

تبیین جامعه‌شناختی تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)

فریبا حسینی (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، واحددهقان، دانشگاه آزاد اسلامی،

اصفهان، ایران)

f.hosseini41@yahoo.com

منصور حقیقتیان (دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحددهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران، نویسنده

مسئول)

mansour_haghighatian@yahoo.com

سیدعلی هاشمیان‌فر (دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران)

j.hashemian@ltr.ui.ac.ir

چکیده

در حال حاضر یکی از چالش‌های اصلی دنیای مدرن شکل‌گیری بحران‌های زیست‌محیطی متأثر از رفتارهای انسانی محسوب می‌شود. فراوانی مسائل زیست‌محیطی در سال‌های اخیر، توجه و حساسیت اندیشمندان حوزه‌های مختلف به ویژه جامعه‌شناسان را به این موضوعات برانگیخته است. مطالعه حاضر با هدف تبیین جامعه‌شناسی تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی با استفاده از رویکرد کمی و روش پیمایش به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش جوانان ۱۸-۳۵ ساله شهر تهران بوده‌اند که تعداد ۴۵۳ نفر از آن‌ها در شش منطقه و برحسب وضعیت توسعه‌یافتگی این مناطق با استفاده از شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو قسمت توصیفی و استنباطی به انجام رسید. یافته‌های توصیفی نشان‌دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب رفتار زیست‌محیطی در بین افراد مورد مطالعه است. یافته‌های استنباطی پژوهش بیانگر این است که متغیر مصرف‌گرایی در مجموع در حد متوسط توان تبیین واریانس متغیر رفتار زیست‌محیطی را در بین افراد مورد مطالعه دارد و اثر این متغیر بر رفتار مخرب زیست‌محیطی نیز مستقیم و معنادار است. در خصوص تأثیر ابعاد این متغیر بر رفتار مخرب زیست‌محیطی نیز باید گفت اثر ابعاد فردمحوری، لذت و تجمل‌گرایی و تخیل‌گرایی بر رفتار زیست‌محیطی مستقیم و معنادار و اثر بعد کثرت‌گرایی غیرمعنادار است. در نهایت اینکه تفاوت معناداری بین مردان و زنان و همچنین سطح توسعه‌یافتگی مناطق مختلف به لحاظ میزان اثرگذاری متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی وجود ندارد.

واژگان کلیدی: فرهنگ، مصرف‌گرایی، رفتارهای زیست‌محیطی، جوانان، تهران

Sociologic explanation of the influence of consumerism culture on destructive environmental behavior

(case study: Tehran youth group)

Abstract

Nowadays one of the main challenges of modern world is the emergence of environmental crises resulting from human behavior. Many environmental issues , in these years, has provoked the attention and sensitivity of different aren't areas thinkers, specially sociologists .The present research has been accomplished to explain the effect of consumerism culture on environmental destructive behavior from sociological point of view and for this purpose quantitative approach and survey method have been used. The statistical population of present research is Tehran 18-35 years old individuals from which 435 people were selected from 6 regions based on their development using quota sampling method and in order to study them questionnaire tool was used. Research data analysis was made in descriptive and inferential sections. Descriptive findings indicate somehow desirable environmental behavior among under study subjects. Research inferential findings show that consumerism variable may totally explain the variance of environmental behavior variable among under study subjects in an average level and the influence of this variable on environmental destructive behavior is direct and significant, too. In relation to the influence of dimensions of this variable on environmental destructive behavior, it should be stated that the effect of dimensions including individualism, pleasure, luxurism and eidesis on environmental behavior is direct and significant and the influence of pluralism is insignificant. Finally, it should be stated that there is not significant difference between men and women and also the level of development of different regions due to the influence of consumerism variable on environmental destructive behavior.

Key words: culture, consumerism, environmental behavior, youth, Tehran

بدون تردید یکی از مخاطرات جدی و دائمی دنیای مدرن مربوط به بحران‌های زیست‌محیطی است. در واقع در بین انواع مخاطراتی که بشر دنیای مدرن را تهدید می‌کند مسائل مرتبط با محیط‌زیست که در نتیجه دستکاری‌ها و دخل و تصرف بشر در طبیعت به‌منظور بهره‌برداری از آن صورت گرفته یکی از مهم‌ترین آن‌هاست. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت نتیجه و پیامد فعالیت و رفتار انسان در حوزه محیط‌زیست برای تأمین نیازهای خود و کنترل بر طبیعت، شکل‌گیری نوعی جامعه‌ی مخاطره‌ای [زیست‌محیطی] یا به‌عبارت‌دیگر همایندی انواع و اقسام مخاطرات و تهدیدهای زیست‌محیطی است. آن‌گونه که اولریش بک^۱ (۱۹۹۸) جامعه مخاطره‌ای را جامعه‌ای تعریف می‌کند که در آن نگرانی از آفات و بلایای طبیعی به سمت مخاطرات ناشی از فعالیت‌های انسانی دگرذیسی نموده است (قاسمی، ۱۳۸۸: ۳۴). جامعه‌ی [مخاطره‌ای] که بازتاب‌دهنده تغییرات اجتماعی اساسی است که مشکلات محیطی را به زندگی سیاسی و اجتماعی آورده است (ترنر، ۲۰۰۶: ۱۶۹) و یکی از ابعاد اصلی آن مسائل و چالش‌های زیست‌محیطی است که در سطوح خرد و کلان زیست‌انسان‌ها را در جوامع مختلف مورد تهدید قرار داده است. در همین راستا در ایران نیز مخاطره‌ی زیست‌محیطی به زندگی اجتماعی انسان‌ها وارد شده و زیست‌انسان‌ها را به اشکال مختلف تحت تأثیر قرار داده است. به این معنا که شاخص‌های زیست‌محیطی در ایران وضعیت چندان مطلوبی ندارند و طبق آمارهای جهانی در دهه‌های اخیر ایران رتبه‌های پایین این شاخص‌ها را به خود اختصاص داده است. کلان‌شهرهای ایران در این رتبه‌بندی وضعیت نامطلوب‌تری دارند و میزان مخاطرات زیست‌محیطی در این کلان‌شهرها نسبت به شهرهای کوچک‌تر بالاتر است.

شکل‌گیری وضعیت مخاطره‌ای زیست‌محیطی همان‌گونه که صاحب‌نظران این حوزه اشاره میکنند هم در سطح جهانی و هم محلی تا حد زیادی ناشی از اراده عوامل انسانی است و در این خصوص که ریشه اصلی به وجود آمدن این وضعیت [مخاطره‌ای] مربوط به نحوه تعامل کنشگران انسانی با محیط‌زیست و فعالیت‌های و رفتارهایی است که آن‌ها در قبال محیط‌زیست دارند نوعی توافق وجود دارد. در همین راستا بنسون^۲ (۲۰۱۰) معتقد است نوعی توافق و تفاهمی عمومی در حوزه محیط‌زیست، حاکی از اینکه راه‌حل واقعی کاستن از مشکلات و مسائل محیط‌زیست باید انسان و کنش‌های انسانی را شامل شده و متکی به آن باشد شکل گرفته است (ظهورپرونده و حاجی‌زاده، ۱۴۰۱: ۵۲). به عبارت دیگر آن‌ها بر این باورند که برای جلوگیری از تخریب محیط‌زیست، به‌جای تنظیم عوامل محیطی باید بروی تنظیم و محدود کردن فعالیت‌های انسانی تمرکز کرد (هیوین^۳، ۲۰۱۳: ۷۱۲). بنابراین یکی از راهبردهای بنیادین به‌منظور تعدیل تخریب محیط‌زیست و اثرات منفی ناشی از آن تمرکز بر اعمال و رفتار کنشگران انسانی و نحوه تعامل آن‌ها با محیط

1. Beck, U.

2. Benson

3. Huimin

زیست [به‌عنوان مفروضه اصلی پارادایم نوین زیست‌محیطی] در سطح محلی است. بر این اساس تحلیل و تبیین رفتارهای زیست‌محیطی کنشگران انسانی به‌عنوان یکی از عوامل مهم مؤثر بر محیط‌زیست و چالش‌ها و بحران‌ها زیست‌محیطی در جوامع مختلف مورد توجه صاحب‌نظران و پژوهش‌گران این حوزه قرار گرفته است.

رویکردهای نظری و پژوهش‌های تجربی مختلفی رفتارهای زیست‌محیطی را مورد مطالعه و بررسی قرار داده‌اند که در بین آن‌ها رویکرد اجتماعی- فرهنگی به دلیل سروکار داشتن با ارزش‌ها و هنجارهای افراد جامعه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. به‌عبارت دیگر به‌زعم جامعه‌شناسی محیط‌زیست و نظریه‌پردازان این حوزه، رفتارهای زیست‌محیطی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم متأثر از عوامل اجتماعی و فرهنگی هستند. دانلاپ و ون‌لیر^۱ (۱۹۷۸) دانلاپ و جونز^۲ (۲۰۰۲)، باتل^۳ (۱۹۸۷) شان و هولزر^۴ (۱۹۹۰) و صالحی (۱۳۹۲) عوامل اجتماعی- فرهنگی تأثیرگذار بر رفتارهای زیست‌محیطی را شامل طبقه اجتماعی، دانش یا آگاهی زیست‌محیطی، مصرف‌گرایی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و می‌دانند. در بین عوامل تأثیرگذار بر رفتارهای زیست‌محیطی مصرف‌گرایی از جمله عواملی است که به اشکال گوناگون و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم هم در مبانی نظری و هم مبانی تجربی به تأثیرگذاری آن بر رفتارهای زیست‌محیطی اشاره شده است. درواقع می‌توان گفت مصرف‌گرایی به‌عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی جوامع مصرفی مدرن به دلیل شکل دادن به ساختارهای مصرف، تخریب محیط‌زیست را به اشکال مختلف شدت بخشیده اند. جامعه ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و در کلان‌شهرها به دلیل گسترش ارزش‌های مربوط به جامعه مصرفی و ترویج مصرف‌گرایی، رفتارهای زیست‌محیطی وضعیت تخریبی به خود گرفته‌اند.

بر این اساس مطالعه حاضر در بین عوامل اجتماعی- فرهنگی تأثیرگذار بر رفتارهای زیست‌محیطی شهروندان، تأثیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی را در بین جوانان کلان‌شهر تهران مورد مطالعه قرار داده است. درواقع حجم بالای جمعیت شهر تهران و وضعیت نامطلوب شاخص‌های زیست‌محیطی، این شهر را در یک وضعیت استثنایی و خاص قرار داده است. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت توسعه بی‌حساب و کتاب فیزیکی شهر تهران، افزایش بی‌رویه جمعیت این شهر و تغییر در سبک زندگی و الگوهای مصرف شهروندان این شهر، تغییرات گسترده‌ای را در وضعیت محیط‌زیست این شهر ایجاد کرده و در حال حاضر یکی از چالش‌های اساسی این شهر مسائل و بحران‌های زیست‌محیطی است که بخش زیادی از آن از طریق مدیریت رفتارهای زیست‌محیطی شهروندان قابل مدیریت و کنترل است. بنابراین مطالعه جامعه‌شناختی رفتارهای زیست‌محیطی در شهر تهران و در بین اقشار و گروه‌های گوناگون اجتماعی به یک ضرورت

1. Dunlap & Van Liere

2. Jones

3. Buttel

4. Shahn & Holzer

غیرقابل انکار و اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. در نتیجه پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی در بین جوانان شهر تهران درصدد این بوده است که رابطه بین این دو متغیر را مورد تبیین جامعه‌شناختی قرار دهد.

