‌ویژه مؤلف گرامی که با سه‌صددر در تولید و بالندگی اثر تلاش کردند و سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی که مسئولیت آماده‌سازی، انتشار و توزیع آن را بر عهده دارد، تشکر دانی نموده، از خداوند منان، توفیق روزافزون‌شان را خواهانیم.

در خاتمه امیدواریم نظرها و دیدگاه‌های صائب خوانندگان عزیز و علاقه‌مندان حوزه فقه و حقوق، ما را در اصلاح و تکمیل این اثر و تولید آثار گرانسنگ دیگر یاری رساند.

گروه عرفان

پژوهشکده حکمت اسلامی

## مقدمه

یکی از ابعاد دین و عرفان که مورد موشکافی نظری و بحث‌های علمی قرار گرفته، رابطه آن با فرهنگ است. بسیاری از جامعه‌شناسان کلاسیک و جامعه‌شناسان دین معاصر، هم از طریق تحقیقات تجربی و هم با تحلیل و تفسیر، به بررسی تحول‌های دین در جوامع مدرن، هم‌راستا با تحول‌های عمیق فرهنگی پرداخته‌اند. تحقیق حاضر، درصدد بررسی تحول‌های اخیر دین‌داری و عرفان است و از تحلیل تحقیقات تجربی موجود بهره می‌گیرد. مشکلات عدیده‌ای همچون عدم امکان انجام یک تحقیق تجربی کنترل‌شده براساس نیازهای این پژوهش و عدم دسترسی به برخی منابع پژوهشی مورد نیاز، بر سر راه این پژوهش بوده‌اند؛ اما امید است آنچه انجام یافته، مفید و راهگشای تحقیقات تکمیلی آینده باشد.

مسئله اصلی این تحقیق، آن است که «در دوران حاکمیت فرهنگ مصرفی، تحول‌های مفهوم دین و عرفان در نزد مردم، بر کدام مبانی تکیه دارند؟» هدف تحقیق آن است که با بررسی مبانی تحول مفهوم دین و عرفان در فرهنگ مصرفی، آشکار شود که آیا رشد معنویت‌های نوین و جنبش‌های نوپدید دینی، پس از یک دوره مؤثر عرفی‌سازی، به معنی نوعی بازگشت به دین و عرفان سنتی است یا تحول کیفی عمیقی در حال رخ دادن است؟ در این راستا، دو مسئله فرعی این تحقیق، بدین‌قرارند: «ارتباط جنبش‌های نوپدید دینی و معنوی با فرهنگ مصرفی چیست؟» و «چه نقدهای الهیاتی و جامعه‌شناختی بر

تحول‌های دین‌داری و عرفان‌گرایی قابل طرح‌اند؟»

آگاهی از تحول‌های مبنایی در حوزه دین‌داری و معنویت، برای هرگونه برنامه‌ریزی فرهنگی و مواجهه صحیح با جریان‌های نوین معنوی، کاملاً ضروری است و این امر، ضرورت علمی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد؛ خصوصاً آنکه هیچ تحقیق مستقلی راجع به این موضوع به زبان فارسی موجود نباشد. پیشینه تحقیق در این موضوع، سراسر به جهان غرب بازمی‌گردد؛ هرچند در آنجا نیز به صورت مستقل، آثار اندکی در این زمینه هست؛ همچون اثر میلر. در بخش کلیات، به پیشینه تحقیق اشاره خواهم کرد.

از نوآوری‌های این تحقیق، طرح مفهوم «پارادایم دین‌داری» است. با این مفهوم، نگاه پژوهشگر از دین‌داری‌های منفرد و جداگانه متدینان، به فضا و چارچوبی جهت‌بخش و بستر ساز معطوف می‌شود و تحول‌ها در آن چارچوب رصد می‌شوند. فرضیه این تحقیق، اجمالاً آن است که دست‌کم سه پارادایم دین‌داری، قابل تمیز و تشخیص است. پارادایمی که در دهه‌های پایانی قرن بیستم در اثر فرهنگ مصرفی و ملازمات فرهنگی آن ایجاد شده است، پارادایم ابرعرفی<sup>۱</sup> است که باید آن را تعمیق و تشدید عرفی‌شدن دانست. به عبارت دیگر، در دوران فرهنگ مصرفی، ما نه تنها به دین و عرفان سنتی نزدیک نشده‌ایم، بلکه در حال دور شدن از آن هستیم. به لحاظ روش‌شناسی، پژوهش حاضر در حوزه دانش جامعه‌شناسی دین تعریف شده است. ما در بخش کلیات، به تفصیل درباره جزئیات روش‌شناختی و پیش‌فرض‌های این پژوهش سخن خواهیم گفت.

این اثر، به انتقادات درباره تحول‌های معاصر حوزه دین و معنویت نیز پرداخته است. انتقادهای مزبور، در دو قلمرو می‌گنجند:

۱. انتقادات نسبت به بستر و زمینه فرهنگی تحول‌ها؛

۲. انتقادات نسبت به تحول‌های ناشی از این بستر و زمینه.

