

## مطالعه رابطه نگرش زیست‌محیطی و مصرف پایدار در میان شهروندان اصفهانی\*

حبیب احمدی<sup>۱</sup>، نوید نفیسی<sup>۲</sup>، ماهرخ رجبی<sup>۳</sup>، سراج‌الدین محمودیانی<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۲

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه نگرش زیست‌محیطی و مصرف پایدار انجام گرفته است. در این مطالعه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای، پیمایشی در بین ۹۸۱ نفر از ساکنان شهر اصفهان، شامل افراد هجده‌ساله و بالاتر صورت گرفت. برای سنجش نگرش زیست‌محیطی، از مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی (NEP) و برای سنجش مصرف پایدار از ده‌گویه استفاده شد و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شدند. نتایج نشان‌دهنده اعتبار مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی در ارزیابی نگرش زیست‌محیطی بزرگسالان شهر اصفهان بود. یافته‌ها نشان داد همبستگی معناداری به میزان ۰/۲۹۵ بین نگرش زیست‌محیطی و مصرف پایدار وجود دارد. هرچه نگرش زیست‌محیطی افراد بهتر باشد، کنش‌های زیست‌محیطی مناسب‌تری انجام می‌دهند. همچنین افراد دارای تحصیلات دانشگاهی در مقایسه با افرادی که دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر هستند، زنان در مقایسه با مردان و افرادی که مالک منزل شخصی هستند، در مقایسه با مستأجران، کنش‌های مصرفی پایدارتری دارند. نتایج رگرسیون خطی چندمتغیره نشان داد متغیر نگرش زیست‌محیطی بیشترین تأثیر را بر مصرف پایدار دارد. پس از آن به ترتیب متغیرهای وضعیت تصرف مسکن، جنسیت و تحصیلات، بیشترین تأثیر را بر مصرف پایدار دارند. ضریب تعیین تعدیل‌شده این متغیرها ۰/۱۰۲ است و این متغیرها در مجموع، ۱۰/۲ درصد از واریانس متغیر مصرف پایدار را تبیین می‌کنند. آلودگی هوا، خشکسالی و کمبود آب از مهم‌ترین مشکلات زیست‌محیطی شهر اصفهان است. اهمیت کنش‌های مصرفی پایدار افراد در حفاظت از محیط‌زیست و نقش نگرش‌های زیست‌محیطی آن‌ها در این کنش‌ها، بیانگر نیاز به انجام مطالعات بیشتر در این زمینه است. آگاه‌ساختن افراد از مشکلات زیست‌محیطی و نقش آن‌ها در حفاظت از محیط‌زیست، تغییر نگرش آن‌ها به محیط‌زیست و ترغیب آن‌ها به انجام کنش‌های (مصرفی) پایدار و همچنین ایجاد بسترهای مناسب برای کنش‌های (مصرفی) پایدار، نیازمند سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری بیشتر در این حوزه است.

**واژه‌های کلیدی:** اصفهان، پارادایم جدید زیست‌محیطی، مصرف پایدار، محیط‌زیست، نگرش زیست‌محیطی.

\* مقاله پژوهشی، مستخرج از رساله دکتری با عنوان «رابطه میان بازاندهی زیست‌محیطی و مصرف پایدار»، دانشگاه شیراز، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، بخش جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی.

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)، [habib.ahmadi@saadi.shirazu.ac.ir](mailto:habib.ahmadi@saadi.shirazu.ac.ir)

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، [nafisinavid@yahoo.com](mailto:nafisinavid@yahoo.com)

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، [mrjaji@rose.shirazu.ac.ir](mailto:mrjaji@rose.shirazu.ac.ir)

۴. استادیار گروه جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، [serajmahmoudiani@gmail.com](mailto:serajmahmoudiani@gmail.com)

## Study on the Relationship between Environmental Attitudes and Sustainable Consumption among Citizens of Isfahan \*

Habib Ahmadi<sup>1</sup>, Navid Nafisi<sup>2</sup>, Mahrokh Rajabi<sup>3</sup>, Serajedin Mahmoudiani<sup>4</sup>

Received: April 11, 2022

Accepted: August 22, 2022

Doi: 10.22059/JRD.2022.343525.668730

### Abstract

The aim of this study is to investigate the relationship between environmental attitudes and sustainable consumption. Using a multistage random sampling, a survey is conducted in the city of Isfahan among 981 residents aged 18 years and above. The scale NEP is used here to measure environmental attitudes. SPSS and Amos software are used to analyze the data. The results show that the New Ecological Paradigm scale is an appropriate instrument to measure the environmental attitudes of adults in Isfahan. The results show a significant relationship,  $r = 0.295$ , between environmental attitudes and sustainable consumption. Individuals with higher environmental attitudes act more sustainably in consumption. Individuals with higher education have more sustainable consumption actions compared to individuals with high school and lower education. Women consume more sustainably than men. Individuals who own the home act more sustainably in consumption than renters. The multivariable linear regression results show that environmental attitude has the strongest influence on sustainable consumption and that home ownership, gender, and education have the strongest influence on sustainable consumption. The adjusted R-squared of the model is 0.102 and these variables together explain 10.2 percent of the variation in sustainable consumption. Air pollution, drought, and water scarcity are some of the most important environmental problems in the city of Isfahan. The importance of individuals' consumption patterns and the role of their environmental attitudes in this shows that further research is needed in this area. In order to educate people about environmental issues and their role in protecting the environment, to change their environmental attitudes and encourage them to engage in sustainable (consumption) actions, and to create appropriate rationales for sustainable (consumption) actions, further investment and policies in this area are needed.

**Keywords:** Sustainable Consumption, Environment, Environmental Attitudes, New Ecological Paradigm, Isfahan.

---

\* Research Article, Paper from the doctoral dissertation titled: "Relationship between Environmental Reflexivity and Sustainable Consumption", Shiraz university, faculty of economics, management and social sciences, department of sociology and social planning.

1 Professor of sociology, department of sociology and social planning, Shiraz university, Shiraz, Iran (correspondent author), Email: [habib.ahmadi@saadi.shirazu.ac.ir](mailto:habib.ahmadi@saadi.shirazu.ac.ir)

2 PhD candidate in sociology, department of sociology and social planning, Shiraz university, Shiraz, Iran, Email: [nafisinavid@yahoo.com](mailto:nafisinavid@yahoo.com)

3 Assistant professor of sociology, department of sociology and social planning, Shiraz university, Shiraz, Iran, Email: [mrjabi@rose.shirazu.ac.ir](mailto:mrjabi@rose.shirazu.ac.ir)

4 Assistant professor of demography, department of sociology and social planning, Shiraz university, Shiraz, Iran, Email: [serajmahmoudiani@gmail.com](mailto:serajmahmoudiani@gmail.com)

### مقدمه و بیان مسئله

زندگی انسان مدرن با مشکلات بسیاری مواجه است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، مشکل زیست محیطی است. مشکلات زیست محیطی همیشه در طول زندگی بشر وجود داشته‌اند و محیط زیست همواره توانسته است تعادل خود را در مقابل این مشکلات حفظ کند. در گذشته نقش انسان در ایجاد و تأثیرگذاری بر این مشکلات ناچیز بود، اما شیوه زندگی جدید، موجب افزایش خطرات و آلودگی‌های زیست محیطی و همچنین ایجاد انواع جدیدی از این مشکلات شد. تولیدات صنعتی یکی از دلایل اصلی مشکلات زیست محیطی است و به‌ویژه سبب نابودی منابع زیست محیطی، آلودگی‌های زیست محیطی و تولید زباله‌های صنعتی می‌شود، اما در کنار موضوع تولید، مصرف‌گرایی نیز یکی از دلایل افزایش خطرات زیست محیطی و شدت گرفتن نابودی محیط زیست است. بشر برای برطرف کردن نیازهای خود دست به تولید و سپس مصرف کالاها می‌زند، اما مصرف‌گرایی موضوعی متفاوت با بحث مصرف است. مصرف‌گرایی به معنای مصرف بی‌وقفه و سیری‌ناپذیر جامعه انسانی است که فراتر از بحث رفع نیازهای انسان، به ویژگی ذاتی و اصلی آن جامعه تبدیل می‌شود. این مصرف موجب سقوط هرچه بیشتر انسان در گردابی است که او را به سمت نابودی هرچه بیشتر محیط زیست و منابع آن سوق می‌دهد. بسیاری از مطالعات به نقش مصرف بی‌رویه، سبک زندگی مصرف‌گرا و الگوهای مصرفی ناهنجار در نابودی منابع زیست محیطی، و ایجاد آلودگی‌ها و مشکلات زیست محیطی و همچنین خطراتی اشاره می‌کنند که این مشکلات در آینده برای کره زمین و زندگی انسان ایجاد می‌کند (پورجمشیدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ عباسی و رضایی، ۱۳۹۶؛ هنرور و همکاران، ۱۳۹۷).

آگاهی زیست محیطی مصرف‌کنندگان در دهه‌های گذشته و در سطح جهان افزایش یافته است و آن‌ها خواستار کالاهای دوستدار طبیعت هستند. عواملی مانند افزایش فعالیت‌های گروه‌های سبز، قانون‌گذاری‌های ملی و بین‌المللی، و تأثیر فاجعه‌های صنعتی، بر نظر عموم مردم و افزایش این آگاهی مؤثر بوده‌اند (محمدیان و ختائی، ۱۳۹۰). همایش‌های بسیاری درباره محیط زیست، مشکلات زیست محیطی و راه‌حل‌های این مشکلات در سطوح جهانی، ملی و منطقه‌ای نظیر کنفرانس‌های روز جهانی محیط زیست، اجلاس‌های سران زمین و کنفرانس‌های جهانی توسعه پایدار، برگزار شده است. انجمن‌ها و اجتماعات فراوانی برای حفظ و نگهداری محیط زیست تشکیل شده و همچنین مطالعات و پژوهش‌های بسیاری

درمورد محیط‌زیست و مشکلات آن انجام گرفته است. در سیاست‌گذاری‌های کلان و برنامه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، تغییرات و بازنگری‌های اساسی درمورد محیط‌زیست و مشکلات زیست‌محیطی صورت گرفته است. مردم نیز در اثر کسب اطلاعات جدید به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی، از مشکلات زیست‌محیطی آگاه‌تر شده‌اند و درباره آن‌ها می‌اندیشند؛ نگرش آن‌ها به محیط‌زیست و رابطه انسان با محیط‌زیست تغییر کرده است و در کنش‌های خویش، به‌ویژه کنش‌های مصرفی، بیشتر تأمل می‌کنند. درمجموع درمورد محیط‌زیست، مفاهیم مربوط به آن، مشکلات آن، و ارتباط انسان و محیط‌زیست، بازنایشی<sup>۱</sup> وسیع و عمیقی صورت گرفته است.

