تحولات موضعگیری اقتصادی: از وبر تا تحولات پساماتریالیستی در رفتارهای اقتصادی معاصر

در تاریخ فکر اجتماعی و اقتصادی، مفهوم **"موضعگیری و تلقی اقتصادی"** (Wirtschaftsgesinnung) نقشی محوری در درک روابط بین ساختارهای اقتصادی، باورهای فرهنگی و رفتارهای اجتماعی ایفا کرده است. این مفهوم که ریشه در آثار ماکس وبر و ورنر زمبارت دارد، بیش از آنکه صرفاً به یک سبک مدیریت یا رفتار اقتصادی اشاره کند، به **چارچوب ذهنی و ارزشی** اشاره می‌کند که افراد و گروه‌های اجتماعی نسبت به اقتصاد، کار، مصرف، پس‌انداز و توزیع منابع دارند. این چارچوب، در هر دوره تاریخی، شکل خاصی از خود را پیدا می‌کند و به‌عنوان بستری فرهنگی، امکان شکل‌گیری نظام‌های اقتصادی خاصی را فراهم می‌آورد.

مفهوم موضعگیری اقتصادی: فراتر از رفتار، درون‌مایه‌ای فرهنگی

اصطلاح **Wirtschaftsgesinnung** در ادبیات آلمانی، ترکیبی از "Wirtschaft" (اقتصاد) و "Gesinnung" (موضع، منش، تلقی اخلاقی یا روانشناختی) است. در ترجمه فارسی، واژه‌هایی مانند «منش اقتصادی»، «شیوه تفکر اقتصادی»، «برداشت اقتصادی» یا «نگرش اقتصادی» برای آن به کار رفته‌اند. اما ترجمه دقیق‌تر آن، **"چارچوب ارزشی و فرهنگی تعیین‌کننده رفتارهای اقتصادی"** است. این مفهوم تنها به اقدامات مالی یا انتخاب‌های اقتصادی منفرد نمی‌پردازد، بلکه به **الگوهای ذهنی مشترک** یک جامعه یا گروه اجتماعی در قبال زندگی اقتصادی می‌پردازد.

این موضعگیری اقتصادی در قالب مجموعه‌ای از نگرش‌ها و باورهای عمیق در حوزه‌های کلیدی زیر شکل می‌گیرد:

۱. نگرش به کار و ارزش زندگی کاری

آیا کار صرفاً وسیله‌ای برای کسب درآمد است، یا بخشی از هویت فردی و تعهد اخلاقی؟ در جوامع پیش‌از صنعتی، کار بیشتر به عنوان یک ضرورت زیستی دیده می‌شد، اما با ظهور ایدئولوژی کالوینیستی و پوریتانیسم، کار به عنوان **نشانه انتخاب الهی و تحقق فردی** تقدیس شد. وبر در کتاب معروف خود «روح سرمایه‌داری» (1905) نشان می‌دهد که این نگرش اخلاقی-دینی، زمینه‌ساز شکل‌گیری **نظام اقتصادی سرمایه‌داری مدرن** شده است.

۲. نگرش به مصرف و کالاها

آیا مصرف، تجمل‌ستیزی و یا مصرف‌گرایی؟ این نگرش‌ها به شدت تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی و طبقاتی قرار دارند. در جوامع سنتی، مصرف به حداقل ممکن محدود می‌شد، اما در جوامع مدرن، به‌ویژه در عصر مصرف‌گرایی،

مطالب حقوقی بیشتر در: https://irlawyers.ir/ --- الکترونیک، کامپیوتر، بورس و غیره در: https://229-415.ir/

مصرف به عنوان **نشانه موفقیت اجتماعی** عمل می‌کند. این تغییر، از "اقتصاد فضیلت" به "اقتصاد نمایش"، تحولی بنیادین در منش اقتصادی محسوب می‌شود.

۳. نگرش به پس‌انداز و تأمین آینده

پس‌انداز آیا نشانه مراقبت از خانواده است، یا نشانه بخل و ناامنی؟ در جوامعی که نهادهای امنیت اجتماعی ضعیف هستند، پس‌انداز اجباری می‌شود. اما در جوامع توسعه‌یافته، پس‌انداز به صورت **استراتژی سرمایه‌گذاری و بهینه‌سازی مالی** درآمده است. این تغییر، مستلزم آموزش مالی، دسترسی به ابزارهای بانکی و بیمه‌ای، و تغییر در تصورات فرهنگی نسبت به آینده است.

۴. نگرش به توزیع و عدالت اقتصادی

این موضعگیری شامل این پرسش‌های بنیادین است: آیا ثروت باید توزیع شود؟ عدالت اقتصادی یعنی چه؟ آیا برابری یا عدالت فردی مهم‌تر است؟ در جوامع لیبرال، توزیع بر اساس عملکرد و بازده مالی مورد تأکید است، در حالی که در جوامع اجتماعی‌گرا، توزیع عادلانه منابع به عنوان یک وظیفه اجتماعی در نظر گرفته می‌شود.