۲. ادبیات پژوهش

۲-۱. ادبیات تجربی

پژوهش‌های مربوط به رابطه بین مصرف‌گرایی با رفتار زیست‌محیطی به لحاظ موضوعی به دو دسته اصلی قابل تقسیم‌بندی هستند. نخست پژوهش‌هایی که رابطه مصرف‌گرایی با این متغیر را به معنای عام مورد بررسی قرار داده‌اند، دوم پژوهش‌هایی که رابطه یکی از ابعاد متغیر مصرف‌گرایی را با رفتار محیط‌زیستی بررسی کرده‌اند. به‌عنوان مثال در دسته اول ولس^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهش خویش به این نتیجه رسیده است که بین درک افراد از پیامدهای مصرف آنان و رفتارهای زیست‌محیطی رابطه مثبتی وجود دارد. هرچه مصرف‌کنندگان از پیامدهای منفی مصرف خود آگاه باشند، رفتارهای مسئولانه‌تری در قبال محیط زیست دارند. یافته‌های کوزار^۲ و همکاران (۲۰۱۳) بیانگر این است که بین مصرف‌گرایی و رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه رابطه معکوس وجود داشته است. شهروندانی که آگاهی زیست‌محیطی مناسبی داشته‌اند، رفتارهای مصرفی و خرید آنان نیز مسئولانه و «سبز» بوده است و بالعکس. بنی‌فاطمه و حسین‌نژاد (۱۳۹۱) به این نتیجه دست یافته‌اند که بین مصرف‌گرایی با سبک زندگی محیط‌زیستی رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش حاجیلو، یزدخواستی و علیزاده اقدم (۱۳۹۳) نشان‌دهنده این است که بین سبک زندگی مصرفی با شاخص ردپای بوم‌شناختی رابطه مستقیمی وجود دارد. زارع، حبیب‌پور گتایی و عابدینی (۱۳۹۹) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته‌اند که بین میزان مصرف‌گرایی و شهروندی زیست‌محیطی همبستگی معکوس و معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش هنرو، آقایی هیر، علیزاده اقدم و محمدپور (۱۴۰۰) بیانگر این است که متغیر فردگرایی به‌صورت غیرمستقیم از طریق مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی اثر مثبت و معناداری بر ردپای اکولوژیک مصرف دارد. فرهادیان بآبادی، محسنی تبریزی و ازکیا (۱۴۰۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که بین مصرف‌گرایی فرهنگی و رفتارهای زیست‌محیطی رابطه مستقیم و در حد قوی وجود دارد.

در دسته دوم، هان^۳ و ستول^۴ (۲۰۱۳) به این نتیجه رسیده‌اند که نگرانی‌های اخلاقی مصرف‌کنندگان رابطه مستقیم و مثبتی با رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه در آنان دارد. مصرف‌کنندگان بیشتر دنبال کالاهایی هستند که کمترین آسیب را به محیط‌زیست می‌زند. همچنین نتایج پژوهش شیانگ^۵ و همکاران (۲۰۱۹) نشان

1. Wells
2. Kozar
3. Han
4. Stoel
5. Xiang

دهنده این است که افراد دارای جهت‌گیری ارزشی فردگرایانه در مقایسه با افراد دارای جهت‌گیری ارزش جمع‌گرایانه کمتر رفتارهای سازگار و همسو با محیط‌زیست دارند نتایج پژوهش ویدات^۱ و همکاران (۲۰۲۱) نشانگر این است که بین نگرش به مصرف‌گرایی و رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی شهروندان رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. آرین^۲ و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خویش به این نتیجه رسیده‌اند که مصرف‌گرایی بیشتر افراد باعث می‌شود که رفتارهای زیست‌محیطی آنان نیز غیردوستانه و نامسئولانه باشد. در مقابل افرادی که به‌جای مصرف‌گرایی، مولدگرا هستند، رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تری نیز دارند. رستگارخالد، مشکینی و صالحی (۱۳۹۶) در پژوهش خود به این نتیجه دست‌یافته‌اند که رابطه مستقیم و معناداری بین فردگرایی و جمع‌گرایی افقی با شهروندی زیست‌محیطی وجود دارد. نتایج پژوهش آقایاری هیر، هنروو و علیزاده اقدام (۱۳۹۶) بیانگر این است که متغیرهای مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی اثر مثبت و معناداری بر ردپای اکولوژیک مصرف دارد.

بررسی مطالعات تجربی انجام شده نشان‌دهنده این مسئله است که پژوهش‌ها در دو سطح انجام شده‌اند. برخی از پژوهش‌های انجام‌شده مصرف‌گرایی را بدون در نظر گرفتن ابعاد دقیق آن به عنوان یک کنش رفتاری شهروندان در نظر گرفته و تاثیر آن بر رفتارهای زیست‌محیطی را بررسی کرده‌اند. برخی دیگر از پژوهش‌ها ابعاد متغیر مصرف‌گرایی و تاثیر آن‌ها بر رفتارهای زیست‌محیطی را بررسی کرده‌اند. نقد بنیادی که بر پژوهش‌های پیشین وارد است این می‌باشد که بر پژوهش‌های انجام شده در سطح اول نوعی کل‌گرایی حاکم است و بر پژوهش‌های انجام شده در سطح دوم، نوعی تقلیل‌گرایی. در سطح اول، مصرف‌گرایی به عنوان یک متغیر کلی در نظر گرفته شده است و در سطح دوم، مصرف‌گرایی به ابعاد آن تقلیل پیدا کرده است و در هر پژوهشی تنها یک یا چند بعد اصلی بررسی شده است. این امر سبب شده است که نتوان جامعیت کاملی از متغیر مصرف‌گرایی را مدنظر داشت. پژوهش حاضر تلاش کرده است از این کل‌گرایی و تقلیل‌گرایی گذر کند. در این پژوهش تلاش شده است مهمترین و کلیدی‌ترین ابعاد مصرف‌گرایی و تاثیر آن‌ها بر رفتارهای زیست‌محیطی بررسی شود. بر این اساس نه کل‌گرایی سطح اول و غیردقیق‌بودن ابعاد مصرف‌گرایی اتفاق افتاده است و نه تقلیل‌گرایی سطح دوم و بررسی تنها یک یا دو بعد اصلی مصرف‌گرایی.

۲-۲. ادبیات نظری

چارچوب نظری پژوهش حاضر تلفیقی از جامعه‌شناسی رفتارهای زیست‌محیطی و مصرف‌گرایی است. در ادامه هر کدام از این رویکردها مورد بحث قرار می‌گیرد و درنهایت تلاش می‌شود درکی تلفیقی از آن‌ها ارائه شود.

1. Widayat

2. Urien

الف. جامعه‌شناسی رفتارهای زیست‌محیطی

جامعه‌شناسی رفتارهای زیست‌محیطی به دنبال فهم نظری رابطه بین محیط‌زیست و رفتارهای انسانی است و این مسئله را بررسی می‌کند که چه عواملی بر شکل‌دهی به رفتارهای زیست‌محیطی انسان‌ها (مخرب‌بودن یا نبودن) تاثیرگذار است. این دیدگاه‌ها را می‌توان تاثیرپذیر از پارادایم نوین زیست‌محیطی^۱ قلمداد نمود که توسط دانلاپ و ون‌لیر در اواسط دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید. آنان در بررسی‌های خود دریافتند که همراه با ظهور محیط‌زیست‌گرایی، چالش‌هایی برای دیدگاه‌های مردم به‌ویژه در آمریکا و اروپا نسبت به طبیعت و رابطه انسان با آن به وجود آمده است (ملکی، صالحی و کریمی، ۱۳۹۳: ۱۲۴). آن‌ها این چالش را تمایز میان پارادایم پیشین (استثنایی دانستن انسان) و پارادایم بوم‌شناختی جدید مطرح کرده‌اند (هانینگان^۲، ۱۳۹۲: ۴) مفهوم‌سازی آن‌ها در مورد پارادایم نوین زیست‌محیطی حول عقایدی درباره توانایی انسان در به هم ریختن تعادل طبیعت، وجود محدودیت‌هایی برای رشد جوامع انسانی و حق انسان برای حکمرانی بر طبیعت متمرکز است. تحت تأثیر پارادایم نوین زیست‌محیطی دیدگاه‌های نظری مختلفی در زمینه تبیین رفتارهای زیست‌محیطی و ماهیت آن ارائه شده است.

بوردن^۳ و فرانکیس^۴ (۱۹۷۸) در این چارچوب، دیدگاهی تحت عنوان «رفتارهای زیست‌محیطی نوع دوستانه» ارائه داده‌اند که طبق آن سه متغیر اصلی در رفتارهای زیست‌محیطی اهمیت محوری دارند: خودخواهی، جهت‌گیری رقابتی و نیاز شخصی. افرادی که دارای خودخواهی شدید هستند و جهت‌گیری رقابتی در مسائل اجتماعی و زندگی روزمره دارند، رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه کمتری نسبت به افراد دگرخواه و غیررقابتی دارند. همچنین افرادی که نیازهای شخصی خودشان را بهتر می‌توانند برآورده کنند، رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تری دارند. این افراد عموماً دسترسی مناسبی به منابع سرمایه‌ای (مانند زمان، پول، انرژی) دارند و به همین دلیل دغدغه‌های شخصی کمتری داشته، مسائل زیست‌محیطی برایشان مهم‌تر بوده و در نتیجه رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تری دارند. فیتکائو^۵ و کسل^۶ (۱۹۸۱) نیز در همین چارچوب، پنج متغیر را در تعیین رفتارهای زیست‌محیطی مؤثر می‌دانند. اول، نگرش‌ها و ارزش‌های افراد در مورد مسائل زیست‌محیطی است. دوم، امکانات برای رفتار زیست‌محیطی است که شامل عوامل بیرونی، زیربنایی و اقتصادی است که افراد را قادر به در پیش گرفتن رفتارهای زیست‌محیطی می‌سازد یا از تحقق آن ممانعت می‌کند. سوم، مشوق‌های رفتاری است که عموماً عواملی را شامل می‌شود که می‌توانند از رفتارهای زیست‌محیطی حمایت کرده یا آن‌ها را تقویت نماید (مانند مطلوبیت اجتماعی، کیفیت زندگی و پس‌انداز

1. New Environmental Paradigm

2. Hannigan

3. Borden

4. Francis

5. Fietkau

6. Kessel

مالی). چهارم، پیامدهای ادراک شده در مورد رفتارهای زیست محیطی است که بر اساس آن فرد باید درکی مثبت از تداوم یک رفتار زیست محیطی دریافت کند. این بازخورد می تواند درونی باشد (مانند رضایت از انجام کارهای مطلوب) یا بیرونی باشد (مانند نریختن زباله در خیابان، بازیافت خانگی زباله، دریافت پول برای بطری های جمع آوری شده). پنجم، دانش است که در مدل فیتکائو و کسل (۱۹۸۱) بر رفتار زیست محیطی تأثیر مستقیمی ندارد اما می تواند سبب تغییر نگرش ها و ارزش ها شده و از این طریق بر رفتارهای زیست محیطی تأثیر بگذارد (کولموس^۱ و آگریمن^۲، ۲۰۰۲: ۲۴۶).