یکی از ویژگی‌های عصر جدید که برخی جامعه‌شناسان آن را مدرنیته متأخر یا بازنایشانه<sup>۲</sup> نامیده‌اند، بازنایشی در بسیاری از اصول مدرنیته اولیه است. دیدگاه ابزارگرایانه مدرنیته ابتدایی که در فکر برطرف کردن همه مشکلات جامعه انسانی توسط عقل‌گرایی انسان‌محور و منفعت‌طلبانه بود، با ناتوانی مدرنیته در حل مشکلات خود مواجه شد. یکی از مهم‌ترین مسائلی که سبب ایجاد مشکل و ناتوانی برای انسان مدرن شده و به آن توجه و بازنایشی شده است، مسائل و مخاطرات زیست‌محیطی است. نگرش انسان مدرن به طبیعت به‌عنوان ابژه<sup>۳</sup> کنش‌های انسانی، موجب استفاده و بهره‌برداری نامناسب و بی‌رویه از محیط‌زیست شده است. این رویکرد سوژه‌محور<sup>۴</sup> که انسان را مرکز همه جهان می‌بیند، برای برطرف شدن خواسته‌ها و امیال انسان، هرگونه دست‌اندازی به طبیعت و محیط‌زیست را مجاز می‌شمارد. این نگرش، از لحاظ زیست‌محیطی یکی از دلایل اصلی رفتارهای نامناسب انسان است و تا این نگرش ارزشی و جهت‌گیری به محیط‌زیست تغییر پیدا نکند و انسان برای محیط‌زیست ارزش ذاتی قائل نشود، رفتار او در قبال محیط‌زیست تغییری نخواهد کرد. جهت‌گیری و نگرش انسان به طبیعت را می‌توان به دو دسته یا پارادایم کلی تقسیم کرد. یکی انسان را حاکم بر طبیعت می‌داند، اما دیگری انسان را جزئی از طبیعت می‌داند (پازوکی‌نژاد و صالحی، ۱۳۹۳).

- 
1. Reflexivity
  2. Reflexive Modernity
  3. Object
  4. Subject-Oriented

یکی از حوزه‌هایی که در ارتباط با محیط‌زیست در آن بازان‌دیشی صورت گرفته، حوزه مصرف است. در این حوزه، مقوله‌های جدیدی مانند مصرف پایدار<sup>۱</sup> و در کنار آن، مسائل مربوط به توسعه پایدار مورد توجه محققان و سیاست‌گذاران واقع شده است. توجه به موضوع مصرف برای دستیابی به توسعه پایدار نیز ضروری است و حتی در صورت تولید محصولات پایدار، این مصرف‌کنندگان هستند که باید آن‌ها را خریداری کنند (رحمتی‌غفرانی و همکاران، ۱۳۹۶؛ عباسی و رضایی، ۱۳۹۶). مصرف به‌طور ذاتی با پایداری مربوط است؛ چرا که هر تصمیمی در مورد اینکه چه بخریم، چقدر بخریم، چقدر مصرف کنیم و چگونگی تنظیم امور، تأثیر مستقیمی بر محیط‌زیست و نسل‌های آینده دارد و اثر انباشتی مصرف هر مصرف‌کننده فردی، ویرانگر است (ترودل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). در دهه‌های اخیر این موضوع روشن شده که بدون توجه به الگوها و سطوح مصرف، تصور دستیابی به توسعه پایدار ناممکن است؛ بنابراین بحث در مورد نیاز به بررسی مصرف پایدار به تدریج وارد موضوعات سیاسی شد (مونت و پلپیس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸؛ هنرور و همکاران، ۱۳۹۷).

به بیان عباسی و رضایی (۱۳۹۶)، ایران نیز مانند بسیاری از کشورهای جهان درگیر مشکلاتی مانند آلودگی هوا، افزایش زیاده‌های دفع‌نشده و کاهش منابع انرژی است، اما در ایران در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته در راستای حل این مشکلات اقدام جدی صورت نگرفته است. رفتارهای غیرمسئولانه و غیرپایدار شهروندان، از دلایل اصلی این مشکلات است (عباسی و رضایی، ۱۳۹۶؛ صالحی، ۱۳۹۹). اصفهان یکی از صنعتی‌ترین شهرهای ایران است و در معرض بسیاری از آلودگی‌های زیست‌محیطی و صنعتی قرار دارد. آلودگی هوا (حقیقتیان، ۱۳۹۳؛ عزتیان و هاشمی‌نسب، ۱۳۹۲) و همچنین آلودگی منابع آب، خشکسالی و کمبود آب (عبدالهی و همکاران، ۱۳۹۵؛ حقیقتیان، ۱۳۹۳) از مهم‌ترین مشکلات زیست‌محیطی شهر اصفهان هستند و در دهه‌های اخیر شدت یافته‌اند. این امر، اهمیت این مسائل و میزان توجه شهروندان به این مشکلات را افزایش داده است. این پژوهش با هدف بررسی نگرش زیست‌محیطی، و کنش‌های مصرفی پایدار و ارتباط بین آن‌ها در میان بزرگسالان شهر اصفهان

- 
1. Sustainable Consumption
  2. Trudel
  3. Mont & Plepys

انجام گرفت. اگر نگرش زیست محیطی افراد، تعیین کننده کنش های مصرفی شان باشد و از لحاظ زیست محیطی نگرش مناسب تری داشته باشند، کنش های مصرفی پایدارتری انجام خواهند داد.

### پیشینه پژوهش

در ایران پژوهش های بسیاری درباره مشکلات و نگرش های زیست محیطی، و مصرف پایدار صورت گرفته که در این بخش به برخی از آنها اشاره می شود. موحد و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی رابطه استفاده از رسانه های جمعی با تمایلات مصرف گرایانه دختران و پسران جوان شهر شیراز پرداختند. یافته های پژوهش آنها نشان داد مردان به دلیل استفاده بیشتر از رسانه های جمعی، مصرف گراتر از زنان هستند. صالحی (۱۳۸۹) با مطالعه نگرش زیست محیطی و مصرف انرژی در استان های شمالی کشور به این نتیجه رسید که میان پارادایم نوین زیست محیطی و صرفه جویی در مصرف انرژی رابطه وجود دارد و می توان با استفاده از نگرش زیست محیطی، مصرف انرژی خانگی را پیش بینی کرد. محمدیان و ختائی (۱۳۹۰) به بررسی رابطه میان عوامل روانی، اجتماعی و رفتار مصرف کننده سبز در میان مصرف کنندگان حامی محیط زیست در شهر تهران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که نگرش زیست محیطی، در میان عوامل اجتماعی و روانی از اولویت ها است. صالحی و امامقلی (۱۳۹۱) با مطالعه درباره شهر سنج دریاقتند که میان آگاهی و رفتارهای زیست محیطی رابطه وجود دارد. عزتیان و هاشمی نسب (۱۳۹۲) به بررسی انتشار آلاینده های جوی، به عنوان چالش زیست محیطی شهر اصفهان پرداختند. حقیقتیان (۱۳۹۳) به تحلیل رفتار زیست محیطی شهروندان شهر اصفهان پرداخت. او اشاره می کند که مشکل کم آبی و خشک شدن زاینده رود در سال های گذشته، مشکلات زیست محیطی را برای شهروندان اصفهانی ملموس تر کرده است. همچنین به مسائل زیست محیطی دیگری نظیر آلودگی هوا و تخریب منابع طبیعی اخیراً بیشتر توجه شده است. نتایج پژوهش او نشان داد میانگین رفتارهای زیست محیطی پاسخگویان در حد متوسط بوده است و رفتار زیست محیطی با متغیرهای دینداری، نگرش زیست محیطی، دانش زیست محیطی، درآمد و تحصیلات رابطه معنادار دارد، اما متغیرهای سن، جنسیت و تأهل، رابطه ای با رفتار زیست محیطی نداشته اند. مختاری ملک آبادی و همکاران (۱۳۹۳) به تحلیل و بازشناسی رفتارهای زیست محیطی شهروندان بالای پانزده سال شهر اصفهان پرداختند. براساس مطالعه آنها، رفتار زیست محیطی

شهروندان اصفهانی در مقایسه با دهه‌های قبلی بهتر شده است. همچنین سالمندان و زنان برخی رفتارهای مصرفی پایدار را بیشتر انجام می‌دهند. پازوکی نژاد و صالحی (۱۳۹۳) عوامل اجتماعی مؤثر بر نگرش و عملکرد زیست محیطی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان مازندران را تحلیل و بررسی کردند. پازوکی نژاد و صالحی دریافتند نگرش دانشجویان به محیط زیست مثبت است، اما چندان به رفتارهای زیست محیطی پایبند نیستند و رابطه میان این دو ضعیف است.

کریمی علویجه و فروغی اصل (۱۳۹۴) با استفاده از متغیرهای سبک زندگی در میان مصرف کنندگان محصولات ارگانیک به تقسیم بندی مصرف کنندگان سبز در شهر شیراز پرداختند. براساس نتایج، خریداران کالاهای ارگانیک در شهر شیراز بیشتر مرد، متأهل، جوان و میانسال، با درآمد متوسط و تحصیلات دانشگاهی هستند. قادری و همکاران (۱۳۹۴) عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار زیست محیطی در شهرستان مریوان را بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد میان پارادایم جدید زیست محیطی و رفتار بازیافت رابطه وجود دارد. پورجمشیدی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به مصرف پایدار در شهر خرم‌آباد پرداختند. تحصیلات، نگرش زیست محیطی، دانش زیست محیطی و دغدغه زیست محیطی، از متغیرهای تأثیرگذار بر رفتار مصرفی پایدار در پژوهش آن‌ها بودند. آقایی‌هیر و همکاران (۱۳۹۵) در بررسی رابطه بین سواد زیست محیطی، و مصرف مسئولانه و پایدار در میان شهروندان ارومیه، بین سواد زیست محیطی و ابعاد آن با مصرف مسئولانه رابطه یافتند. صالحی و همکاران (۱۳۹۵) نقش جنسیت در جهت گیری‌های زیست محیطی در شهر ارومیه را با استفاده از مقیاس پارادایم جدید زیست محیطی بررسی کردند. مطابق پژوهش آن‌ها، زنان نگرش مثبت تری به محیط زیست دارند و بیشتر، از آن حمایت می‌کنند.