۵. نگرش به پول و روابط مالی خانوادگی

پول در خانواده چگونه مدیریت می‌شود؟ آیا به صورت متمرکز یا توزیع‌شده کنترل می‌شود؟ مطالعات جنسیتی نشان می‌دهند که در بسیاری از جوامع، کنترل مالی خانواده به مردان اختصاص دارد، اما در جوامع مدرن‌تر، این موضوع به یک میدان رقابت ارزشی تبدیل شده است. این نگرش، به طور مستقیم بر تصمیمات سرمایه‌گذاری، مصرف و پس‌انداز تأثیر می‌گذارد.

۶. نگرش به بهینه‌سازی اقتصادی و خردورزی

آیا زندگی باید به صورت یک شرکت مدیریت شود؟ مفهوم **"اقتصادی‌کردن زندگی"** (Economization of Life) به این اشاره دارد که منطق بازده، هزینه-فایده و بهینه‌سازی، از حوزه تولید وارد حوزه زندگی شخصی شده است. این منطق، از مدیریت وقت گرفته تا انتخاب همسر، از ازدواج تا پرورش فرزندان، را تحت تأثیر قرار داده است.

۷. نگرش به رابطه اقتصاد و زیست‌بوم

در عصر تغییرات اقلیمی، نگرش به پایداری اقتصادی، مصرف پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بخشی

مطالب حقوقی بیشتر در: https://irlawyers.ir/ --- الکترونیک، کامپیوتر، بورس و غیره در: https://229-415.ir/

جدایی‌ناپذیر از موضعگیری اقتصادی معاصر است. جوامع پساماتریالیستی، ارزش‌های زیست‌محیطی را در کنار ارزش‌های اقتصادی قرار می‌دهند و از "رشد بدون محدودیت" به "رشد پایدار" حرکت می‌کنند.

تحولات تاریخی موضعگیری اقتصادی: از سنتی به مدرن

ماکس وبر با معرفی مفهوم **"روح سرمایه‌داری"**، نشان داد که شکل‌گیری سرمایه‌داری مدرن، صرفاً نتیجه فناوری یا ساختارهای سیاسی نبوده، بلکه ریشه در یک **تحول فرهنگی و دینی** داشته است. وی استدلال می‌کند که **پوریتانیسم کالوینیستی** با تأکید بر کار، نظم، پس‌انداز و پرهیز از تجمل، زمینه‌ساز یک **منش اقتصادی خردمندانه** شد. این منش، که وبر آن را "روح سرمایه‌داری" می‌نامد، به شکلی تاریخی، از طریق "تثبیت بیرنگ مذهبی" (verblassene religiöse Verankerung) به یک منطق اقتصادی مستقل تبدیل شد.

در مقابل، ورنر زمبارت در آثار خود، به ویژه در کتاب 1913 (*Luxus und Kapitalismus*)، بر نقش **مصرف و تجمل** در شکل‌گیری سرمایه‌داری تأکید می‌کند. او معتقد است که سرمایه‌داری نه از تقوای پوریتانی، بلکه از **نیاز طبقات اشرافی به کالاهای لوکس** و توسعه تولید برای رقابت اجتماعی، سرچشمه گرفته است. این دیدگاه، تضادی با وبر ایجاد می‌کند و نشان می‌دهد که منش اقتصادی می‌تواند از دو مسیر متضاد — **تقوای کاری** یا **مصرف نمایشی** — شکل بگیرد.

نوربرت الیاس (1976) این بحث را با تحلیل **کنترل خود به صورت اجباری** (aufoktroyierte Selbstdiszplin) گسترش می‌دهد. او نشان می‌دهد که در حالی که طبقه متوسط شهری از طریق تربیت فرهنگی و مذهبی به خودانضباطی دست یافت، طبقه کارگر از طریق **فشارهای ساختاری و نظارتی** (مانند ساعت کاری، نظارت کارخانه‌ای و قوانین صنعتی) مجبور به پذیرش منش خردمندانه شد. این تحلیل، تفاوت طبقاتی در شکل‌گیری موضعگیری اقتصادی را آشکار می‌سازد.

موضعگیری اقتصادی در جوامع معاصر: از سرمایه‌داری به پساماتریالیسم

در جوامع پست‌صنعتی، مفهوم موضعگیری اقتصادی دچار تحولات بنیادینی شده است. کارل پولانی در کتاب *The Great Transformation* (1944) هشدار می‌دهد که **"اقتصاد ساخته شده از جامعه"** (disembedded economy) — یعنی اقتصادی که از روابط اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی جدا شده — به بحران‌های اجتماعی و

انسانی منجر می‌شود. او تأکید می‌کند که بازارها نباید جایگزین تمام روابط اجتماعی شوند.

