

عنوان مقاله:

نقش کمال گرایی اخلاقی در تنظیم رفتار مصرفی

محل انتشار:

دوفصلنامه اخلاق و حیانی، دوره 11، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 38

نویسندگان:

سید کاظم موسوی - دانشجوی دکتری دانشگاه علوم قرآن و حدیث قم

محمدتقی سبحانی نیا - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علوم قرآن و حدیث قم.

سید رضا حسینی - استادیار و عضو هیات علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

خلاصه مقاله:

بر اساس آموزه های اسلامی هدف نهایی انسان، رسیدن به کمال است. کمال گرایی بر تمام رفتار انسان موثر است. این پژوهش تبیین می کند که چگونه و طی چه فرآیندی کمال گرایی اخلاقی در تنظیم رفتار مصرفی موثر است. این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از داده های کتابخانه ای یک تحقیق بنیادی است. بر اساس جهان بینی توحیدی و الحادی دو شیوه مصرف متفاوت در جوامع انسانی شکل می گیرد که از نظر فرآیند، مبانی، شاخص ها و پیامدها در مقابل هم قرار دارند. جهان بینی الحادی منجر به رفتار مصرفی لذت گرا می شود. مبانی آن، فراموشی یاد خدا و عدم التزام به قوانین تشریعی الهی و غفلت از آخرت و ارزش های متعالی است. که این مبانی منجر به سه شاخص می شود: حاکمیت تمایلات نفسانی، مصرف بیشینه، خلق نیازهای غیرضروری. که پیامدهای مانند از بین رفتن نعمت، فساد و به طور کلی تغییر سبک زندگی را به دنبال دارد. در مقابل این مصرف، مصرف کمال گرا وجود دارد. مصرف کمال گرا بر پایه جهان بینی توحیدی شکل می گیرد. مبانی مصرف کمال گرا در زمینه مبدا شناختی، این است که فقط خداوند حق قانون گذاری را برای زندگی انسان دارد. مبانی هستی شناختی این مصرف، بیان می کند که آفرینش جهان هدفمند است و بازگشت عالم به سوی خداست و انسان در آخرت باید پاسخگوی همه رفتار خود باشد. این مبانی منجر به دو شاخص اصلی در این مصرف می شود: الف. تدبیر مصرف ب. رعایت حقوق شرعی در مصرف. پیامد این مصرف برای انسان، امانت داری نسبت به نعمات الهی، تناسب مصرف با ظرفیت های محیط زیست، عدالت اجتماعی، توازن و اعتدال در مصرف است. هدف از مصرف لذت گرا رسیدن انسان به بیشترین لذات مادی و استفاده از هر ابزاری در این مسیر است؛ اما اساسی ترین هدف در مصرف کمال گرا، کسب رضایت الهی و رسیدن به سعادت نهایی از طریق عمل به دستورات الهی است.

کلمات کلیدی:

کمال گرایی، اخلاق، رفتار مصرفی، ترویج مصرف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394137>