عباسی و رضایی (۱۳۹۶) عوامل تأثیرگذار بر رفتار مصرفی سبز مصرف کنندگان محصولات سبز در فروشگاه‌های رفاه شهر تهران را مطالعه کردند. نوجویی مصرف کننده، ارزش قیمتی، ارزش اجتماعی و عوامل زمینه‌ای از عوامل مؤثر بر تمایل مصرف کننده به محصولات سبز بودند. رحمتی غفرانی و همکاران (۱۳۹۶) به مطالعه گرایش‌های ارزشی مصرف کننده و تمایل به رفتار خرید پرداختند. نتایج آن‌ها بیانگر تأثیرگذاری گرایش ارزشی نوع دوستانه و زیست گرایانه بر نگرش زیست محیطی بود. نصیری (۱۳۹۶) رابطه میان نقش رسانه‌ها و مؤلفه

های مصرف پایدار شامل آگاهی و دغدغه زیست‌محیطی، سبک زندگی، ارتقا و بهبود سلامت، الگوی رفتاری مصرف، توسعه حقوق زیست‌محیطی و ارزش‌های فرهنگی در شهر کرج بررسی کردند و دریافتند بین نقش رسانه و این ابعاد رابطه وجود دارد. حمایت‌خواه جهرمی و همکاران (۱۳۹۶) مناسبات دانش، نگرش و رفتار زیست‌محیطی را در بین دانشجویان دانشگاه تهران از نظر جامعه‌شناختی مطالعه کردند و به این نتیجه رسیدند که رفتارهای زیست‌محیطی ناشی از تأثیر دانش و نگرش زیست‌محیطی است. رستگار خالد و همکاران (۱۳۹۶) رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در سه منطقه شهر تهران را تحلیل و ارزیابی کردند. هنرور و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط میان جهت‌گیری‌های ارزشی اجتماعی و مصرف پایدار در بین شهروندان شهر ارومیه پرداختند. عباسی و همکاران (۱۳۹۷) عوامل مؤثر بر خرید محصولات سبز مصرف‌کنندگان با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و در نظر گرفتن متغیرهای نگرانی‌های زیست‌محیطی و دانش زیست‌محیطی در شهر شیراز را تحلیل و ارزیابی کردند. قربانیان گزافرودی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «شناسایی ابعاد ساختار ذهنی آگاهانه به‌عنوان یکی از وجوه مصرف آگاهانه» انجام دادند. براساس مطالعه آن‌ها، اهمیت دادن به مسائل زیست‌محیطی و مسائل جامعه، از جمله ابعاد ساختار ذهنی آگاهانه مصرفی هستند. دسترس و خواجه‌نوری (۱۳۹۸) رابطه عوامل جامعه‌شناختی و رفتار زیست‌محیطی شهروندان بالای پانزده سال شهر شیراز را مطالعه کردند. نتایج آن‌ها نشان‌دهنده رابطه متغیرهای سن، جنسیت، آگاهی زیست‌محیطی، دانش زیست‌محیطی، نگرش زیست‌محیطی، وضعیت اشتغال و درآمد با رفتار زیست‌محیطی است.

برخی از پژوهش‌های خارجی نیز موضوعات مربوط به مصرف پایدار و نگرش‌های زیست‌محیطی را مطالعه کرده‌اند که به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود. توگرسن و اولاندر<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که رفتار مصرفی پایدار مصرف‌کنندگان، با اولویت‌های ارزشی آن‌ها در ارتباط است. یافته‌های آن‌ها با پژوهش‌های پیشین سازگار بوده است. تنر و کست<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) عوامل تعیین‌کننده خرید سبز توسط مصرف‌کنندگان سوئیس را

---

1 Thogersen & Olander

2 Tanner & Kast



مطالعه و ارزیابی کردند. آن‌ها دریافتند که خرید غذای سبز، با نگرش مثبت مصرف‌کنندگان، به حفاظت از محیط‌زیست مرتبط است. ویکان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) با بررسی مقیاس پارادایم زیست‌محیطی در دو نمونه برزیلی و یک نمونه نروژی به این نتیجه رسیدند که تفاوت‌ها بیش از اینکه به توسعه فناوریانه مربوط باشد، با متغیرهای فرهنگی مرتبط است. سنر و هازر<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) با استفاده از پیمایش تأثیر ارزش‌ها را بر رفتار مصرفی پایدار در بین زنان در آنکارا (ترکیه) بررسی و ارزیابی کردند. براساس نتایج تحقیق آن‌ها، رفتار مصرفی این زنان با ارزش‌های آنان در ارتباط است. چوکرینسوکچای و تامانگ<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) به بررسی رابطه میان کسب اطلاعات درباره گرم‌شدن کره زمین، رابطه آن با آگاهی درمورد گرم‌شدن کره زمین و همچنین رابطه این آگاهی با اعمال سبک زندگی، در جهت کمک به جلوگیری از گرم‌شدن کره زمین در میان جوانان تایلندی پرداختند. یانگ و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) فرایند خرید مصرف‌کنندگان سبز را در ارتباط با محصولات فناوریانه در بریتانیا مطالعه کردند. نتایج نشان داد انگیزه‌ها و برچسب‌های تک‌موضوعی (مانند برچسب‌های میزان انرژی)، به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند تا تلاش‌های محدودشان را متمرکز کنند. همچنین سبزبودن نیازمند زمان و فضا در زندگی افراد است که در سبک زندگی‌های شلوغ امروزی در دسترس نیست.

راید و همکاران (۲۰۱۱) رویکرد خاطرات روزانه خانوار را به‌عنوان ابزاری برای جمع‌آوری و قالب‌بندی داده‌های مربوط به محیط‌زیست در زمینه مصرف خانوارها و وسیله‌ای برای ایجاد تغییرات رفتاری با تشویق بازاریابی استفاده کردند. هاراوی و همکاران (۲۰۱۲) نگرش زیست‌محیطی دانشجویان در نیوزیلند را با استفاده از پارادایم جدید زیست‌محیطی بررسی کردند. آن‌ها این مقیاس را ابزار مناسبی برای ارزیابی نگرش زیست‌محیطی دانشجویان در نظر گرفتند. جعفری و گولدینگ (۲۰۱۳) به بررسی اعمال مصرفی جوانان ایرانی در زمینه جهانی شدن فرهنگی پرداختند. به عقیده آن‌ها، جهانی‌شدن از طریق گسترش فرهنگی خود توسط تصاویر، نشانه‌ها، محصولات و...، بازاریابی را در فرایند درحال‌وقوع یادگیری میان‌فرهنگی

---

1 Vikan

2 Sener & Hazer

3 Chokriensukchai & Tamang

4 Young

مجازی نمود می‌بخشد که از طریق آن، افراد زندگی خود را می‌سازند و انتخاب‌های مصرفی و سبک زندگی خود را تغییر می‌دهند. پاگیاسلیس و کرون‌تالیس (۲۰۱۴) عوامل تأثیرگذار بر رفتار مصرفی شامل نگرانی، دانش و باورهای زیست‌محیطی را در بین مصرف‌کنندگان در یونان مطالعه کردند. مطابق نتایج، نگرانی در مورد محیط‌زیست، تأثیر مستقیم و مثبتی بر دانش زیست‌محیطی، باورهای زیست‌محیطی و تمایلات رفتاری دارد. همچنین همه این مؤلفه‌ها با یکدیگر رابطه مثبت دارند. توگرسن (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای چندسطحی به بررسی مصرف غذای پایدار در پیوند میان زمینه ملی و سبک زندگی شخصی مرتبط با غذا پرداخت و به این نتیجه رسید که سبک زندگی مرتبط با غذا تا حدودی مثبتی بر تأثیر کشور محل سکونت است. جونپور (۲۰۱۷) باورهای افراد درباره پایداری در زمینه رفتار مصرفی پایدار را در میان دانشجویان برزیلی و پاراگوئه‌ای مطالعه کرد. یافته‌ها بیانگر آن بود که در برزیل، باورهای افراد مربوط به پایداری بر تمایل آن‌ها به مصرف پایدار تأثیر می‌گذارد، اما در پاراگوئه نتایج چنین نیست. جیسوال و سین (۲۰۱۸) رفتار خرید سبز در اوتار پرادش هند را بررسی کردند. براساس نتایج، رفتار خرید سبز به‌طور معناداری با تمایل به رفتار خرید سبز تعیین می‌شود. همچنین میزان نگرانی زیست‌محیطی و تأثیرگذاری مصرفی ادراک‌شده بر نگرش به محصولات سبز تأثیر مثبت و مهمی دارد، اما آگاهی زیست‌محیطی ادراک‌شده به‌طور معنادار با نگرش به محصولات سبز و تأثیرگذاری مصرفی ادراک‌شده مرتبط نیست. یاریموگلو و بینوگا (۲۰۱۹) رابطه رفتارهای مصرفی را از لحاظ زیست‌محیطی هوشیارانه، رفتارهای مصرفی سبز متظاهرانه و تمایل به خرید سبز در میان مصرف‌کنندگان کشور ترکیه مطالعه کردند و به این نتیجه رسیدند که نگرانی زیست‌محیطی، نوع دوستی و تأثیرگذاری مصرفی ادراک‌شده (از سوی افراد)، از متغیرهای تأثیرگذار بر رفتارهای مصرفی از لحاظ زیست‌محیطی هوشیارانه بوده‌اند. نتانوس و همکاران (۲۰۱۹) پارادایم جدید زیست‌محیطی در یونان را تحلیل و بررسی کردند. یافته‌ها بیانگر افزایش آگاهی زیست‌محیطی پاسخگویان است. همچنین نمره افراد از مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی، با تمایل به پرداخت برای انرژی‌های تجدیدپذیر و محل سکونت ارتباط دارد.