برای نمونه، نقد اومانيسم از طريق خودتناقضی و پیامدهای سوء اخلاقی و جامعه‌شناختی و نیز نقدهای متافیزیکی و اخلاقی خودشیفتگی در دسته اول انتقادهای می‌گنجد؛ همچنین نقدهای الهیاتی جنبش‌های نوپدید معنوی، نقیصه‌های منطقی موجود در مبانی کانتی آنها و انتقادهای وارد بر نگاه فروکاهاشی به انسان را باید در دسته دوم انتقادهای گنجانند.

نوشتار حاضر، پس از مقدمه و تبیین چارچوب روشی و مفهومی در بخش اول، مشتمل بر هشت بخش دیگر است. در بخش دوم به معرفی دو پارادایم دین‌داری پیش از حاکمیت فرهنگ مصرفی، یعنی پارادایم تعالی‌گرا و پارادایم عرفی پرداخته‌ایم. مقصود از این بخش، میسرشدن مقایسه و بررسی تطبیقی است تا بتوان در پرتو آن، به تمایزها و مشخصه‌های پارادایم سوم به‌ نحو دقیق‌تری پی برد. بخش سوم به تحلیل فرهنگ مصرفی و تحول‌های فرهنگی همبسته با آن اختصاص دارد که به‌طور خاص از نظریه‌های پسامدرنیست‌ها و نیز اندیشمندانی نظیر *دنیل بل*، *پاکولاسکی* و *لش* بهره می‌برد. بخش چهارم، تحول‌های مفهومی مؤلفه‌های درون‌دینی یعنی «خدا» و «نجات» را در دوره پسااست که ازجمله، شامل دوره حاکمیت فرهنگ مصرفی نیز هست، بررسی می‌کند. این بررسی به ما کمک خواهد کرد تأثیر فرهنگ مصرفی بر مفهوم دین در نزد نخبگان را تعیین نماییم. در بخش پنجم، ابتدا تلاش کرده‌ایم به‌ صورت توصیفی، تحول‌های اخیر در عرصه دین را نشان دهیم. در آنجا به‌طور مشخص، ظهور و گسترش وسیع جنبش‌های نوپدید دینی و توسعه یافتن حوزه معنویت‌گرایی را با استناد به شواهد تجربی بررسی کرده‌ایم. این قسمت، مبنایی است برای تحلیل بخش بعد تا آن تحلیل، به ذهن‌گرایی و تحمیل ذهنیات بر واقعیت اجتماعی متهم نشود. بخش تحلیل، به تفسیر توصیف‌های پیشین و استخراج تحول‌ها در دو ساحت طرز تلقی از دین و نوع دین‌ورزی عملی پرداخته است. بخش ششم که اصلی‌ترین قسمت این نوشتار است، تبیین پارادایمی مبانی مفهومی دین در فرهنگ مصرفی را بر عهده دارد. در واقع، سه بخش سه تا پنج، مقدمه برای بخش ششم می‌باشند. در بخش هفتم به بررسی

وضعیت عرفان در هریک از سه پارادایم دین‌داری پرداخته‌ایم. بخش هشتم به ملاحظه‌ای انتقادی اختصاص داده شده است و نهایتاً در بخش «نتیجه‌گیری و اشاره‌ای به وضعیت ایران»، درصدد یک جمع‌بندی و درعین‌حال، نیم‌نگاهی به وضعیت ایران بوده‌ایم.

### سپاسگزاری

در امدای کار بر خود لازم می‌دانم سپاس و قدردانی خود را به محضر آموزگاران خود، به‌ویژه، آقایان دکتر هادی وکیلی، دکتر قربان علمی و دکتر مجتبی زروانی تقدیم نمایم. مقدمات فکری و منطقی لازم را مدیون دکتر وکیلی و راهنمایی پژوهش را مدیون دکتر علمی هستم. آشنایی نزدیک با رشته مطالعات دین، محصول سال‌ها شاگردی در درس‌های گران‌سنگ دکتر زروانی است. دوست دانشمند و محققم، دکتر حامد حاجی‌حیدری هم در آشنایی من با نظریه جامعه‌شناسی بسیار مؤثر بود و هم زحمت مطالعه کل تحقیق و گوش‌زد نمودن نکاتی مهم را پذیرفت. این کار همچنین مرهون مباحثات فکری در شورای علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی و به‌ویژه استاد مکرم، آیت‌الله رشاد می‌باشد. از دوستان اندیشمند گروه پژوهشی دی و گروه پژوهشی بیان نیز به دلیل مساعدت‌های نظری و عملی مؤثری که داشتند، باید قدردانی نمایم. همسر در سال‌های متمادی تحصیل، رنج‌های متعددی بر جان خرید و امکان تحصیل، مطالعه و پژوهش را برای من فراهم نمود.

سپاس از همگان.

و سپاس اولین و آخرین من از زحمات بی‌دریغ پدر و مادر مرحوم که بی‌حساب، مدیون آنهایم.