از سوی دیگر، اریش فروم (1982) در کتاب *To Have or to Be?* مفهوم **"شخصیت بازاریابی"** (marketing character) را معرفی می‌کند. او استدلال می‌کند که در جوامع مصرف‌گرا، افراد نه به عنوان انسان، بلکه به عنوان **کالایی قابل معامله** در بازار کار، ازدواج و روابط اجتماعی دیده می‌شوند. این تغییر، منجر به شکل‌گیری یک موضعگیری اقتصادی مبتنی بر **قابلیت فروش** و **قابلیت جذب** شدن می‌شود، نه بر اساس ارزش‌های درونی.

این تحولات، با مفهوم **تحول ارزش‌ها** (value change) که توسط رونالد اینهلت (Ronald Inglehart) در دهه ۱۹۷۰ معرفی شد، هم‌راستا است. اینهلت نشان می‌دهد که جوامع توسعه‌یافته از ارزش‌های **مادی‌گرایانه** (مانند امنیت اقتصادی و رشد) به سمت ارزش‌های **پساماتریالیستی** (مانند خودشکوفایی، آزادی فردی، عدالت اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی) حرکت می‌کنند. این تغییر، منجر به شکل‌گیری یک **منش اقتصادی جدید** می‌شود که در آن:

مصرف، نه برای نمایش، بلکه برای **هویت‌سازی فردی** انجام می‌شود.
کار، نه صرفاً برای درآمد، بلکه برای **معنا و رضایت شغلی** انجام می‌شود.
پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، نه فقط برای سود، بلکه برای **تأثیر اجتماعی و اخلاقی** (مانند سرمایه‌گذاری مسئولانه یا ESG) انجام می‌شود.

پرسش‌های کلیدی درباره موضعگیری اقتصادی

آیا موضعگیری اقتصادی می‌تواند عامل اصلی توسعه اقتصادی باشد؟
بله، اما نه به تنهایی. موضعگیری اقتصادی به عنوان یک **شرط لازم، نه کافی** عمل می‌کند. مثلاً، بدون یک منش خردمندانه و کارآمد، حتی با وجود ساختارهای قانونی و فناوری مناسب، توسعه پایدار ممکن نیست. اما برعکس، یک منش مثبت بدون زیرساخت‌های اقتصادی مناسب، نیز نمی‌تواند به رشد منجر شود.

آیا می‌توان موضعگیری اقتصادی را تغییر داد؟
بله، از طریق آموزش، رسانه، سیاست‌های اجتماعی و تربیت ارزشی. مثال‌هایی مانند **آموزش مالی در مدارس**، **کمپین‌های مصرف آگاهانه** یا **تشویق به سرمایه‌گذاری اخلاقی**، نشان می‌دهند که می‌توان با برنامه‌ریزی

مطالب حقوقی بیشتر در: https://irlawyers.ir/ --- الکترونیک، کامپیوتر، بورس و غیره در: https://229-415.ir/

فرهنگی، موضعگیری اقتصادی جوامع را تغییر داد.

آیا موضعگیری اقتصادی در جوامع ایرانی با جوامع غربی متفاوت است؟
قطعاً. در جوامع ایرانی، عواملی مانند **فرهنگ ایثار، نقش خانواده در مدیریت مالی، نااطمینانی سیاسی-اقتصادی** و **تأثیر دین بر نگرش به پول و کار**، شکل خاصی به موضعگیری اقتصادی بخشیده‌اند. مثلاً، پس‌انداز در ایران اغلب به دلیل **نااطمینانی نسبت به آینده** و نه لزوماً به دلیل برنامه‌ریزی مالی بلندمدت انجام می‌شود.

جمع‌بندی و دعوت به ادامه تفکر

موضعگیری اقتصادی، تنها یک مفهوم تاریخی نیست، بلکه یک **ابزار تحلیلی قدرتمند** برای درک رفتارهای اقتصادی معاصر است. از وبر تا اینهلت، از زمبارت تا فروم، فکر اجتماعی نشان داده است که اقتصاد تنها حاصل قوانین بازار نیست، بلکه بازتابی از **ارزش‌ها، باورها و ساختارهای فرهنگی** است. در عصر دیجیتال و پست‌صنعتی، درک این موضعگیری، برای طراحی سیاست‌های اقتصادی، آموزش مالی و توسعه پایدار ضروری است.

اگر به بررسی عمیق‌تر این مفاهیم، تحلیل رفتارهای مالی جوامع، یا طراحی برنامه‌های آموزش مالی و سرمایه‌گذاری اخلاقی علاقه دارید، مطالعه منابع معتبر در حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی، روانشناسی مالی و اقتصاد رفتاری می‌تواند نقطه شروعی ایده‌آل باشد. این دانش، نه تنها برای پژوهشگران، بلکه برای سیاست‌گذاران، مدیران و شهروندان آگاه، ابزاری کلیدی برای ساخت آینده‌ای پایدار و عادلانه است.

مطالب حقوقی بیشتر در: https://irlawyers.ir/ --- الکترونیک، کامپیوتر، بورس و غیره در: https://229-415.ir/