در بسیاری از این مطالعات، برخی متغیرهای زمینه‌ای شامل سن، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، تحصیلات، درآمد و ارتباط آن‌ها با مصرف پایدار، بررسی شد. ادراک افراد از تأثیرگذاری کنش‌های مصرفی آنان بر محیط‌زیست نیز یکی از یافته‌های جذاب مطالعات خارجی

است. همچنین نگرش زیست محیطی، از متغیرهای اثرگذار برخی از این مطالعات (تنر و کست، ۲۰۰۳؛ صالحی، ۱۳۸۹؛ پازوکی نژاد و صالحی، ۱۳۹۳؛ قادری و همکاران، ۱۳۹۴؛ پورجمشیدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ حمایت خواه جهرمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ دسترس و خواجه نوری، ۱۳۹۸) است. بعضی از این پژوهش ها با استفاده از مقیاس پارادایم جدید زیست محیطی، نگرش زیست محیطی را مطالعه کرده اند (ویکان و همکاران، ۲۰۰۷؛ هاراوی و همکاران، ۲۰۱۲؛ نتانوس و همکاران، ۲۰۱۹؛ صالحی، ۱۳۸۹؛ پازوکی نژاد و صالحی، ۱۳۹۳؛ قادری و همکاران، ۱۳۹۴؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین مطابق یافته های مطالعات، خشکسالی و کمبود آب، آلودگی هوا و نابودی منابع طبیعی، از مهم ترین مشکلات زیست محیطی شهر اصفهان هستند که بر اهمیت این مشکلات برای شهروندان شهر اصفهان افزوده اند.

### مبانی نظری

مسائل و مشکلات عصر حاضر مانند مشکلات زیست محیطی، گسترش آگاهی و نگرانی درباره آن ها، موجب بازاندیشی وسیع و جهانی در مورد این مسائل شده است. این نگرانی ها هم دولت ها و سیاست گذاری های کلان را به بازاندیشی در برنامه های خود وادار کرده و هم افراد را به فراخور آگاهی و نگرانی شان، به تفکر و بازاندیشی مداوم درباره این تغییرات واداشته است. نگرش های بسیاری از افراد درباره محیط زیست و رابطه انسان با محیط زیست، تغییر یافته و اهمیت ذاتی محیط زیست و اهمیت حفاظت از آن، در زمینه محیط زیست و بهره برداری از منابع آن برای رفع نیازهای بشر، جایگزین انسان محوری شده است. یکی دیگر از این حوزه هایی که در آن بازاندیشی صورت گرفته، حوزه مصرف و مطرح شدن مفاهیمی مانند مصرف پایدار است. این مفهوم هم در سیاست گذاری های کلان مورد نظر وجود دارد و هم افراد در کنش های روزمره خود، آن را مدنظر قرار می دهند.

مصرف در جامعه معاصر جایگاه مهمی کسب کرده است؛ تا جایی که بسیاری از متفکران اجتماعی از عصر مصرف گرایی سخن می گویند. به بیان باومن<sup>۱</sup>، مصرف یک امر دائمی و حذف نشدنی در زندگی است که فارغ از زمان و تاریخ، در زندگی انسان حضور دارد، اما مصرف گرایی بیش از آنکه مانند مصرف امری فردی باشد، موضوعی مربوط به جامعه است

(باومن، ۲۰۰۷: ۲۵-۲۶). به نظر باومن، جامعه مصرف‌کنندگان جامعه‌ای است که گسترش‌دهنده، تشویق‌کننده و تقویت‌کننده انتخاب یک سبک و راهبرد زندگی مصرف‌گرا است و از همه جایگزین‌های فرهنگی ممکن، متنفر است. جامعه‌ای که در آن اتخاذ قواعد مصرفی و دنبال کردن آن‌ها به‌طور صریحی مربوط به همه تمایلات و اهداف عملی و تنها انتخاب بدون چون‌وچرای اثبات‌شده است: یک انتخاب پذیرفتنی و عملی، و یکی از شرایط عضویت (همان: ۵۳).

مصرف پایدار، مفهومی است که به مدیریت و کنترل مصرف متناسب با ظرفیت‌های محیط زیست می‌پردازد؛ به‌طوری‌که از نابودی و استفاده بیش‌ازحد از محیط‌زیست جلوگیری می‌کند تا منابع زیست‌محیطی دوباره تجدید شوند و برای آینده و نسل‌های آینده نیز به بقای خود ادامه دهند. مصرف پایدار یکی از راه‌های کنترل تولید غیرپایدار نیز هست. به بیان پورجمشیدی و همکاران (۱۳۹۵)، مصرف پایدار مفهومی است که به‌منظور کاهش مصرف منابع و انرژی به‌وجود آمده تا به تولید زباله کمتر و بازیافت بیشتر مواد مصرفی برسد. این مفهوم، بیانگر اولویت مصرف‌کننده برای خرید محصولات سالم و سبز است که مراقب محیط‌زیست، قابل بازیافت و به‌دغدغه‌های زیست‌محیطی حساس و پاسخگو باشد.

مؤسسه بین‌المللی توسعه پایدار<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۶ مصرف پایدار را این‌گونه تعریف می‌کند: «استفاده از خدمات و کالاهایی برای تأمین نیازهای پایه‌ای انسان و ایجاد سطح بهتری از کیفیت زندگی برای انسان است که میزان مصرف منابع طبیعی و مواد سمی، و تولید مواد زاید و آلاینده‌ها را در طول چرخه زیست‌خدمات و کالاها به حداقل می‌رساند، ولی نیازهای نسل‌های آینده را محدود نمی‌سازد. موضوع مصرف پایدار شامل موضوعات کلی متعددی مانند تأمین نیازها، ارتقای شاخص‌های کیفیت زندگی، بهبود بهره‌وری منابع، افزایش استفاده از منابع تجدیدشونده، کاهش میزان پسماندها، ارائه چرخه حیات و برابری اجتماعی و بین‌نسلی می‌گردد» (عباسی و رضایی، ۱۳۹۶).

استرن<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) اشاره می‌کند که بیشتر افراد می‌خواهند زندگی کنند و تصمیماتی برای ارضای نیازهای فعلی‌شان بگیرند، بدون اینکه این تصمیم‌ها با محیط‌زیست سازگار باشد. از این چشم‌انداز، رفتار پایدار یا زیست‌محیطی با تأثیری که دارد، به بهترین شکل تعریف می‌شود؛ تا

1. Sustainable Development Strategy International Group

2. Stern

آنجا تصمیمات اتخاذ می‌شوند که تمایل به سودمند بودن یا محدود کردن تأثیرات بر محیط زیست داشته باشند. به بیان میدلمیس<sup>۱</sup>، مفهوم مصرف پایدار، به تأثیرات سبک زندگی‌های با مصرف بالا بر محیط زیست و دیگر افراد، اشاره دارد؛ اینکه چگونه این تأثیرات باید فهمیده شوند و چگونه باید جلوی آن‌ها را گرفت. به عبارت دیگر، چگونه الگوهای کنونی مصرفی ما باید از لحاظ محیطی و اجتماعی پایدارتر شود؟ اغلب سیاست‌گذاران مفهوم مصرف پایدار را در مطالعات بین‌المللی و ملی در سطح خانوار بررسی می‌کنند (میدلمیس، ۲۰۱۸: ۵-۶).

گارسیا-روئیز و رودریگز-لوئسما (۲۰۱۰: ۲۲۳) بیان می‌کنند که نظریه مصرف باید از مفهوم بازاندری سود ببرد. به عقیده بوستروم و همکاران (۲۰۱۷) بازاندری یک مفهوم مرکزی، در جامعه‌شناسی زیست محیطی<sup>۲</sup> است؛ همان‌طور که در جامعه‌شناسی به‌طور کلی نیز چنین است. این مفهوم، اغلب به موضوعاتی مانند مدرنیته، حکومت، تخصص و مصرف مربوط است. بازاندری به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به گام‌های برساننده به سوی پایداری ارائه می‌شود، همان‌طور که تشخیص‌دهنده پیچیدگی، عدم قطعیت، معماها و تردید است؛ بنابراین تحلیل‌های انتقادی معنا و استفاده مفهومی از بازاندری مورد نیاز است. این یک مفهوم نظری کاربردی برای فهم مسائل مختلف پایداری است. بازاندری، ابزار مفید و مرتبطی برای جامعه‌شناسی زیست محیطی است که می‌تواند با دیگر رشته‌ها، سیاست‌گذاران و متخصصان ارتباط برقرار کند. افراسیابی و خرم‌پور (۱۳۹۴) معتقدند بازاندری در مورد خود و حوزه‌های مختلف زندگی و انتخاب از بین جایگزین‌های مختلف، از فرصت‌هایی است که جوامع مدرن در اختیار افراد قرار داده است. فرایند جهانی شدن از طریق فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، تغییرات عمیقی در زندگی بشر به وجود آورده که همه ابعاد زندگی او را از نهادهای کلان اجتماعی تا خصوصی ترین ابعاد زندگی دربرمی‌گیرد. در این جامعه جدید، کنش‌های اجتماعی و حتی هویت افراد در اثر اطلاعات جدید به‌طور مداوم بازبینی می‌شوند.

گیدنز (۱۳۹۷: ۳۴) بیان می‌کند که بازاندری در زندگی اجتماعی مدرن بیانگر آن است که عملکردهای اجتماعی به‌طور مداوم مورد بازسنجی قرار می‌گیرند و در نتیجه دریافت اطلاعات جدید درباره خودشان اصلاح می‌شوند و ویژگی‌های خود را به‌طور اساسی تغییر می‌دهند.