اولاندر^۳ و توجرسون^۴ (۱۹۹۵) در نظریه خودشان در مورد الگوی چندگانه رفتار زیست محیطی این مسئله را طرح می کنند که در بررسی رفتارهای زیست محیطی افراد باید عوامل انگیزشی، توانمندی و فرصت را به صورت هم زمان در نظر بگیریم. عوامل انگیزشی شامل باورهای افراد به مسائل زیست محیطی (که بر نگرش آنان تأثیرگذار است)، هنجارهای اجتماعی و نگرش (که بر نیت افراد برای در پیش گرفتن یک رفتار زیست محیطی خاص تأثیرگذار است) میباشد. توانمندی مرتبط با دانش و عادت های افراد در مورد مسائل زیست محیطی است. در نهایت هر فرد نیاز به فرصت هایی دارد تا بتواند به رفتارهای زیست محیطی مسئولانه ای داشته باشد. فرصت پیش شرط های عینی برای رفتار زیست محیطی است (پیتکاینن^۵، ۲۰۰۷: ۱۵). بلیک^۶ (۱۹۹۹) این نظریه را طرح می کند که سه عامل در رفتارهای زیست محیطی افراد نقش دارند: فردگرایی، مسئولیت پذیری و عمل گرایی. فردگرایی عواملی را شامل می شود که بر شخص متکی بوده و به نگرش و خلق و خوی وی مرتبط است. وی معتقد است که این موانع در افرادی که نگرانی و دغدغه زیست محیطی چندانی ندارند، تأثیرگذارتر است. این نیازهای شخصی افراد است که رفتارهای زیست محیطی آنان را تعیین می کند. دومین عامل، مسئولیت پذیری است. افرادی که رفتارهای زیست محیطی مناسبی ندارند، احساس می کنند که توان و قدرت تأثیرگذاری بر سیاست ها و موقعیت های زیست محیطی را ندارند و به همین دلیل مسئولیتی نسبت به محیط زیست احساس نمی کنند. وی این مسئله را طرح می کند که فقدان اعتماد نهادی (و به طور کلی سرمایه اجتماعی) سبب رفتارهای زیست محیطی غیرمسئولانه شده است، زیرا افراد به نهادها و دولت ها اعتماد ندارند و سیاست های زیست محیطی آنها را مشکوک ارزیابی می کنند. سومین عامل، عمل گرایی است. عمل گرایی الزامی اجتماعی و نهادی است که افراد را از رفتارهای زیست محیطی بدون توجه به نگرش ها و نیت های آنان بازمی دارد. فقدان زمان، فقدان پول و سرمایه اقتصادی، کمبود اطلاعات و ... از جمله این الزامات هستند (کولموس و آگریمن، ۲۰۰۲: ۲۴۷).

1. Kollmuss

2. Agyeman

3. Ölander

4. Thøgersen

5. Pietikäinen

6. Blake

ب. جامعه‌شناسی مصرف‌گرایی

در مورد مصرف‌گرایی و کارکرد آن دو دیدگاه کاملاً متفاوت وجود دارد. یک دیدگاه که عموماً مرتبط با نظریه‌پردازان کلاسیک جامعه‌شناسی است، مصرف را کنشی ناپسند و در تعارض با کلیت جامعه می‌داند. دیدگاه دوم، مصرف را کنشی رهایی‌بخش قلمداد می‌کند که حتی می‌تواند به تقابل با سرمایه‌داری منجر شود.

زیمل^۱ و وبلن^۲ را می‌توان نماینده قلمداد نمود. دیدگاه زیمل در این زمینه دوجهی است. زیمل (۱۹۷۸: ۲۹۸) می‌گوید که بین فرهنگ عینی و محصولات مادی و غیرمادی انسانی که در دسترس مردم قرار دارند، و موضوعات فرهنگی‌ای که انسان‌ها برای خودشکوفایی در اختیار دارند، شکاف عمیقی وجود دارد. این فرآیند دو وجه دارد که یکی مسرت‌بخش است و دیگری تراژدی. وجه مسرت‌بخش در این است که ما محصولات و کالاهایی را در اختیار داریم که در طول تاریخ، هیچ‌وقت نداشته‌ایم. وجه تراژدی در این است که فرهنگ عینی به‌طور تصاعدی رشد می‌کند، درحالی‌که ظرفیت انسان‌ها برای درک، کاربست و کنترل این محصولات - چیزی که زیمل آن را فرهنگ ذهنی می‌نامد - تنها به‌طور حداقلی افزایش می‌یابد. نتیجه این است که انسان‌ها روز به روز از محصولات و کالاهای خود فاصله بیشتری می‌گیرند و در درک و حتی کنترل این محصولات ناتوان می‌شوند. انسان‌ها در دریایی از محصولات غرق می‌شوند؛ محصولاتی که نیازهایی جعلی در انسان‌ها را شکل داده و از نظرگاه فرهنگ ذهنی بی‌معنا هستند. زیمل از این مسئله تحت عنوان «تراژدی فرهنگ» یاد می‌کند (ریتزر^۳ و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۱۴ - ۴۱۳). هم‌راستا با زیمل، وبلن (۱۹۹۴) بر نیاز انسان‌ها به تمایزگذاری اجتماعی از طریق نمایش کالاهای مصرفی تمرکز می‌کند. طبقه بالا از مصرف تجملی استفاده می‌کند تا خودش را از کسانی که در سلسله‌مراتب اجتماعی پایینی قرار دهند، متمایز کند. درعین‌حال، افرادی که از لحاظ سلسله‌مراتب اجتماعی در موقعیت پایینی قرار دارند، تلاش می‌کنند از کسانی که در سطح بالاتر طبقاتی قرار دارند، تقلید نمایند (عموماً در این تلاش شکست می‌خورند). میل به تقلید منجر به اثر «نشت به پایین» می‌شود که طی آن طبقه بالا نبض مصرفی که در طبقات پایین‌تر انجام می‌شود به دست می‌گیرد. هرگاه طبقات پایین بتوانند با موفقیت به کالاها و محصولات منزلتی طبقه بالادست پیدا کنند، طبقات بالا، آن محصولات و کالاها را رها می‌کنند و کالاهای تازه‌ای برمی‌گزینند تا یک بار دیگر، خودشان را از طبقات پایین جدا کنند. وبلن منتقدِ کردارهای مصرفی طبقه تن‌آسا بود، زیرا برای مهارت‌کاری و تولید، ارزش قائل بود. وبلن (۱۹۹۴) مصرف متظاهرانه را اسراف‌کارانه و بی‌ثمر می‌دانست و معتقد

1. Simmel

2. Veblen

3. Ritzer

4. Trickle down

بود چنین کارهایی هیچ فایده‌ای برای جامعه به‌مثابه یک کل، ندارد. باین‌حال، کار او نمایانگر چرخشی مهم از تحلیل کالاها به‌سوی فهم معنای آن‌ها بود. وبلن بیش از آنکه منحصرأ بر کالاها تمرکز کند، درباره این نظرورزی کرد که چرا طبقه (و منزلت) «ابژه» مهمی برای مصرف هستند. لذا، ما وقتی داریم کالاها را مصرف می‌کنیم، درواقع داریم مضامین رنگارنگی را مصرف می‌کنیم که به طبقه متصل است (ریتزر و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۱۴). بسط نظریات وبلن در زمینه مصرف، مسیر را برای توسعه نظریاتی هموار نمود که به ستایش مصرف می‌پرداختند. این رویکردها عموماً پس‌اساختارگرایانه و پست‌مدرنیستی بودند. برای نمونه دوسرتو^۱ (۱۹۸۴: ۳۴) مصرف‌کنندگان را به‌مثابه «تولیدکنندگان ناشناخته، شاعران سودهای شخصی و پیشروان عقلانیت کارکردی» می‌بیند. وی بر کردارهای زندگی روزمره، به‌ویژه به شیوه ارتباط آن‌ها با مصرف، تمرکز می‌نماید. ایده اصلی وی این است که مصرف‌کنندگان به‌جای آنکه مطیعانه کالاها را مصرفی و خدماتی را مصرف کنند، راه‌های منحصربه‌فردی را بر اساس تناسب آن‌ها با علایق و نیازهای خودشان به کار می‌برند (ریتزر و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۱۵ و ۴۱۶).

ژیل لیپووتسکی^۲ (۱۹۹۴) حتی از دوسرتو و مکتب بیرمنگام هم جلوتر می‌رود. از نظر لیپووتسکی، مصرف و مدگرایی صرفاً فرصتی برای مقاومتی غالباً بی‌هوده نیست، بلکه عرصه خود فردیت است. برخلاف بسیاری از پسامدرن‌ها، لیپووتسکی فردیت را گرایشی دیرپا و غالباً فایده‌مند در فرهنگ غربی می‌بیند. مصرف، مخصوصاً مدگرایی، بیش از آنکه ناشی از سلسله‌مراتب‌های اجتماعی باشد، انعکاسی از این گرایش به فردیت است. مدگرایی را با تعقیب نسبتاً افسارگسیخته غرابت، خیال‌ورزی و تکیه بر ملاحظات شخصی تعریف می‌کند. این آزادی لاجرم با گرایش فردگرایی سکولار برای پایان‌دادن به جهان تغییرناپذیر و ازپیش تعیین‌شده‌ای که اشکال سنتی حفظ‌ظاهر داشتند همراه می‌شود (ریتزر و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۱۶). در تلاشی متفاوت، بوردیو^۳ (۱۳۹۱) معتقد است هرچند کالاها ارزشی کارکردی دارند و ظاهراً به‌منظور تأمین همین کارکردها تولید شده‌اند، اما ضمناً مصرف آن‌ها نشان‌دهنده طبع و سلیقه خاصی نیز هست و بر مبنای چنین شاخصی طبقه‌بندی می‌شوند و مصرف‌کنندگان نیز خود و دیگران را بر همین مبنای طبقه‌بندی می‌کنند. از نظر بوردیو (۱۳۹۱) مهم‌ترین کارکرد مصرف، ایجاد تمایزهای هویتی است. بودریار^۴ (۱۳۹۰) نیز در همین راستا، بر این اعتقاد است که کالاها تنها به خاطر ارزش کارکردیشان مصرف نمی‌شوند، بلکه کالاها امروزه ارزش نشانه‌ای و نمادین دارند. افراد بر اساس ارزش نشانه‌ای کالاها آن‌ها را انتخاب می‌کنند تا خود را به گروه موردنظرشان منتسب کنند و از دیگران متمایز کنند. باکاک^۵ (۱۳۸۱) در همین رویکرد معتقد است کالاها امروزه امکانی برای جلوه‌گری سبک‌های شخصی، تفریح‌ها، هیجان‌ها و گریز از کسالت در کار و