- 
1. Middlemiss
  2. Environmental Sociology

«گیدنز منتقد دیدگاه‌هایی است که رفتار فرد را در انطباق با ساختار و سیستم می‌بینند. او معتقد است انسان‌ها نقش فعالی در شکل‌دادن به زندگی اجتماعی دارند. آن‌ها صرفاً خودشان را با هنجارها و عرف اجتماعی وفق نمی‌دهند، بلکه کنش آن‌ها حاوی دانش عملی از جهان و قابلیت تأمل در شرایطشان و به‌کارگرفتن این دانش در رفتارشان است. انسان‌ها عاملانی مطلع، اهل بازانديشي و صاحب مهارت‌اند. گیدنز، هم در تحلیل کنش و کنشگران به بازانديشي جایگاه مهمی می‌دهد و هم در تحلیل کلان اجتماعی. از نظر او بازانديشي مشخصه کلیدی جوامع جدید است. درحالی که در جوامع پیشامدرن، غالباً سنت هدایت‌کننده رفتار بود، در جوامع مدرن اعمال اجتماعی پیوسته در پرتو اطلاعات جدید مورد بازبینی قرار می‌گیرند. البته بازانديشي تنها در سطح بین‌فردی و نهادی مطرح نیست، بلکه تعامل و بازخورد پیوسته میان این دو سطح نیز از مشخصه‌های مدرنیته است. دانش تخصصی که توسط نهادها ایجاد می‌شود، نه تنها در اعمال نهادی، بلکه در رفتارهای فردی نیز به‌کار گرفته می‌شود» (سیدمن<sup>۱</sup>، ۱۳۹۵: ۱۹۲-۱۹۳).

بک و همکاران (۲۰۰۳) در بیان تفاوت‌های مدرنیته اول با مدرنیته بازانديشانه، به بحران زیست محیطی اشاره می‌کنند. آن‌ها معتقدند به ویژگی‌های مدرنیته بازانديشانه باید پویایی‌های سیاسی را که توسط ادراک بحران زیست‌محیطی جهانی به جنبش درآمدی اضافه کرد که شامل پذیرش منابع محدود است. پیامدهای ارتباط ابزاری با طبیعت، تداوم تصور طبیعت به مثابه ارائه‌دهنده منابع بی‌طرف و نامحدود را مشکل‌تر می‌سازد. طبیعت، دیگر فقط به‌عنوان یک امر بیرونی (مفعول) که می‌تواند برای اهداف یک شخص (فاعل)<sup>۲</sup> اتخاذ شود دیده نمی‌شود، بلکه به‌طور روزافزونی به‌عنوان قسمتی از جامعه مورد توجه قرار می‌گیرد. بک (۱۳۹۷: ۴۸) اشاره می‌کند: «مفهوم خطر دقیقاً به مفهوم مدرن‌سازی بازانديشانه وابسته است. شاید بتوان خطر را روشی نظام‌مند برای رویارویی با مخاطرات و ناامنی‌هایی تعریف کرد که توسط خود مدرن‌سازی تولید و رایج شده است. خطرات<sup>۳</sup> در مقایسه با مخاطرات<sup>۴</sup> قدیمی‌تر، پیامدهایی‌اند که به نیروهای تهدیدگر مدرن‌سازی و جهانی شدن تردیدهایش مربوط می‌شوند. این خطرات به‌لحاظ سیاسی بازانديشانه‌اند.»

- 
1. Seidman
  2. Subject
  2. Risks
  3. Dangers

تلاش بک در مورد جامعه خطر جهانی و مدرنیته بازانديشانه، منبع کلیدی استفاده از مفهوم بازانديشی در جامعه‌شناسی زیست محیطی است. او اشاره می‌کند که در مدرنیته ساده اولیه، حل مسئله، مبتنی بر دیدگاهی شناختی و ابزاری است و عدم قطعیت، پیچیدگی و تردید، با استفاده از عقلانیت و فناوری برطرف می‌شوند. در نظریه مدرنیته بازانديشانه، این دیدگاه به حل مسئله، به طور اجتناب‌ناپذیری به پیامدهای ناخواسته و منفی منجر می‌شود. همان‌طور که این تأثیرات جانبی افزایش می‌یابند و توسط دیدگاه‌های ابزاری حل نشده باقی می‌مانند، یک چرخش بازانديشانه ظاهر می‌شود. بک بازانديشی را در دو معنای مواجهه با خود<sup>۱</sup> و بازتاب<sup>۲</sup> به کار می‌برد. در معنای اول، جامعه صنعتی تأثیرات جانبی و خطرات ناخواسته‌ای تولید می‌کند که بنیان‌های جامعه صنعتی و نهادهای اصلی آن را به چالش می‌کشد. در معنای دوم، بازتاب به اشکال و برساخت‌های متفاوت معرفت اشاره دارد. گیدنز به طور متفاوتی از مفهوم بازانديشی استفاده می‌کند. به بیان او، در مدرنیته بازانديشانه، عملکردهای اجتماعی به طور مداوم در اثر اطلاعات دریافتی مورد آزمون قرار می‌گیرند و تغییر شکل می‌دهند، و ویژگی‌های آن‌ها به طور اساسی تغییر می‌یابد و جایگزین می‌شود. او تأکید می‌کند که هم افراد و هم سازمان‌ها به طور مداوم درگیر بازتاب هستند (بوستروم و همکاران، ۲۰۱۷).

برخلاف هابرماس که بازانديشی را جزئی از فرایند مدرن شدن می‌بیند، بک و گیدنز آن را به عنوان یک توسعه کیفی در درون مدرنیته می‌نگرند. نظریه‌های مدرنیته بازانديشانه (مانند نظریه‌های بک و گیدنز)، مانند هابرماس و پساساختارگراها، بحران مدرنیته را نتیجه عقلانیت علمی فناورانه می‌دانند؛ درحالی‌که از نظر هابرماس، این مشکل از نوع سلطه است که مانع بیان دیگر جنبه‌های مدرنیته می‌شود. نظریه‌های مدرنیته بازانديشانه این بحران را به عنوان نتیجه تجاوز عقلانیت علمی فناورانه از محدودیت‌های خویش می‌بینند. به عبارت دیگر، بر پایه این نظریه‌ها، بهره‌برداری از این عقلانیت به نقطه‌ای رسیده است که دیگر به پیشرفت منجر نمی‌شود، بلکه مشکلات جدیدی شامل خطرات و مخاطرات تولید می‌کند. از این جنبه، آن‌ها با پساساختارگراها هم‌رأی هستند. پساساختارگراها تجاوزهای عقلانیت علمی فناورانه را نشانه آشکار شدن پایان مدرنیته می‌بینند؛ درحالی‌که نظریه‌های مدرنیته بازانديشانه آن را به عنوان بیان

- 
1. Self-Confrontation
  2. Reflection

توسعه جدید درون مدرنیته مدنظر قرار می‌دهند که به‌سوی راه‌های جدید شامل یک مدرنیته جدید، مدرنیته بازاندیشانه گشوده می‌شود (الینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸: ۱۰۲-۱۰۳).

مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی در ابتدا در سال ۱۹۷۸ توسط دانلپ و ون‌لیر به‌منظور اندازه‌گیری نگرش جهانی و جهت‌گیری‌های ارزشی نسبت به محیط‌زیست ارائه شد، اما پس از انتقادات زیاد، دانلپ و همکارانش در سال ۲۰۰۰ نسخه‌ی بازبینی‌شده‌ی این مقیاس را با پانزده گویه طراحی کردند. آن‌ها معتقد بودند نگرش زیست‌محیطی، بنیان‌کنش‌های انسانی در مورد محیط‌زیست و تعیین‌کننده‌ی چگونگی این ارتباط است. دانلپ (۲۰۰۲: ۳۳۶-۳۳۷) اظهار می‌دارد مطالعات درباره‌ی روابط جامعه-محیط‌زیست، سنت دانشگاهی‌ای را که برای تبیین پدیده‌های اجتماعی صرفاً بر واقعیت‌های اجتماعی تکیه می‌کند، نمی‌پذیرد و به‌طور ضمنی این فرض را که جوامع مدرن و صنعتی مشکلات زیست‌محیطی ندارند، رد می‌کند.

او بیان می‌کند که در ظهور جامعه‌شناسی زیست‌محیطی، مجموعه‌ای از پیش‌فرض‌ها قرار دارند که با یکدیگر یک پارادایم یا جهان‌بینی را برای محیط‌زیست می‌سازند که رویکرد انسان‌محور<sup>۲</sup> گذشته را به چالش می‌کشد. آن‌ها آن را در ابتدا پارادایم جدید زیست‌محیطی<sup>۳</sup> نامیدند، اما به‌خاطر ارتباطشان با بنیان‌های جامعه‌ی انسانی، آن را پارادایم جدید بوم‌شناختی<sup>۴</sup> نام‌گذاری کردند. پارادایم جدید زیست‌محیطی حداقل جامعه‌شناسان را به این واقعیت حساس می‌کند که مشکلات زیست‌محیطی از لحاظ اجتماعی و جامعه‌شناختی مهم هستند. به‌طور کلی، سبب تشخیص این مطلب می‌شود که پویایی‌های جوامع صنعتی مدرن فقط با توجه به تأثیرات روزافزون زیست‌محیطی‌شان و مشکلات اجتماعی ایجادشده با این تأثیرات، درک می‌شوند.

### روش‌شناسی تحقیق

برای انجام پیمایش و اجرای پرسشنامه در میان بزرگسالان (هجده‌ساله و بالاتر) شهر اصفهان، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای<sup>۵</sup> استفاده شد. بدین‌منظور، مناطق پانزده‌گانه

- 
1. Elling
  2. Anthropocentric
  3. New Environmental Paradigm
  4. New Ecological Paradigm
  5. Random Multi-stage Cluster Sampling



شهرداری اصفهان براساس ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی به پنج خوشه تقسیم شدند و از هر خوشه، یک منطقه به‌طور تصادفی انتخاب شد. در مرحله بعد، از مناطق پنج‌گانه منتخب چند محله به‌طور تصادفی و در مرحله آخر، در هر محله چند بلوک به‌صورت تصادفی معین شدند. در بلوک‌های منتخب، با مراجعه به درب منازل، پرسشنامه‌ای بین افراد هجده‌ساله و بالاتر توزیع شد. پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، ۹۸۱ پرسشنامه تکمیل‌شده بزرگسالان شهر اصفهان با نرم‌افزارهای SPSS و Amos تحلیل شدند.