1. De Certeau

2. Lipovetsky

3. Bourdieu

4. Baudrillard

5. Bocoek

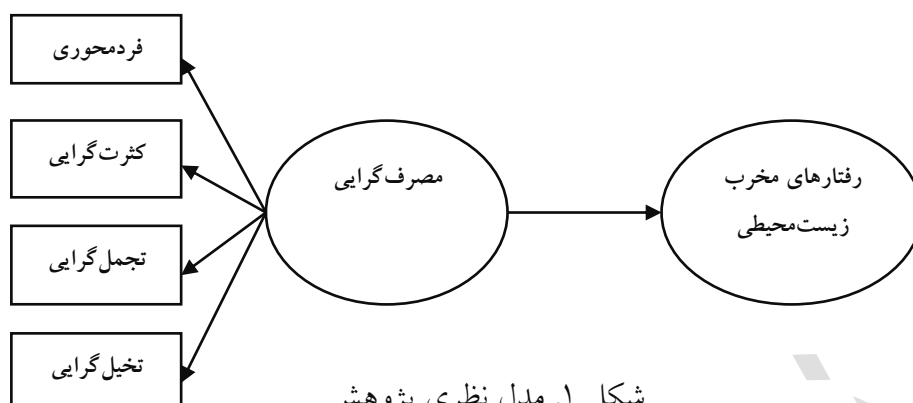
بازی هستند. اسلیتر^۱ و تونکیس^۲ (۱۳۹۴) نیز با تأکید بر ارزش نشانه‌ای کالاها معتقدند مردم از خلال مصرف کالاها، معنایی برای کالاها برمی‌سازند که پیش‌تر سابقه نداشته یا خواسته تولیدکنندگان و بازارسازان نبوده است و بدین ترتیب زمینه‌ای برای تجربه فرهنگی فراهم می‌آید.

ج. مصرف‌گرایی و رفتارهای زیست‌محیطی

همان‌طور که بحث شد، جامعه‌شناسی رفتارهای زیست‌محیطی به دنبال فهم این مسئله است که چه عوامل اجتماعی و فرهنگی، رفتارهای زیست‌محیطی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. مصرف‌گرایی یکی از این عوامل است. مصرف‌گرایی در رویکرد کلاسیک جامعه‌شناسی پدیده‌ای منفی و مخرب محسوب می‌گردد. در این رویکردها، «تولید» اصل است و «مصرف» امری حاشیه‌ای و تا حدود زیادی مخرب محسوب می‌گردد. این نگاه را می‌توان در دیدگاه کسانی مانند مارکس، وبر، زیمل و حتی وبلن نیز مشاهده نمود. بر این اساس، مصرف‌گرایی می‌تواند در تعارض با رفتارهای زیست‌محیطی قرار بگیرد. بدین معنا که مصرف‌گرایی بازنمود فرهنگ سرمایه‌داری است که اساساً با محیط‌زیست‌گرایی در تعارض قرار می‌گیرد. سرمایه‌داری تشویق به مصرف بیشتر می‌کند، درحالی‌که این امر به ضرر محیط‌زیست است و رفتاری مخرب محسوب می‌گردد. فرهنگ مصرف‌گرایی با تشویق بیشتر به مصرف کالاها و محصولات، به محیط‌زیست آسیب می‌رساند و رفتارهای مخرب زیست‌محیطی را تشویق می‌کند. با این وجود، رویکردهای نوین مصرف‌گرایی اعتقاد دارند که مصرف‌گرایی تنها یک پدیده مخرب نیست، بلکه می‌تواند ماهیتی رهایی‌بخش داشته باشد و منبع معنا قلمداد شود. در این رویکردها حتی مصرف‌گرایی می‌تواند سبب مقاومت در برابر سرمایه‌داری گردد. مصرف‌گرایی شاخصی برای معنا، هویت، سبک‌یابی، تمایز و پرستیژ می‌گردد. با وجود تفاوت‌های زیاد بین رویکردهای مختلف فرهنگ مصرف‌گرایی، به نظر می‌رسد مصرف‌گرایی در رویکرد نوین نیز در تعارض با محیط‌زیست‌گرایی قرار داشته باشد. هرچند مصرف‌گرایی می‌تواند هویت‌بخش باشد و حتی در تعارض با منطق سرمایه‌داری (در رویکرد کسانی مانند دوسرتو) قرار بگیرد، اما در نهایت مصرف‌گرایی احتمالاً سبب تقویت رفتارهای مخرب زیست‌محیطی در افراد می‌شود.

1. Slater

2. Tonkiss



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

- مصرف‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی تأثیر دارد.
- جنسیت اثر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی را تعدیل می‌کند.
- سطح توسعه‌یافتگی مناطق اثر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی را

تعدیل می‌کند.

۳. چارچوب روش‌شناختی

روش پژوهش حاضر پیمایش به‌عنوان یکی از روش‌های اصلی رویکرد کمی است. طرح پیمایشی با مطالعه یک نمونه از جامعه، از روندها، نگرش‌ها یا عقاید و باورهای آن جامعه توصیفی کمی یا عددی فراهم می‌کند. پژوهش‌گر نتایج حاصل از نمونه را به کل جامعه تعمیم می‌دهد یا درباره کل جامعه استنتاج می‌کند (کرسول، ۱۳۹۱: ۲۵۳). شایان ذکر است این مطالعه از حیث معیار کاربرد، کاربردی و از لحاظ معیار زمان مقطعی است. جامعه آماری پژوهش افراد ۱۸ تا ۳۵ ساله شهر تهران در زمان مطالعه هستند که طبق آمار مربوط به سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ تعداد آن‌ها ۵۸۲۲۵۸ بوده است. از این تعداد ۴۵۳ نفر با استفاده از نرم‌افزار Spss Sample Power و با توجه به معیارهایی از جمله درصد خطا (۵ درصد)، توان آزمون (بالای ۸۰ درصد)، حجم اثر شاخص ضریب تعیین (کمتر از ۵ درصد) و تعداد متغیرهای درگیر در تحلیل به‌عنوان نمونه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری سهمیه‌ای است. بر حسب متغیرهایی از جمله منطقه، سن، جنس و ... به افراد مورد مطالعه نمونه اختصاص داده شد. قابل ذکر است یکی از معیارهای اصلی اختصاص نمونه در این پژوهش سطح توسعه‌یافتگی مناطق بوده است. درواقع میرزایی، احمدی و لرستانی (۱۳۹۴) بر حسب مجموعه‌ای از شاخص‌ها در زمینه‌های

مختلف اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، فرهنگی و خدماتی و تفریحی مناطق شهر تهران را به شرح جدول زیر دسته‌بندی کرده‌اند. این جدول مبنای اصلی اختصاص نمونه‌های مورد مطالعه در پژوهش حاضر بوده است.

جدول ۲. خوشه‌بندی مناطق کلان‌شهر در عامل‌های تلفیقی

مأخذ: تلخیص از میرزایی و همکاران، ۱۳۹۴

شرح	منطقه	درصد
فرا توسعه یافته	۶	۵
توسعه یافته رو به بالا	۷،۲،۱،۳	۱۸
نیمه برخوردار	۱۳،۴،۵،۱۱	۱۸
توسعه یافته رو به پایین	۲۲،۲۱،۲۰،۱۹،۱۸،۱۶،۱۵،۱۴،۱۲،۱۰،۹،۸	۵۵
منطقه محروم	۱۷	۵

از بین هر یک از خوشه‌های جدول ۲ یک منطقه به‌عنوان نمونه انتخاب و به شرح جدول زیر به آن نمونه اختصاص داده شده است:

جدول ۲. حجم جمعیت ۱۸ تا ۳۵ سال و نمونه آماری مناطق مورد مطالعه

مأخذ: سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵

منطقه	سطح توسعه یافتگی	جمعیت	حجم نمونه
دو	توسعه یافته	۲۱۶۷۷۶	۱۶۹
شش	فرا توسعه یافته	۸۴۸۶۶	۶۶
ده	کمتر توسعه یافته	۱۱۰۸۵۶	۸۶
سیزده	نیمه برخوردار	۷۷۶۵۶	۶۰
هفده	محروم	۹۲۱۰۴	۷۲

۳-۱. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

متغیرهای اصلی پژوهش حاضر شامل مصرف‌گرایی به‌عنوان متغیر مستقل و رفتار مخرب زیست‌محیطی به‌عنوان متغیر وابسته پژوهش است. تعریف مفهومی و عملیاتی این متغیرها به شرح زیر است:

۳-۱-۱. مصرف‌گرایی: کاربریل و لانگ^۱ (۱۹۹۵) بر این عقیده‌اند که مصرف‌گرایی به زندگی‌ای اشاره دارد که در حد وسیعی با مصرف عجین شده است. مایلس^۲ (۱۹۹۸) مصرف‌گرایی را وجوه فرهنگی عمل شایع مصرف تعریف کرده است (علیخواه، ۱۳۸۶: ۲۳۳). گدازگر^۳ برای مصرف‌گرایی چهار بعد فرد محوری، کثرت‌گرایی، لذت‌گرایی و تخیل‌گرایی در نظر گرفته است (گدازگر، ۲۰۰۷: ۳۸۹-۴۱۸). بر این اساس در

1. Gabriel. & Lang

2. Miles

3. Godazgar

پژوهش حاضر متغیر مصرف‌گرایی در راستای چهار بعد فردمحوری، کثرت‌گرایی، لذت و تجمل‌گرایی و تحلیل‌گرایی و با استفاده از ۲۱ گویه در قالب طیف لیکرت و یک مقیاس پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) سنجش شده است. در واقع مخالفت با این گویه‌ها نشان‌دهنده میزان مصرف‌گرایی پایین و موافقت با آن‌ها بیانگر مصرف‌گرایی بالاست.

۲-۱-۳. رفتار زیست‌محیطی: رفتار زیست‌محیطی^۱ بیانگر کنش ارادی فرد، یا گروه است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به تغییراتی در محیط‌زیست منجر می‌شود یا اینکه برای محیط‌زیست مفید یا مضر است (استرن، ۲۰۰۰ نقل از حمایت‌خواه جهرمی، ارشاد، دانش و قربانی، ۱۳۹۶: ۱۴). برای سنجش متغیر رفتار زیست‌محیطی در این پژوهش، رفتارهایی مدنظر است که برای محیط‌زیست مضر است یا به‌عبارت‌دیگر منجر به تخریب محیط‌زیست می‌شوند؛ از جمله این رفتارها می‌توان به مواردی شامل رها کردن زباله‌های در جنگل، ساحل و ...، تبدیل یک باغ به سینما، یادگاری نوشتن روی درخت، روشن کردن آتش در جنگل و ... در واقع برای سنجش این مفهوم از ۱۰ گویه در قالب طیف لیکرت و یک مقیاس پنج گزینه‌ای کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) استفاده گردید.