برای سنجش نگرش زیست محیطی پاسخگویان از مقیاس پارادایم جدید زیست محیطی، نسخه بازبینی شده، استفاده شد. یکی از مهم‌ترین پرسشنامه‌های طراحی شده برای ارزیابی نگرش و جهت‌گیری زیست محیطی، مقیاس پارادایم جدید زیست محیطی است<sup>۱</sup> که توسط دانلپ (یکی از بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی زیست محیطی) و همکارانش طراحی شده است. دانلپ و همکارانش در سال ۲۰۰۰ نسخه بازبینی شده این مقیاس را ارائه کردند که در این پژوهش استفاده شد. نسخه جدید، یک ابزار اندازه‌گیری بهبودیافته در مقایسه با نسخه اولیه است که برای اندازه‌گیری صحیح نگرش زیست محیطی طراحی شده است (دانلپ و همکاران، ۲۰۰۰). این مقیاس شامل پانزده گویه به شرح زیر است:

۱. انسان‌ها حق دارند برای رفع نیازهایشان طبیعت را دستکاری کنند؛ ۲. دستکاری انسان‌ها در طبیعت، عواقب فاجعه‌آمیزی به بار خواهد آورد؛ ۳. انسان‌ها به‌شدت در حال سوءاستفاده از محیط زیست هستند؛ ۴. گیاهان و حیوانات به‌اندازه انسان‌ها حق حیات دارند؛ ۵. کره زمین مانند یک سفینه فضایی است که فضا و منابع محدودی دارد؛ ۶. ما در حال نزدیک شدن به حداکثر جمعیتی هستیم که کره زمین قادر به برآورده کردن نیاز آن است؛ ۷. تعادل طبیعت بسیار شکننده است و به‌آسانی از بین می‌رود؛ ۸. اگر امور به همین ترتیب پیش برود، به‌زودی شاهد یک فاجعه بزرگ زیست محیطی خواهیم بود؛ ۹. هوش و توانایی‌های انسانی ما را مطمئن می‌کند که در آینده کره زمین را تبدیل به یک محل غیرقابل سکونت نخواهیم کرد؛ ۱۰. کره زمین دارای منابع طبیعی فراوان است اگر یاد بگیریم چگونه آن‌ها را توسعه دهیم؛ ۱۱. انسان‌ها در نهایت به‌اندازه کافی درباره شیوه کار طبیعت خواهند آموخت تا بتوانند آن را کنترل کنند؛ ۱۲. تعادل طبیعت آنقدر قوی هست تا

## 1. New Ecological Paradigm (NEP) Scale

خود را با تأثیرات منفی جوامع صنعتی جدید تطبیق دهد؛ ۱۳. درباره بحران زیست محیطی که گفته می‌شود با آن مواجه هستیم، بزرگ‌نمایی و غلو شده است؛ ۱۴. با وجود توانایی‌های خاصی که انسان‌ها دارند، هنوز هم انسان‌ها (نه دیگر موجودات) موضوع اصلی قوانین مربوط به طبیعت هستند؛ ۱۵. انسان‌ها حق دارند به وضع قوانین برای بقیه طبیعت بپردازند.

گویه‌های ۲ تا ۸ (۷ گویه) جهت‌گیری مثبتی در مورد محیط‌زیست و نگرش منفی به اعمال مخرب انسان بر محیط‌زیست دارند، اما بقیه گویه‌ها (۸ گویه) نگرشی مثبت و خوش‌بینانه به اعمال انسانی بر محیط‌زیست دارند؛ بنابراین در نمره‌دهی این گویه‌ها و برای هم‌جهت کردن پاسخ‌ها، در تحلیل توسط کدگذاری مجدد، جهت پاسخ‌ها برعکس شده است.

برای متغیر رفتار مصرفی پایدار از ده گویه استفاده شد: ۱. عدم اسراف و مصرف بی‌رویه (q20)؛ ۲. عدم اتلاف آب در منزل (q21)؛ ۳. عدم اتلاف انرژی در منزل (q22)؛ ۴. استفاده از وسایل دست‌دوم و قابل‌استفاده به‌جای خرید وسایل جدید (q23)؛ ۵. استفاده از وسایل نقلیه عمومی یا دوچرخه به‌جای خودروی شخصی (q24)؛ ۶. انجام‌دادن خرید بی‌رویه و غیرضروری (q25)، ۷. خرید محصولات ارگانیک (q26)، ۸. تفکیک زباله‌های قابل‌بازیافت (q27)، آسیب‌نرساندن به طبیعت (q28)؛ ۹. استفاده نکردن از پاکت‌ها و ظروف پلاستیکی (q29). گویه‌های بسیاری، به‌ویژه در مطالعات خارجی، برای سنجش کنش‌های مصرفی پایدار استفاده شده‌اند. گویه‌های مورد بررسی در این پژوهش، براساس مرور ادبیات پژوهش و متناسب با جامعه ایران و شهر اصفهان انتخاب شد. بسیاری از گویه‌های مورد استفاده در مطالعات خارجی، مانند استفاده از خودروی برقی یا استفاده از انرژی خورشیدی و... در مورد جامعه ایران رواج و مصداق چندانی ندارند و از این‌رو در مطالعه حاضر کنار گذاشته شدند.

شاخص KMO، هم برای گویه‌های مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی (به میزان ۰/۸۳۰) و هم برای گویه‌های مصرف پایدار (به میزان ۰/۸۰۱) در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است. در قسمت یافته‌های پژوهش، بار عامل‌های (گویه‌های) تشکیل‌دهنده مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی و مصرف پایدار با نرم‌افزار ایموس محاسبه شد. بار عاملی همه این گویه‌ها در سطح ۰/۰۰۰ معنادار و میزان آن‌ها نیز بالا و قابل‌قبول است. همه این موارد بیان‌کننده روایی<sup>۱</sup> مقیاس‌های

## 1. Validity

استفاده شده در پژوهش است. برای بررسی پایایی<sup>۱</sup> داده‌ها، از ضریب آلفای کرونباخ<sup>۲</sup> استفاده شد. جدول ۱ پایایی این متغیرها را با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد. پایایی هر دو متغیر اصلی مورد بررسی پژوهش، بالای ۰/۷ و نزدیک ۰/۸ بود که نشان‌دهنده همبستگی قابل قبول و نزدیک به خوب میان گویه‌ها است (حبیب پور گتایی و صفری شالی، ۱۳۹۱: ۳۶۶). همچنین این موضوع، اعتبار مقیاس پارادایم جدید زیست محیطی (و گویه‌های متغیر مصرف پایدار) در میان بزرگسالان شهر اصفهان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. پایایی مقیاس‌های پژوهش

متغیر	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
نگرش زیست محیطی (پارادایم جدید محیطی)	۱۵	۰/۷۹۵
کنش‌های مصرفی پایدار	۱۰	۰/۷۸۰

### یافته‌های توصیفی

در جامعه آماری این پژوهش، ۴۸/۷ درصد پاسخگویان مرد و ۵۱/۳ آن‌ها زن بودند. ۸۳/۸ درصد از پاسخگویان را افراد شاغل و ۱۶/۲ درصد را افراد بیکار تشکیل دادند. ۳۵/۱ درصد مجرد بودند و ۶۴/۹ درصد حداقل یک‌بار ازدواج کرده بودند. ۸۷/۴ درصد پاسخگویان در شهر و ۱۲/۶ درصد در روستا متولد شده‌اند. ۵۸/۴ درصد تحصیلات دانشگاهی و ۴۱/۶ درصد تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم داشتند. ۵۱/۱ درصد در خانه ویلایی و ۴۸/۹ درصد در آپارتمان زندگی می‌کردند. ۵۷/۰ درصد مالک و ۴۳/۰ مستأجر بودند. میانگین سن پاسخگویان، ۳۶/۴۱ سال بوده است. بیشترین فراوانی (۳۰/۲ درصد) به گروه سنی ۲۶-۳۵ سال و کمترین فراوانی (۱/۹ درصد) به گروه سنی ۶۶ سال و بالاتر اختصاص دارد. پاسخگویانی که درآمد آن‌ها بین ۵ تا ۶ میلیون تومان بود، بالاترین فراوانی (۳۱/۳ درصد) را داشتند. سهم کسانی که ۹-۱۰ میلیون تومان درآمد داشتند، ۱/۳ درصد بود.

### یافته‌های استنباطی

1. Reliability
2. Cronbach's Alpha

جدول ۲ نشان‌دهنده همبستگی متغیرهای نگرش زیست‌محیطی، سن و درآمد با مصرف پایدار است. نگرش زیست‌محیطی رابطه معنادار و مثبتی با مصرف پایدار دارد و هرچه افراد نگرش زیست‌محیطی مناسب‌تری دارند، کنش‌های مصرفی (از لحاظ زیست‌محیطی) پایدارتری انجام می‌دهند. متغیرهای سن و درآمد رابطه معناداری با مصرف پایدار نداشته‌اند.

جدول ۲. همبستگی متغیرهای نگرش زیست‌محیطی، سن و درآمد با مصرف پایدار

متغیر	میزان همبستگی	سطح معناداری
نگرش زیست‌محیطی	۰/۲۹۵	۰/۰۱
سن	۰/۰۴۶	۰/۱۵۳
درآمد	۰/۰۵۹	۰/۰۶۷

جدول ۳ نشان‌دهنده تفاوت میانگین مصرف پایدار برحسب متغیرهای جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، محل تولد، وضعیت مالکیت مسکن و نوع مسکن است. یافته‌ها نشان داد میانگین نمره مصرف پایدار زنان بیشتر از مردان است و این تفاوت معنادار است. نتایج بیانگر آن است که میانگین نمره مصرف پایدار افرادی که تحصیلات عالی دارند، بیش از افرادی است که تحصیلات آن‌ها دیپلم و کمتر است. همچنین افرادی که مالک مسکن هستند، در مقایسه با مستأجران، کنش‌های مصرفی پایدارتری دارند. تفاوت میانگین نمره مصرف پایدار پاسخگویان برحسب متغیرهای وضعیت تأهل، محل تولد، نوع مسکن و وضعیت اشتغال معنادار نیست.