جدول (۳). دامنه تغییرات متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه	حداقل نمره	حداکثر نمره	حد متوسط
مصرف‌گرایی	۲۱	۱	۵	۳
رفتار زیست‌محیطی	۱۰	۱	۵	

کسب نمره نزدیک به مقدار ۵ نشان‌دهنده رفتار غیرمسئولانه در قبال محیط‌زیست و کسب نمره نزدیک به مقدار یک بیانگر رفتار محیط‌گرایانه یا مسئولانه در قبال محیط‌زیست بوده است.

۲-۳. اعتبار و پایایی

به‌منظور واری اعتبار ابزار سنجش پژوهش (پرسشنامه) متغیرهای پژوهش (مصرف‌گرایی و رفتار زیست‌محیطی) از روش اعتبار محتوا (اعتبار صوری) و اعتبار سازه (رویکرد تحلیل عاملی تأییدی) و شاخص‌های مرتبط با این رویکرد شامل اعتبار همگرا^۲ (شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده)^۳ و اعتبار ممیز^۴ (بارهای

1. Environmental behavior

2. Convergent Validity

3. Average Variance Extracted

4. Discriminant Validity

عاملی متقاطع^۱، معیار فورنل و لارکر^۲ و شاخص خصیصه متفاوت - خصیصه یکسان^۳ استفاده شده است. برای سنجش پایایی ابزار سنجش متغیرهای پژوهش نیز از شاخص ضریب آلفای کرنباخ^۴ استفاده شد.

جدول (۴). برآورد مقادیر مرتبط با شاخص AVE و ضریب آلفای کرنباخ

متغیر	ابعاد	AVE	ضریب آلفای کرنباخ
مصرف‌گرایی	فردمحوری	۰/۵۲	۰/۷۲
	کثرت‌گرایی	۰/۵۰	۰/۷۰
	لذت و تجمل‌گرایی	۰/۵۱	۰/۸۱
	تخیل‌گرایی	۰/۵۰	۰/۸۰
رفتار زیست‌محیطی	-	۰/۵۰	۰/۸۶

مقادیر مربوط به شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده (AVE) دلالت بر مطلوبیت اعتبار همگرایی ابزار سنجش متغیرهای پژوهش دارد. مقادیر ضریب آلفای کرنباخ نیز گویای دقت اندازه‌گیری ابزار سنجش یا به عبارت دیگر پایا بودن ابزار این متغیرهاست.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. یافته‌های توصیفی

برحسب متغیر جنس توزیع نمونه آماری پژوهش نشان‌دهنده این است که ۳۶/۹ درصد از نمونه آماری پژوهش را زنان و ۶۳/۱ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. حداقل سن نمونه آماری پژوهش ۱۸ و حداکثر ۳۵ سال و میانگین سن آن‌ها ۲۳ سال است. برحسب متغیر تحصیلات توزیع نمونه آماری گویای این است که ۰/۲ درصد از نمونه آماری پژوهش بی‌سواد هستند. ۱۳/۷ درصد دارای تحصیلات زیردیپلم، ۳۵/۴ درصد دیپلم، ۱۰ درصد فوق‌دیپلم، ۲۷/۹ درصد کارشناسی، ۱۰/۸ درصد کارشناسی‌ارشد و ۲ درصد دارای تحصیلات دکتری هستند. برحسب منطقه سکونت نیز ۳۷/۵ درصد از نمونه آماری پژوهش ساکن منطقه دو، ۱۴/۶ درصد منطقه شش، ۱۳/۲ درصد منطقه ده، ۱۹ درصد منطقه سیزده و ۱۵/۷ درصد ساکن منطقه هفده بودند.

1. Cross Loadings

2. Fornell and Larcker

3. Hetero-Trait Mono-Trait Ratio

4. Cronbach's Alpha

جدول (۵). توصیف متغیرهای پژوهش با استفاده از شاخص‌های توصیفی

شاخص					متغیر
کشیدگی	کجی	واریانس	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۳	-۰/۰۸	۰/۳۴	۰/۵۸	۳/۲۵	مصرف‌گرایی
-۰/۲۸	۰/۶۵	۰/۵۳	۰/۷۳	۲/۱۸	رفتار زیست‌محیطی

مقادیر جدول بالا نشان‌دهنده این است: الف. میانگین متغیر مستقل پژوهش (مصرف‌گرایی) بالاتر از حد متوسط است. به این معنا که مصرف‌گرایی افراد مورد مطالعه در وضعیت نسبتاً نامطلوبی قرار دارد. ب. در خصوص متغیر وابسته پژوهش میانگین متغیر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی پایین‌تر از حد متوسط برآورد شده است. بنابراین می‌توان گفت این متغیر در بین نمونه آماری پژوهش وضعیت نسبتاً مطلوبی دارد.

۲-۴. یافته‌های استنباطی

این قسمت به‌طور مشخص به آزمون فرضیه پژوهش یا به عبارت دقیق‌تر برازش مدل تجربی پژوهش اختصاص دارد. برای آزمون فرضیه پژوهش و برازش مدل تجربی از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور استفاده گردید.

جدول (۶). برآورد مقادیر همبستگی رابطه بین متغیر مصرف‌گرایی و رفتارهای زیست‌محیطی

رفتار زیست‌محیطی			متغیر
حجم نمونه	Sig	ضریب پیرسون	
۴۵۳	۰/۰۰۱	۰/۳۸	مصرف‌گرایی
	۰/۰۰۱	۰/۲۴	فردمحوری
	۰/۰۰۱	۰/۲۲	کثرت‌گرایی
	۰/۰۰۱	۰/۳۴	لذت و تجمل‌گرایی
	۰/۰۰۱	۰/۳۲	تخیل‌گرایی

برآورد مقادیر مربوط به ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا بیانگر این است که بین متغیر مصرف‌گرایی و ابعاد آن با متغیر رفتار مخرب زیست‌محیطی رابطه معناداری وجود دارد ($\text{Sig} > ۰/۰۵$). با توجه به مقادیر مربوط به ضریب پیرسون می‌توان گفت رابطه بین مصرف‌گرایی و ابعاد تجمل‌گرایی و تخیل‌گرایی با رفتار زیست‌محیطی مستقیم و در حد متوسط و رابطه ابعاد فردمحوری و کثرت‌گرایی با رفتار زیست‌محیطی مستقیم و در حد ضعیف برآورد شده است. در واقع می‌توان گفت در بین بخش قابل توجهی از جامعه آماری پژوهش بین مصرف‌گرایی و رفتار زیست‌محیطی رابطه مستقیمی وجود دارد. به این معنا که با افزایش مصرف‌گرایی رفتار مخرب زیست‌محیطی نیز تقویت می‌شود و برعکس.

فرضیه (۱). مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی تأثیر دارد.

به منظور آزمون این فرضیه از رگرسیون خطی استفاده شد. برآوردهای مربوطه در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۷). برآورد مقادیر رگرسیون مربوط به اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی

Model Summary					
مدل	R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار	
	۰/۳۸	۰/۱۵	۰/۱۵	۰/۶۷	
ANOVA					
مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
رگرسیون	۳۵/۴۲	۱	۳۵/۴۲	۷۸/۵۶	۰/۰۰۱
باقیمانده	۲۰۳/۳۶	۴۵۱	۰/۴۵		
کل	۲۳۸/۷۷	۴۵۲	-		
Coefficients					
مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	T	Sig
	B	α	Beta		
مصرف‌گرایی	۰/۴۸		۰/۳۸	۸/۸۶	۰/۰۰۱

بر مبنای مقادیر جدول بالا؛ الف. ضریب تعیین برابر با $(R^2 = ۱۵)$ است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار متوسط است. به بیان دیگر متغیر مصرف‌گرایی در حد متوسط توان تبیین واریانس متغیر رفتار مخرب زیست‌محیطی را دارد. ب. اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار زیست‌محیطی برابر با مقدار $(Beta = ۰/۳۸)$ و در سطح $(P \leq ۰/۰۵)$ معنادار است. در واقع با توجه به مقدار ضریب می‌توان گفت این اثر مستقیم و در حد متوسط برآورد می‌شود. به این معنا که در بین بخش نسبتاً زیادی از جامعه آماری پژوهش افزایش مصرف‌گرایی می‌تواند منجر به تقویت رفتارهای تخریبی زیست‌محیطی شود. در ادامه اثر ابعاد متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی به تفکیک با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری برآزش شده است.

جدول (۸). برآورد اثر ابعاد متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی

Model Summary					
مدل	R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار	
	۰/۳۹	۰/۱۵	۰/۱۴	۰/۶۷	
ANOVA					
مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
رگرسیون	۳۵/۷۵	۴	۸/۹۴	۱۹/۷۲	۰/۰۰۱
باقیمانده	۲۰۳/۰۳	۴۴۸	۰/۴۵		
کل	۲۳۸/۷۹	۴۵۲	-		
Coefficients					
مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	T	Sig
	B	α	Beta		

۰/۰۱	۲/۴۳	۰/۱۲	۰/۰۴	۰/۱۰	۰/۵۷۸	فردمحوری
۰/۰۶۰	۱/۸۸	۰/۰۹	۰/۰۵	۰/۱۰		کثرت‌گرایی
۰/۰۱۸	۲/۳۶	۰/۱۵	۰/۰۶	۰/۱۴		لذت و تجمل‌گرایی
۰/۰۰۶	۲/۷۸	۰/۱۶	۰/۰۵	۰/۱۵		تخیل‌گرایی

بر مبنای مقادیر جدول بالا؛ الف. ضریب تعیین برابر با ($R^2 = ۰/۱۵$) است. به بیان دیگر ابعاد متغیر مصرف‌گرایی در مجموع ۱۵ درصد از واریانس متغیر رفتار مخرب زیست‌محیطی را تبیین می‌کنند. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در حد متوسط برآورد می‌شود. ب. اثر ابعاد فردمحوری، لذت و تجمل‌گرایی و تخیل‌گرایی بر رفتار زیست‌محیطی به ترتیب برابر با ($۰/۱۲$ ، $۰/۱۵$ ، $۰/۱۶$) و در سطح ($P \leq ۰/۰۵$) معنادار است. با توجه به مقادیر ضریب تأثیر می‌توان گفت اثر این ابعاد مستقیم و در حد متوسط به پایین است. در واقع در بین بخش کمی از جامعه آماری پژوهش تقویت این ابعاد منجر به تقویت رفتار تخریبی زیست‌محیطی می‌شود. ج. اثر بعد کثرت‌گرایی بر رفتار زیست‌محیطی برابر با ($۰/۰۹$) و در سطح ($P \leq ۰/۰۵$) معنادار نیست. در واقع مقدار اثر ضعیف این بعد بر رفتار مخرب زیست‌محیطی در نمونه آماری پژوهش ناشی از تصادف یا خطای نمونه‌گیری برآورد می‌شود و با اطمینان ۹۵ درصد قابلیت تعمیم به جامعه آماری پژوهش را ندارد.