جدول ۳. تفاوت میانگین مصرف پایدار برحسب برخی از متغیرهای مستقل

متغیر	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معناداری
جنسیت	مرد	۳۲/۹۱۶	۳/۰۹۸	۰/۰۰۲
	زن	۳۴/۲۰۵		
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۳۲/۹۷۸	۲/۳۶۲	۰/۰۱۸
	تحصیلات دانشگاهی	۳۴/۰۰۳		
وضعیت تأهل	مجرد	۳۳/۷۵۰	۰/۶۴۳	۰/۵۲۰
	حداقل یک بار ازدواج کرده	۳۳/۴۸۳		
محل تولد	شهر	۳۳/۶۱۶	۰/۴۹۳	۰/۶۲۲
	روستا	۳۳/۳۰۶		

۰/۲۷۹	۱/۰۸۴	۶/۵۷۰	۳۳/۷۹۹	خانه ویلایی	نوع مسکن
		۶/۵۰۵	۳۳/۳۴۶	آپارتمان	
۰/۰۰۱	۳/۲۴۵	۶/۳۰۲	۳۴/۱۶۳	مالک	وضعیت مالکیت مسکن
		۶/۷۷۰	۳۲/۸۰۱	استیجاری/رهن	
۰/۶۵۵	۰/۴۴۷	۶/۷۶۷	۳۳/۳۶۵	بیکار	وضعیت اشتغال
		۶/۴۹۷	۳۳/۶۱۹	شاغل	

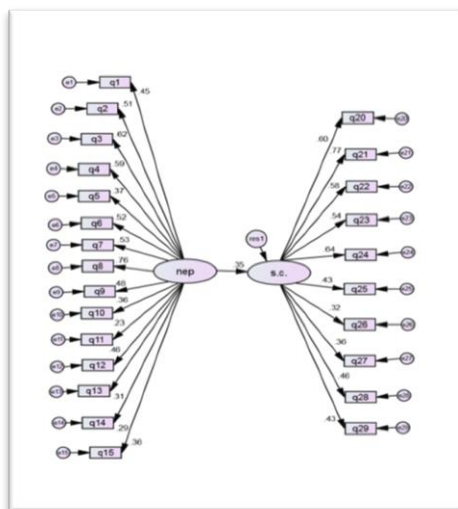
با استفاده از رگرسیون خطی گام به گام<sup>۱</sup> چندمتغیره، تأثیر متغیرهای مورد بررسی پژوهش بر متغیر کنش مصرفی پایدار برآورد شد. جدول ۴ ارائه دهنده نتایج مدل رگرسیونی خطی چندمتغیره بر متغیر مصرف پایدار است. از میان متغیرهای مستقل، تنها متغیرهای نگرش زیست محیطی، وضعیت مالکیت مسکن، جنسیت و تحصیلات بر متغیر مصرف پایدار مؤثر بوده‌اند و در مدل رگرسیونی باقی مانده و بررسی شده‌اند. آزمون t نیز برای این متغیرها معنادار و تأییدکننده معناداری ضریب رگرسیونی آنها است. این مدل نیز با آزمون F به میزان ۲۸/۶۸۹ در سطح ۰/۰۰۰ معنادار بوده است. میزان تبیین واریانس یا ضریب تعیین مدل ۰/۱۰۵ است. مقدار تبیین واریانس تعدیل شده مدل نیز برابر با ۰/۱۰۲ است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل در مجموع ۱۰/۲ درصد از تغییرات متغیر مصرف پایدار را تبیین می‌کنند. نگرش زیست محیطی با ضریب رگرسیونی به مقدار ۰/۲۸۵، بیشترین تأثیر را بر میزان مصرف پایدار دارد و پس از آن به ترتیب، متغیرهای وضعیت مالکیت مسکن (با ضریب رگرسیونی ۰/۰۸۵-)، جنسیت (با ضریب رگرسیونی ۰/۰۷۸) و تحصیلات (با ضریب رگرسیونی ۰/۰۶۰) بیشترین تأثیر را بر مصرف پایدار دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد با بهبود نگرش زیست محیطی، میزان مصرف پایدار افزایش می‌یابد و هرچه افراد از لحاظ زیست محیطی نگرش‌های بهتری دارند، کنش‌های مصرفی پایدارتری انجام می‌دهند. میزان مصرف پایدار در بین زنان بیشتر از مردان است. میزان مصرف پایدار در بین افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند، بیشتر از افرادی است که تحصیلات دیپلم و پایین‌تر دارند. ضریب رگرسیونی متغیر وضعیت تصرف مسکن منفی و بیانگر آن است که میزان مصرف پایدار در میان افرادی که مستأجر هستند، کمتر از افرادی است که منزل شخصی دارند.

## 1. Stepwise

جدول ۴. تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر مصرف پایدار با استفاده از رگرسیون خطی

متغیر	ضریب رگرسیونی استاندارد	T	معناداری
نگرش زیست محیطی	۰/۲۸۵	۹/۴۰۲	۰/۰۰۰
جنسیت (زن)	۰/۰۷۸	۲/۵۶۰	۰/۰۱۱
تحصیلات (دانشگاهی)	۰/۰۶۰	۱/۹۷۵	۰/۰۴۹
وضعیت تصرف مسکن (استیجاری/رهن)	-۰/۰۸۵	-۲/۸۱۱	۰/۰۰۵
ضریب تعیین		۰/۱۰۵	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۱۰۲	

با استفاده از مدلسازی در نرم افزار ایموس، بار عاملی گویه‌های تشکیل دهنده متغیرهای نگرش زیست محیطی و مصرف پایدار و همچنین میزان تأثیر (وزن رگرسیونی) متغیر نگرش زیست محیطی بر مصرف پایدار برآورد شد. شکل ۱ ارائه دهنده این تأثیرات است. میزان تأثیر متغیر نگرش زیست محیطی بر متغیر مصرف پایدار، ۰/۳۵ به دست آمد و در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است. همه این بارهای عاملی گویه‌های تشکیل دهنده این دو متغیر در سطح ۰/۰۰۰ معنادار هستند. معناداری بارهای عاملی دو متغیر، بیانگر اعتبار مقیاس‌های این دو متغیر در بررسی نگرش‌های زیست محیطی و مصرف پایدار در شهر اصفهان است. شاخص‌های برازش برای این مدل در نرم افزار ایموس چنین برآورد شده است:  $AGFI = 0/783$  و  $GFI = 0/817$ ،  $RMSEA = 0/08$ .



شکل ۱. تأثیر متغیر نگرش زیست محیطی بر متغیر مصرف پایدار و بار عاملی گویه‌های تشکیل دهنده متغیرهای نگرش زیست محیطی و مصرف پایدار

از میان گویه‌های تشکیل‌دهنده مقیاس نگرش زیست محیطی (پارادایم جدید زیست محیطی)، به ترتیب گویه‌های ۸، ۳، ۴، ۷، ۶، ۲، ۹، ۱۲، ۱، ۵، ۱۰، ۱۵، ۱۳، ۱۴ و ۱۱ بیشترین بار عاملی را در تشکیل متغیر نگرش زیست محیطی داشتند. بر این اساس گویه ۸ بیانگر باور افراد به این موضوع است که روند کنونی زندگی و کنش‌های انسان، به سمت نابودی محیط زیست پیش می‌رود و با ادامه این وضع، در آینده مشکلات زیست محیطی شدت خواهد یافت. گویه ۳ نشان‌دهنده سوءاستفاده انسان از محیط زیست و نقش او در نابودی آن است. گویه ۴ نیز بیانگر اهمیت ذاتی دیگر موجودات برای افراد است؛ اینکه تنها این انسان‌ها و برطرف کردن نیازهایشان نیست که اهمیت دارد و دیگر موجودات و حیات آن‌ها نیز باید به همان میزان مورد احترام باشند. تمامی این موارد نشان از اهمیت نگرش انسان به محیط زیست در کنش‌های زیست محیطی او دارد و نشان‌دهنده تأثیر منفی و مخرب رویکرد انسان‌محور به محیط زیست است.

از میان گویه‌های تشکیل‌دهنده متغیر مصرف پایدار به ترتیب، عدم اتلاف آب در منزل (q21)، استفاده از وسایل نقلیه عمومی یا دوچرخه به جای خودروی شخصی (q24)، اسراف نکردن و مصرف بی‌رویه (q20)، عدم اتلاف انرژی در منزل (q22)، استفاده از وسایل دست دوم و قابل استفاده به جای خرید وسایل جدید (q23)، آسیب نرساندن به طبیعت (q28)، عدم خرید بی‌رویه و غیرضروری (q25)، استفاده نکردن از پاکت‌ها و ظروف پلاستیکی (q29)، تفکیک زباله‌های قابل بازیافت (q27) و خرید محصولات ارگانیک (q26)، بیشترین بار عاملی را در ایجاد متغیر مصرف پایدار داشته‌اند. تأثیر ضعیف متغیرهایی نظیر خرید محصولات ارگانیک، تفکیک زباله‌های قابل بازیافت و استفاده نکردن از پاکت‌ها و ظروف پلاستیکی می‌تواند از عواملی نظیر مهیا نبودن بستر و امکانات لازم برای این انجام این کنش‌ها برای افراد در زمینه مورد بررسی و همچنین نداشتن آگاهی کافی آنان متأثر باشد.

### بحث و نتیجه‌گیری

مشکلات زیست محیطی از مهم‌ترین مسائل زندگی انسان مدرن است. در کنار پیامدهای ناشی از تولیدات صنعتی، مصرف‌گرایی نیز از دلایل اصلی ایجاد و تشدید این مشکلات است. نگرش افراد به محیط زیست و رابطه انسان با محیط زیست، بنیان کنش‌های وی در مقابل محیط زیست از جمله کنش‌های مصرفی است. تا وقتی که افراد در نگرش‌شان به محیط زیست بازاندیشی نکنند و

برای محیط‌زیست ارزش ذاتی قائل نشوند، کنش‌های مصرفی آنان تغییری نخواهد یافت. در پژوهش حاضر، رابطه نگرش زیست‌محیطی بزرگسالان شهر اصفهان و کنش‌های مصرفی پایدار آنان بررسی شد. برای ارزیابی نگرش زیست‌محیطی، از مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی و برای ارزیابی کنش‌های مصرفی پایدار، از ده گویه استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده اعتبار مقیاس پارادایم جدید زیست‌محیطی، در ارزیابی نگرش زیست‌محیطی در شهر اصفهان است. میزان تأثیرگذاری نگرش زیست‌محیطی بر مصرف پایدار نشان داد از نگرش زیست‌محیطی افراد می‌توان برای تبیین و پیش‌بینی کنش مصرفی پایدار افراد استفاده کرد. هرچه افراد نگرش بهتری به محیط‌زیست داشته باشند و هرچه از رویکردهای انسان‌محور نسبت به ارتباط انسان با محیط‌زیست دورتر باشند و برای محیط‌زیست اهمیت ذاتی قائل باشند، کنش‌های مصرفی پایدارتر و از لحاظ زیست‌محیطی مناسب‌تری از خود بروز می‌دهند. متغیر جنسیت بر مصرف پایدار مؤثر است و زنان کنش‌های مصرفی پایدارتری از مردان از خود بروز می‌دهند. این نتیجه با یافته‌های برخی از پژوهش‌ها (موحد و همکاران، ۱۳۸۹؛ مختاری ملک‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۵) سازگار است. متغیر تحصیلات نیز بر مصرف پایدار مؤثر است و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، کنش‌های مصرفی پایدارتری دارند. همچنین وضعیت مالکیت مسکن افراد بر مصرف پایدار تأثیر دارد و افرادی که صاحب خانه هستند، در مقایسه با مستأجران کنش‌های مصرفی پایدارتری دارند. متغیرهای سن، درآمد، وضعیت اشتغال، وضعیت تأهل، محل تولد و نوع مسکن، با مصرف پایدار رابطه معنادار ندارند.