فرضیه (۲). اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی بر حسب جنس تعدیل می‌شود. به منظور آزمون فرضیه بالا از رگرسیون خطی استفاده شد. برآوردهای مربوط به تحلیل رگرسیون در جداول زیر گزارش شده است:

جدول (۹). برآورد رگرسیون خطی اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی با تعدیل‌گری جنسیت

Model Summary					
خطای معیار	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	R	زن	مدل
۰/۵۸	۰/۲۰	۰/۲۱	۰/۴۵		
۰/۶۹	۰/۱۲	۰/۱۱	۰/۳۴	مرد	
ANOVA					
Sig	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۱	۴۲/۳۷	۱۴/۱۵	۱	۱۴/۱۵	رگرسیون
		۰/۳۳	۱۶۳	۵۴/۴۳	باقیمانده
		-	۱۶۴	۶۸/۵۷	کل
۰/۰۰۱	۳۶/۴۱	۱۷/۴۰	۱	۱۷/۴۰	رگرسیون
		۰/۴۸	۲۸۰	۱۳۳/۷۸	باقیمانده
		-	۲۸۱	۱۵۱/۱۸	کل
Coefficients					
مدل	ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد	T	Sig	برآورد خودگردان

حد بالا	حد پایین			Beta	خطای معیار	B	α		
۰/۶۶	۰/۳۴	۰/۰۰	۶/۵۱	۰/۴۵	۰/۰۷	۰/۴۹	۰/۴۰	مصرف‌گرایی	زن
۰/۵۸	۰/۲۹	۰/۰۰	۶/۰۳	۰/۳۴	۰/۰۷	۰/۴۳	۰/۸۷		مرد

برحسب مقادیر جدول بالا؛ الف. ضریب تعیین مربوط به تأثیر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست- محیطی در بین زنان و مردان به ترتیب (۰/۲۱، $R^2 = ۰/۱۲$) است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در بین زنان در حد متوسط و در بین مردان در حد ضعیف برآورد می‌شود. به بیان دیگر متغیر مصرف‌گرایی در بین زنان در حد متوسط و در بین مردان در حد ضعیف توان تبیین واریانس متغیر رفتار مخرب زیست‌محیطی را دارد. ب. اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست محیطی در بین دو گروه زنان و مردان به ترتیب برابر با مقدار (Beta = ۰/۳۴، ۰/۴۵) و در سطح (۰/۰۵) $\leq P$ معنادار است. بنابراین با توجه به مقادیر ضریب تأثیر می‌توان گفت اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی در بین زنان مستقیم و در حد متوسط است. به این معنا که در بین بخشی قابل توجهی از جامعه آماری زنان افزایش مصرف‌گرایی می‌تواند منجر به تقویت رفتار مخرب زیست‌محیطی شود. این اثر در بین مردان مستقیم و در حد ضعیف است. بنابراین می‌توان گفت در بین بخش کمی از جامعه آماری مردان افزایش مصرف‌گرایی می‌تواند منجر به تقویت رفتار مخرب زیست‌محیطی شود. باین حال با توجه به حد بالا و پایین برآورد خودگردان برای زنان (۰/۶۶ - ۰/۳۴) و برای مردان (۰/۵۸ - ۰/۲۹) و همپوشانی این دو با هم تفاوت معناداری بین زنان و مردان به لحاظ اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست- محیطی وجود ندارد. در واقع متغیر جنسیت اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی را تعدیل نمی‌کند.

فرضیه (۳). اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی بر حسب سطح توسعه‌یافتگی مناطق تعدیل می‌شود.

به منظور آزمون فرضیه بالا از رگرسیون خطی استفاده شد. برآوردهای مربوط به تحلیل رگرسیون در جداول زیر گزارش شده است:

جدول (۱۰). برآورد رگرسیون خطی اثر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی با تعدیل‌گری سطح توسعه‌یافتگی

Model Summary					
خطای معیار	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	R		
۰/۶۵	۰/۲۲	۰/۲۳	۰/۴۸	فرا توسعه یافته	مدل
۰/۶۴	۰/۱۴	۰/۱۴	۰/۳۸	توسعه یافته	
۰/۷۲	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۱۷	کمتر توسعه یافته	
۰/۶۶	۰/۰۹	۰/۱۰	۰/۳۲	نیمه برخوردار	
۰/۶۸	۰/۳۱	۰/۳۲	۰/۵۷	محروم	

ANOVA						
Sig	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل	
۰/۰۰۱	۱۸/۹۸	۸/۱۷	۱	۸/۱۷	رگرسیون	فرا توسعه یافته
		۰/۴۳	۶۴	۲۷/۵۴	باقیمانده	
		-	۶۵	۳۵/۷۱	کل	
۰/۰۰۱	۲۸/۲۶	۱۱/۸۰	۱	۱۱/۸۰	رگرسیون	توسعه یافته
		۰/۴۲	۱۶۸	۷۰/۱۷	باقیمانده	
		-	۱۶۹	۸۱/۹۸	کل	
۰/۱۹۷	۱/۷۰	۰/۸۸	۱	۰/۸۸	رگرسیون	کمتر توسعه یافته
		۰/۵۲	۵۸	۲۹/۹۹	باقیمانده	
		-	۵۹	۳۰/۸۷	کل	
۰/۰۰۳	۹/۳۳	۴/۰۶	۱	۴/۰۶	رگرسیون	نیمه برخوردار
		۰/۴۳	۸۴	۳۶/۵۸	باقیمانده	
		-	۸۵	۴۰/۶۴	کل	
۰/۰۰۱	۳۲/۷۸	۱۵/۱۳	۱	۱۵/۱۳	رگرسیون	محروم
		۰/۴۶	۶۹	۳۱/۸۵	باقیمانده	
		-	۷۰	۴۶/۹۹	کل	

Coefficients								
برآورد خودگردان		Sig	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد			مدل
حد بالا	حد پایین			Beta	خطای معیار	B	α	
۰/۷۹	۰/۳۱	۰/۰۰۱	۴/۳۶	۰/۴۸	۰/۱۳	۰/۵۷	۰/۴۴	فرا توسعه یافته
۰/۶۵	۰/۳۱	۰/۰۰۱	۵/۳۲	۰/۳۸	۰/۰۹	۰/۴۸	۰/۵۹	توسعه یافته
۰/۵۶	-۰/۱۱	۰/۱۹۷	۱/۳۰	۰/۱۷	۰/۱۶	۰/۲۱	۱/۴۷	کمتر توسعه یافته
۰/۵۵	۰/۱۵	۰/۰۰۳	۳/۰۵	۰/۳۲	۰/۱۲	۰/۳۵	۰/۹۲	نیمه برخوردار
۰/۹۸	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۵/۷۲	۰/۵۷	۰/۱۵	۰/۸۶	-۰/۵۸	محروم

بر حسب مقادیر جدول بالا؛ الف. ضریب تعیین مربوط به تأثیر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست محیطی در مناطق مورد مطالعه به ترتیب برابر با مقادیر (۰/۳۲، ۰/۱۰، ۰/۰۳، ۰/۱۴، ۰/۲۳) R^2 برآورد شده است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقادیر در بین مناطق فراتوسعه‌یافته و توسعه‌یافته متوسط، در بین مناطق کمتر توسعه‌یافته و نیمه‌برخوردار در حد ضعیف و در منطقه محروم بزرگ برآورد می‌شود. در واقع متغیر مصرف‌گرایی در مناطق توسعه‌یافته و فراتوسعه‌یافته در حد متوسط، در مناطق کمتر توسعه‌یافته و نیمه‌برخوردار در حد ضعیف و در منطقه محروم در حد بالا توان تبیین واریانس متغیر رفتار مخرب زیست‌محیطی را دارد. ب. اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی در مناطق مختلف به ترتیب برابر با مقادیر (۰/۵۷، ۰/۳۲، ۰/۱۷، ۰/۳۸، ۰/۴۸) $Beta$ و در همه مناطق به جز منطقه

کمتر توسعه یافته در سطح ($P \leq 0/05$) معنادار است. بر این اساس بر مبنای ضرایب تأثیر می توان گفت در مناطق توسعه یافته، و نیمه برخوردار در بین بخش کمی از جامعه، در منطقه فراتوسعه یافته در بین بخش قابل توجهی و در منطقه محروم در بین بخش زیادی از جامعه آماری پژوهش افزایش مصرف گرایبی می تواند منجر به تقویت رفتار مخرب زیست محیطی شود. در خصوص تعدیل گری متغیر سطح توسعه یافتگی مناطق نیز باید گفت علی رغم تفاوت بین مناطق به لحاظ ضرایب تأثیر مصرف گرایبی بر رفتار مخرب زیست محیطی با توجه به حد بالا و پایین برآورد خودگردان مربوط به این ضرایب و همپوشانی این مقادیر تفاوت معناداری بین مناطق به لحاظ تأثیرگذاری مصرف گرایبی بر رفتار مخرب زیست محیطی وجود ندارد. در واقع سطح توسعه یافتگی مناطق اثر مصرف گرایبی بر رفتار مخرب زیست محیطی را تعدیل نمی کند.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر فرهنگ مصرف گرایبی بر رفتارهای مخرب زیست محیطی در میان جوانان شهر تهران پرداخت. مسائل زیست محیطی در جهان نوین برخلاف جهان سنتی عموماً ریشه در رفتارهای انسانی دارد. رفتارهای مخرب زیست محیطی هرچند عموماً در سطح خرد اتفاق می افتند اما پیامدهای کلان دارند و محیط زیست را می تواند به خطر بیندازند. عوامل مختلفی در شکل گیری رفتارهای مخرب زیست محیطی تأثیرگذار است که به نظر فرهنگ مصرف گرایبی یکی از بارزترین آنها است. مصرف گرایبی محصول تعامل مدرنیته و سرمایه داری است. مصرف گرایبی تنها پدیده ای اقتصادی نیست، بلکه دارای عناصر هویت بخش و معنایی نیز می باشد؛ مسئله ای که در رویکردهای نظری متأخر در زمینه مصرف گرایبی مورد تأکید قرار گرفته است. به هر حال، فرضیه بنیادی پژوهش حاضر این بود که مصرف گرایبی باعث افزایش رفتارهای مخرب زیست محیطی در میان جوانان می شود؛ فرضیه ای که بیشتر نظریات موجود در زمینه جامعه شناسی رفتارهای زیست محیطی و جامعه شناسی مصرف بر آن تأکید می کنند. نتایج پژوهش بیانگر این بود که میانگین مصرف گرایبی در میان جوانان شهر تهران بالاتر از متوسط است. این مسئله با لحاظ الزامات زندگی در کلان شهر تهران و مواجهه بیشتر شهروندان با عناصر و ابعاد مصرف گرایبی طبیعی به نظر می رسد. در مقابل، میانگین رفتارهای مخرب زیست محیطی در میان جوانان شهر تهران پایین تر از حد متوسط برآورد شده است که این مسئله نشان از اهمیت مسائل زیست محیطی برای شهروندان تهرانی است. زندگی در کلان شهرها انگیزه شهروندان برای تمایز بخشی خودشان را بیشتر می کند. به دلیل تضعیف پیوندهای سنتی از یک طرف و تغییر منابع هویت بخش و تمایز بخش، شهروندان بیشتر از اینکه دنبال هویت یابی بر اساس منابع سرمایه ای خودشان باشند، دنبال هویت یابی بر اساس شیوه مصرف و سبک تمایز بخش مصرف هستند. این مسئله سبب می شود که فرهنگ مصرف گرایبی در بین آنان تقویت شود. در مقابل، سطح آگاهی و دانش زیست محیطی در کلان شهرهایی مانند تهران به دلیل دسترسی بالاتر به منابع آگاهی بخش بالاتر است. در کنار این مسئله به نظر می رسد رفتار زیست محیطی مسئولانه در حال تبدیل شدن به بخشی از منابع هویت یابی شهروندان در

کلان‌شهرهایی مانند تهران است. آنان با نمایش رفتار زیست‌محیطی مسئولانه، خودشان را از دیگران متمایز کرده و نشان می‌دهند که تعلق هویتی بالاتری دارند. این مسئله به ویژه در میان نسل جوان که ماهیتی جهانی‌تر دارد و آشنایی بیشتری با مسائل و دغدغه‌های زیست‌محیطی دارد بیشتر به چشم می‌خورد.

مسئله مهم این است که آیا فرهنگ مصرف‌گرایی لزوماً منجر به رفتارهای زیست‌محیطی مخرب می‌شود یا نه. در بررسی رابطه بین این دو متغیر (مصرف‌گرایی و رفتارهای مخرب زیست‌محیطی) نتایج نشان از این داشت که رابطه معناداری بین این دو متغیر وجود دارد. این مسئله در مورد ابعاد چهارگانه مصرف‌گرایی نیز صادق است. بر این اساس می‌توان گفت با افزایش مصرف‌گرایی رفتارهای مخرب زیست‌محیطی در میان جوانان شهر تهران نیز تقویت می‌شود و برعکس. بررسی تأثیرگذاری مصرف‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی نیز نشان از این دارد این تأثیرگذاری در حد متوسط و معنادار است. در واقع می‌توان گفت که در بین بخش زیادی از افراد مورد بررسی افزایش مصرف‌گرایی می‌تواند منجر به تقویت رفتارهای تخریبی زیست‌محیطی شود. بر این اساس می‌توان گفت که فرهنگ مصرف‌گرایی تأثیری مستقیم بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی دارد. هرچند رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه شهروندان تهرانی در حد مناسبی قرار دارد، اما فرهنگ مصرف‌گرایی بالا که عاملی مهم در تخریب محیط‌زیست در عرصه عینی محسوب می‌شود، سبب شده است که رفتارهای زیست‌محیطی آنان نیز تحت تأثیر قرار بگیرد. در واقع، هر چه فرهنگ مصرف‌گرایی بالاتر باشد، رفتارهای زیست‌محیطی نیز مخرب‌تر می‌شود. این مسئله احتمالاً بدین دلیل است که شهروندان تهرانی بیشتر از اینکه رفتارهای عینی و واقعی مسئولانه داشته باشند، دانش و آگاهی زیست‌محیطی دارند. در واقع، آگاهی و دانش زیست‌محیطی سبب شده است که آنان به اهمیت محوری رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه پی ببرند، اما فرهنگ مصرف‌گرایی بالا مانع از آن شده است که بتوانند در عرصه واقعی نیز رفتارهای زیست‌محیطی مخرب کمتری داشته باشند. بنابراین می‌توان گفت که شهروندانی که فرهنگ مصرف‌گرایی پایین‌تری دارند، بیشتر توانسته‌اند دانش و آگاهی زیست‌محیطی خودشان را در عرصه عمل و در رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه عینیت ببخشند. این نتیجه در راستای یافته‌های ولس و همکاران (۲۰۱۱) است. آنان معتقدند که آگاهی و دانش مصرف‌کنندگان از پیامدهای زیست‌محیطی مصرف خودشان سبب می‌شود که رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تری داشته باشند.

بررسی تأثیر ابعاد مختلف مصرف‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی بیانگر این بود که ابعاد چهارگانه متغیر مصرف‌گرایی در حد متوسط واریانس متغیر رفتار زیست‌محیطی را تبیین می‌کند. اثر ابعاد فردمحوری، لذت و تجمل‌گرایی و تخیل‌گرایی بر رفتار زیست‌محیطی معنادار و در حد متوسط رو به پایین است، اما اثر بعد کثرت‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی معنادار نیست. این نتایج در راستای نتایج بیشتر پژوهش‌های انجام شده پیشین است. کوزار و همکاران (۲۰۱۳)، ویدات و همکاران (۲۰۲۱)، رستگار خالد و همکاران (۱۳۹۶)، هنرور، آقاییاری هیر، علیزاده اقدم و محمدپور (۱۴۰۰) از جمله این پژوهش‌ها هستند که

نتایج عمومی آن‌ها نشانگر تأثیرگذاری مصرف‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی است. کوزار و همکاران (۲۰۱۳) معتقدند که بین مصرف‌گرایی و رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه رابطه معکوس وجود داشته است. ویدات و همکاران (۲۰۲۱) نیز معتقدند که بین نگرش به مصرف‌گرایی و رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی شهروندان رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. این امر نشان از نقش آگاهی و دانش زیست‌محیطی در رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه دارد. بخشی از این آگاهی زیست‌محیطی مستقیماً بر فرهنگ مصرف‌گرایی تأثیرگذار است. در واقع، آگاهی و دانش زیست‌محیطی سبب می‌شود که افراد بر پیامدهای منفی زیست‌محیطی مصرف‌گرایی خودشان آگاه شوند که همین امر در نهایت، رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تر آنان را به دنبال خواهد داشت. در بین ابعاد فرهنگ مصرف‌گرایی، فردمحوری بیش از همه در جهان نوین نمود دارد. در واقع، فرهنگ مصرف‌گرایی عموماً در اثر فردمحوری بروز پیدا می‌کند. فردمحوری به نوعی دیگر ابعاد فرهنگ مصرف‌گرایی مانند لذت، تجمل‌گرایی و تخیل‌گرایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این ابعاد نیز به نوعی رد پای فردمحوری را می‌توان مشاهده نمود. به هر حال، بر مبنای نتایج پژوهش، فردمحوری تأثیری معنادار بر رفتارهای زیست‌محیطی دارد و سبب افزایش رفتارهای زیست‌محیطی مخرب می‌شود. این مسئله در راستای نتایج رستگارخالد، مشکینی و صالحی (۱۳۹۶) است. آنان معتقدند بین فردگرایی و جمع‌گرایی افقی با شهروندی زیست‌محیطی رابطه معناداری وجود دارد.

به طور کلی سه بعد از متغیر فرهنگ مصرف‌گرایی بر رفتارهای مخرب زیست‌محیطی تأثیر مستقیم و معناداری دارند و تنها بعد کثرت‌گرایی است که تأثیر آن بر رفتارهای زیست‌محیطی معنادار نیست. دلیل این مسئله احتمالاً این است که کثرت‌گرایی سبب می‌شود شهروندان نسبت به واکنش دیگران به رفتارهای زیست‌محیطی آنان حساس باشند و در صورت داشتن رفتارهای مخرب زیست‌محیطی مورد بازخواست اجتماعی قرار بگیرند. به همین دلیل ترجیح می‌دهند رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه‌تری داشته باشند. علاوه بر هم‌راستایی نتایج پژوهش حاضر با بیشتر مطالعات تجربی پیشین، نتایج پژوهش در راستای دیدگاه‌های غالب در جامعه‌شناسی رفتارهای زیست‌محیطی و جامعه‌شناسی مصرف قرار دارد. به‌عنوان نمونه لیپوتسکی (۱۹۹۴) و بلیک (۱۹۹۹) فردگرایی را به‌عنوان عاملی قلمداد می‌کنند که بر رفتارهای زیست‌محیطی افراد تأثیرگذار است. این مسئله در پژوهش حاضر نیز تأیید گردید. به‌طورکلی به نظر می‌رسد نتایج پژوهش حاضر بیش از نظریات دیگر در راستای نظریه بلیک (۱۹۹۹) قرار دارد. همچنین تأثیرگذاری بعد تجمل‌گرایی بر رفتارهای زیست‌محیطی را می‌توان بر مبنای دیدگاه زیمل (۱۹۷۸) تبیین نمود. تجمل‌گرایی موجب مصرف بیشتر می‌شود؛ مصرفی که بیشتر وجه تمایزبخشی دارد اما در نهایت می‌تواند رفتارهای ناهماهنگ اجتماعی از جمله رفتارهای مخرب زیست‌محیطی را به دنبال داشته باشد. تأثیر ابعاد لذت و تخیل‌گرایی را بیشتر می‌توان در راستای رویکردهای نوین جامعه‌شناسی مصرف مانند دیدگاه لیپوتسکی (۱۹۹۴)

تبیین نمود. لیپوتسکی (۱۹۹۴) تأکید عمده را علاوه بر فردگرایی بر لذت‌گرایی نهفته در مصرف نیز می‌گذارد که می‌تواند تأثیری مخرب بر رفتارهای زیست‌محیطی داشته باشد؛ مسئله‌ای که در این پژوهش نیز تأیید گردید. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر این بود که تفاوت معناداری بین زنان و مردان به لحاظ اثر متغیر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی وجود ندارد. این نتیجه چندان در پژوهش‌های پیشین و رویکردهای نظری مورد توجه قرار نگرفته است. علاوه بر این، نتایج پژوهش بیانگر این بود که سطح توسعه‌یافتگی مناطق شهر تهران اثر مصرف‌گرایی بر رفتار مخرب زیست‌محیطی را تعدیل نمی‌کند. این مسئله چندان در رویکردهای نظری مورد تأکید قرار نگرفته است، اما می‌توان آن را در تقابل با دیدگاه کسانی مانند وبلن و بورديو دانست که بر نقش طبقه بر مصرف‌گرایی تأکید دارند. وبلن (۱۹۹۴) اساساً مصرف را امری طبقاتی قلمداد می‌کند و بورديو (۱۳۹۱) نیز تأکید عمده را بر تمایزات طبقاتی ناشی از دسترسی به منابع سرمایه‌ای در شیوه مصرف افراد می‌گذارد. به‌هرحال به نظر می‌رسد که اگر سطح توسعه‌یافتگی مناطق را نشانی از وضعیت طبقاتی شهروندان ساکن در این مناطق قلمداد کنیم، نمی‌توان یافته‌های این بخش پژوهش را منطبق با رویکردهای نظری غالب در این حوزه قلمداد نمود. در نهایت می‌توان گفت که نتایج پژوهش نشان‌دهنده نقش بنیادی مصرف‌گرایی و ابعاد مختلف آن در رفتارهای مخرب زیست‌محیطی در میان جوانان شهر تهران بود. زندگی در کلان‌شهری مانند تهران، وجوه نوین و مدرنی از مصرف‌گرایی را شکل می‌دهد که دارای عناصری مانند فردگرایی، لذت‌گرایی و تجمل‌گرایی است. چنین عناصری عموماً با مصرف بی‌رویه و تمایزبخش کالاها و محصولات مشخص می‌شوند که معمولاً در تعارض با حفظ محیط‌زیست قرار دارند. به نظر می‌رسد چنین عناصری قاعداً نمی‌توانند ایجاد رفتارهای مخرب زیست‌محیطی در شهروندان را کاهش بدهند، زیرا بنیاد آن‌ها بر مخرب‌بودن از لحاظ زیست‌محیطی است. شاید بتوان گفت که برای اصلاح رفتارهای زیست‌محیطی، تقویت دانش و آگاهی زیست‌محیطی که در نهایت منجر به کاهش میزان مصرف‌گرایی در افراد می‌شود، یک پیش‌نیاز اساسی و بنیادی است.

کتابنامه

۱. اسلیتر، دان؛ تونکس، ف. (۱۳۹۴)، *جامعه بازار: بازار و نظریه اجتماعی مدرن*. (ح. قاضیان، مترجم). چاپ سوم. تهران: نشر نی.
۲. آقایاری‌هیرت، هنرور، ح. و علیزاده اقدم، م. ب. (۱۳۹۶): *نقش واسطه‌ای مصرف‌گرایی در ارتباط بین مادی‌گرایی و ردپای اکولوژیک (مورد مطالعه: شهروندان ارومیه)*. آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، ۶(۱)، ۱-۱۸.
۳. باکاک، ر. (۱۳۸۱). مصرف. (خ. صبری، مترجم). چاپ اول. تهران: شیرازه.
۴. بنی‌فاطمه، ح؛ حسین‌نژاد، ف. (۱۳۹۱). مصرف‌گرایی در جامعه و تأثیر آن بر محیط‌زیست شهری: رویکردی نوین. فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، ۱(۲)، ۶۱-۳۹.
۵. بودریار، ژ. (۱۳۹۰). *جامعه مصرفی*. (پ. ایزدی، مترجم). تهران: نشر ثالث.

۶. بوردیو، پ (۱۳۹۱)، تمایز (ح. چاوشیان، مترجم). چاپ اول. تهران: نشر ثالث.
۷. حاجیلو، ف؛ یزدخواستی، ب. و علیزاده اقدم، م. ب. (۱۳۹۳). بررسی رابطه سبک زندگی مصرفی با شاخص ردپای بوم شناختی، محیط‌شناسی، ۴۰(۱)، ۵۸۹-۶۰۲.
۸. حمایت‌الخواه جهرمی، م؛ ارشاد، ف؛ دانش، پ. و قربانی، م. (۱۳۹۶). تأملی جامعه‌شناختی در باب مناسبات، نگرش و رفتارهای زیست‌محیطی (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران). مسائل اجتماعی ایران، ۸(۱)، ۵-۲۵.
۹. دسترس، ف؛ خواجه‌نوری، ب. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین عوامل جامعه‌شناختی و رفتار زیست‌محیطی شهروندان شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۳۰(۴)، ۵۸-۳۵.
۱۰. رستگارخالد، امیر؛ مشکینی، ق. و صالحی، ص. (۱۳۹۶). بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ تهران. فصلنامه توسعه اجتماعی، ۱۲(۱)، ۵۸-۳۷.
۱۱. زارع، ب؛ حبیب‌پور گتایی، ک؛ عابدینی، ح. (۱۳۹۹). رابطه بین مصرف‌گرایی و جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان تبریز. دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۱۰(۲)، ۹۸-۷۳.
۱۲. زارع، بیژن؛ عابدینی، ع. و حبیب‌پور گتایی، ک. (۱۴۰۰). ارائه مدل ساختاری شهروندی زیست‌محیطی بر مبنای شهریت و سرمایه فرهنگی در بین شهروندان تبریز، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۱۰(۲)، ۸۹-۶۵.
۱۳. صالحی، ص؛ کریم‌زاده، س. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر ارزش‌های زیست‌محیطی بر رفتار زیست‌محیطی (مطالعه مناطق شهری ارومیه). مسائل اجتماعی ایران، ۵(۲)، ۶۱-۷۶.
۱۴. ظهورپرورنده، و؛ حاجی‌زاده، ا. (۱۴۰۱). تأثیر آموزش سرمایه‌های فرهنگی اکتسابی بر رفتارهای زیست‌محیطی دانش‌آموزان انسان و محیط‌زیست، ۲۰(۲)، ۶۹-۵۱.
۱۵. فرهادیان بابادی، ف؛ محسنی‌تبریزی، ع. ر؛ و ازکیا، م. (۱۴۰۱). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سبک زندگی مصرف‌گرایی فرهنگی بر رفتار زیست‌محیطی با رویکرد توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهروندان کلان‌شهر تهران). مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۴(۲۲)، ۲۰۵-۲۲۰.
۱۶. قادری، ن؛ چوپانی، س؛ صالحی، ص. و خوش‌فر، غ. ر. (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر رفتار زیست‌محیطی در شهرستان مریوان در سال ۱۳۹۲. مجله علوم پزشکی زانگو، ۱۶(۴۸)، ۱۸-۱۰.
۱۷. قاسمی، محمدعلی (۱۳۸۸). جامعه ریسک و اهمیت آن برای مطالعات استراتژیک. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۱۲(۴۵)، ۴۷-۲۷.
۱۸. کرسول، جان. دبلیو (۱۳۹۱). طرح پژوهش؛ رویکردهای کیفی، کمی و ترکیبی. (ع. ر. کیامنش. و م. دانای‌طوس، مترجم). چاپ اول. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۹. ملکی، ا؛ صالحی، ص. و کریمی، ل. (۱۳۹۳). بررسی رابطه پارادایم نوین اکولوژیکی و رفتار مصرف آب. مجله آب و فاضلاب، ۲۵(۱)، ۱۲۹-۱۲۲.
۲۰. میرزایی، ج؛ احمدی، س. و لرستانی، ا. (۱۳۹۴). تحلیل فضایی سطوح برخورداری مناطق کلان‌شهر تهران از منظر اقتصاد شهری تهران: فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، ۳(۱۱)، ۷۷-۵۹.
۲۱. نبوی، س. ح؛ مختاری هشی، ع (۱۳۹۷). سرمایه فرهنگی و رفتارهای زیست‌محیطی خانواده‌های تهرانی، مسائل اجتماعی ایران، ۹(۲)، ۲۰۹-۲۳۲.
۲۲. نصرتی‌نژاد، ف؛ سراج‌زاده، س. ح. و دیهول، م. (۱۳۹۸). تبیین جامعه‌شناختی رفتار زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی). فصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۲(۲)، ۲۱-۱

۲۳. هانیگان، ج (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی محیط‌زیست. (ص. صالحی، مترجم). چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
۲۴. هنرور، ح؛ ت؛ آقایی هیر؛ علیزاده اقدم، م. ب. و محمدپور، ا. (۱۴۰۰). رابطه فردگرایی با تأثیرات زیست‌محیطی مصرف در بین شهروندان ارومیه‌ای. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۱۱(۴۱): ۷۸-۵۹.
25. Borden, R. J., & Francis, J. L. (1978). who cares about ecology? Personality and sex differences in environmental concern 1. *Journal of Personality*, 46(1), 190-203.
26. Buttel F H. (1987), New directions in environmental sociology, *Annual Review of Sociology*, 13: 465-488.
27. Dunlap, R. E. & Jones, R. E. (2002). 'Environmental Concern: Conceptual and Measurement Issues' In Dunlap, R. E. and W. Michelson (eds.) *Handbook of Environmental Sociology*, 482-524. Westport, London: Greenwood Press.
28. Dunlap, R.E., VanLiere, K.D. (1978). the new environmental paradigm: A proposed measuring instrument and preliminary results. *Journal of Environmental Education*, vol. 9, 10.91
29. Fietkau, H. J., & Kessel, H. (1981). *Environmental Education. Umweltlernen. Veraenderungsmoeglichkeiten Des Umweltbewusstseins.*
30. Huimin, L. (2013). The impact of human behavior on ecological threshold: Positive or negative? Grey relational analysis of ecological footprint. *Energy consumption and environmental protection, Energy Policy*, 56, 711-719
31. Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental education research*, 8(3), 239-260.
32. Kozar, J. M., & Connell, K. Y. H. (2013). Socially and environmentally responsible apparel consumption: knowledge, attitudes, and behaviors. *Social responsibility journal*. 9(2), 315-324.
33. Pietikäinen, J. (2007). A slow start at the beginning of the recycling chain: how to make consumers recycle their mobile phones?. M.A Thesis, University of Helsinki, Faculty of Biosciences, Department of Biological and Environmental Sciences.
34. Ritzer, G., Goodman, D., & Wiedenhof, W. (2001). *Theories of Consumption*. 2001): *Handbook of Social Theory*. London et al.: Sage, 410-427.
35. Schahn, J. Holzer, E. (1990), Studies of individual environmental concern: the role of knowledge, gender and background variables, *Environment and Behavior*, 22, 767-786.
- 36-. Simmel, G., & Bottomore, T. (1978). the philosophy of money. Psychology Press.
37. Turner, B.S. (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*, Cambridge University Press.
38. Urien, B., & Kilbourne, W. (2011). Generativity and self- enhancement values in eco- friendly behavioral intentions and environmentally responsible consumption behavior. *Psychology & marketing*, 28(1), 69-90.
- 39 Veblen, T. (1994). *The theory of the leisure class*, Boston: Houghton Mifflin.
40. Widayat, W., Praharjo, A., Putri, V. P., Andharini, S. N., & Masudin, I. (2021). Responsible consumer behavior: Driving factors of pro-environmental behavior toward post-consumption plastic packaging. *Sustainability*, 14(1), 425.
41. Xiang, P., Zhang, H., Geng, L., Zhou, K., & Wu, Y. (2019). Individualist-collectivist differences in climate change inaction: The role of perceived intractability. *Frontiers in psychology*, 10, 187.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley.
42. Wells, V. K., Ponting, C. A., & Peattie, K. (2011). Behaviour and climate change: Consumer perceptions of responsibility. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 808-833.