عدم اتلاف آب در منزل و استفاده از وسایل نقلیه عمومی یا دوچرخه به‌جای خودروی شخصی، گویه‌هایی هستند که بیشترین بار عاملی را در تشکیل مقیاس مصرف پایدار داشته‌اند که نشان‌دهنده اهمیت کمبود آب و آلودگی هوا برای بزرگسالان شهر اصفهان است. این دو مشکل از مهم‌ترین مشکلات زیست‌محیطی کنونی شهر اصفهان هستند و برخی پژوهش‌های پیشین (عزتیان و هاشمی‌نسب، ۱۳۹۲؛ حقیقتیان، ۱۳۹۳) نیز این مطلب را تأیید کرده‌اند. ضعیف‌ترین تأثیر را به ترتیب گویه‌های خرید محصولات ارگانیک، تفکیک زباله‌های قابل‌بازیافت، و استفاده نکردن از پاکت‌ها و ظروف پلاستیکی داشته‌اند. محصولات ارگانیک در شهر اصفهان و در ایران به‌طورکلی، به میزان کافی در دسترس مصرف‌کنندگان نیستند و این می‌تواند یکی از دلایل این موضوع باشد. نبود جایگزین‌های کافی برای ظروف و پاکت‌های



پلاستیکی نیز از دلایل تأثیر کم این گویه بر کنش مصرفی پایدار بزرگسالان شهر اصفهان است. درمورد تفکیک زباله‌های قابل بازیافت نیز آگاهی و زمینه مناسبی برای کنش وجود ندارد. بسیاری از کشورهای غربی در این موارد سرمایه‌گذاری خوبی انجام داده‌اند و بسترهای مناسبی برای کنش‌های مصرفی پایدار فراهم کرده‌اند. تأثیر کنش‌های مصرفی افراد بر محیط زیست و ارتباط میان نگرش زیست محیطی و مصرف پایدار، بیانگر نیاز به پژوهش‌های بیشتر در این زمینه در سطوح ملی، منطقه‌ای و شهری است. همچنین باید افراد جامعه را از مشکلات زیست محیطی و تأثیر کنش‌های (مصرفی) آنان بر این مشکلات، به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی، آگاه کرد و آن‌ها را به انجام کنش‌های مصرفی پایدارتر ترغیب کرد. سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری‌های کلان نیز باید به‌منظور ایجاد بسترهای مناسب برای مصرف پایدار، به‌ویژه متناسب با ویژگی‌ها و مشکلات زیست محیطی هر شهر و منطقه صورت گیرد.

## منابع

- آقایاری‌هیر، توکل، علیزاده اقدم، محمدباقر و هنرور، حسین (۱۳۹۵). بررسی سواد محیط‌زیستی و مصرف مسئولانه و پایدار (مورد مطالعه: شهروندان ارومیه)، فصلنامه آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، دوره ۵، شماره ۱: ۵۳-۶۵.
- افراسیابی، حسین و خرم‌پور، یاسین (۱۳۹۴). مطالعه بازان‌دیشی اجتماعی در میان جوانان شهر یزد، جامعه‌شناسی کاربردی، دوره بیست‌وششم، شماره ۳: ۲۳-۳۸.
- بک، اولریش (۱۳۹۷). جامعه خطر: به‌سوی مدرنیته‌ای نوین، ترجمه رضا فاضل و مهدی فرهنگ‌نژاد، تهران: نشر ثالث.
- پازوکی‌نژاد، زهرا و صالحی، صادق (۱۳۹۳). تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر نگرش و عملکرد زیست-محیطی دانشجویان. جامعه‌شناسی کاربردی، دوره بیست‌وپنجم، شماره ۳: ۷۱-۸۸.
- پورجمشیدی، حدیث، مهدی‌زاده، حسین، غلام‌رضایی، سعید و شیرینی، نعمت‌الله (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر گرایش به رفتار مصرف پایدار (مورد مطالعه شهر خرم‌آباد)، فصلنامه آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، دوره چهارم، شماره ۴: ۵۵-۶۴.
- حبیب‌پور گتایی، کرم و صفری شالی، رضا (۱۳۹۱). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)، تهران: لویه.

- حقیقتیان، منصور (۱۳۹۳). تحلیلی بر رفتار زیست محیطی شهروندان اصفهان و عوامل مؤثر بر آن، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، دوره ششم، شماره ۲۳: ۱۳۳-۱۴۴.
- حمایت‌خواه جهرمی، مجتبی، ارشاد، فرهنگ، دانش، پروانه و قربانی، مهدی (۱۳۹۶). تاملی جامعه‌شناختی در مناسبات دانش، نگرش و رفتار زیست محیطی (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران)، دوفصلنامه مسائل اجتماعی ایران، دوره هشتم، شماره ۱: ۵-۲۵.
- دسترس، فرناز و خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین عوامل جامعه‌شناختی و رفتار زیست محیطی شهروندان شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، دوره سی‌ام، شماره ۴: ۳۵-۵۸.
- رحمتی غفرانی، یلدا، طالقانی، محمد و چیرانی، ابراهیم (۱۳۹۶). گرایش‌های ارزشی مصرف‌کننده و تمایل به رفتار خرید، نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، دوره نهم، شماره ۱۷: ۱۲۵-۱۴۷.
- رستگار خالد، امیر، مشکینی، قاسم و صالحی، صادق (۱۳۹۶). بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست محیطی در بین شهروندان مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ تهران، فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره دوازدهم، شماره ۱: ۳۷-۵۸.
- سیدمن، استیون (۱۳۹۵). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- صالحی، صادق (۱۳۹۹). سنجش وضعیت مسئولیت‌پذیری جامعه روستایی نسبت به محیط‌زیست و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: استان مازندران). توسعه محلی (روستایی-شهری)، دوره دوازدهم، شماره ۱: ۱-۲۰.
- صالحی، صادق (۱۳۸۹). نگرش به جدید نسبت محیط‌زیست و مصرف انرژی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ششم، شماره ۲۰: ۲۲۵-۲۴۸.
- صالحی، صادق و امام‌قلی، لقمان (۱۳۹۱). مطالعه تجربی رابطه آگاهی و رفتارهای زیست محیطی (مطالعه مناطق شهری و روستایی شهرستان سندج)، دوفصلنامه مسائل اجتماعی ایران، دوره سوم، شماره ۱: ۱۲۱-۱۴۷.
- صالحی، صادق، کبیری، افشار و کریم‌زاده، سارا (۱۳۹۵). بررسی نقش جنسیت در جهت‌گیری‌های زیست محیطی (مورد مطالعه: شهر ارومیه). علوم و فناوری محیط‌زیست، دوره هجدهم، شماره ۱: ۱۴۹-۱۶۱.

- عباسی، جواد و رضایی، عاطفه (۱۳۹۶). بررسی عوامل تأثیرگذار بر رفتار مصرفی سبز پایدار، *مجله مدیریت توسعه و تحول*، شماره ۳۱: ۷۱-۸۱.
- عباسی، عباس، یدالهی، شهربانو و بیگی، جمال (۱۳۹۷). بررسی قصد مصرف کننده برای خرید محصولات سبز با استفاده از نظریه رفتار برنامه ریزی شده، نگرانی های زیست محیطی و دانش زیست محیطی، *فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین*، دوره هشتم، شماره ۳۱: ۱۳۰-۱۱۱.
- عبدالهی، عظیمه السادات، زاهدی مازندرانی، محمدجواد، صالحی، صادق و ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۵). نظام معنایی پدیده خشکسالی در میان کشاورزان استان اصفهان، *توسعه محلی (روستایی-شهری)*، دوره هشتم، شماره ۲: ۲۷۱-۲۹۴.
- عزتیان، ویکتوریا و هاشمی نسب، سادات (۱۳۹۲). انتشار آلاینده های جوی چالش زیست محیطی شهر اصفهان، *مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای*، دوره چهارم، شماره ۱۶: ۱۴۵-۱۶۰.
- قادری، ناصح، چوپانی، سامان، صالحی، صادق و خوش فر، غلامرضا (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار زیست محیطی در شهرستان مریوان در سال ۱۳۹۲، *مجله علوم پزشکی زانکو، دانشگاه علوم پزشکی کردستان*، دوره شانزدهم، شماره ۴۸: ۱۰-۱۸.
- قربانیان گزافرودی، محمدصادق، خیری، بهرام، اسماعیل پور، حسن و علیقلی، منصوره (۱۳۹۸). شناسایی ابعاد ساختار ذهنی آگاهانه به عنوان یکی از وجوه مصرف آگاهانه، *مدیریت بازرگانی*، دوره یازدهم، شماره ۴: ۹۶۵-۹۹۱.
- کریمی علویجه، محمدرضا و فروغی اصل، محمدجواد (۱۳۹۴). بخش بندی مصرف کنندگان سبز با استفاده از متغیرهای سبک زندگی (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات ارگانیک در شهر شیراز)، *فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین*، دوره پنجم، شماره ۱۹: ۱۶۳-۱۸۴.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۷). *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ نهم، تهران: نشر مرکز.
- محمدیان، محمود و ختائی، امیر (۱۳۹۰). رابطه میان عوامل روانی، اجتماعی و رفتار مصرف کننده سبز (حامی محیط زیست). *مدیریت بازرگانی*، دوره سوم، شماره ۷: ۱۴۳-۱۶۰.
- مختاری ملک آبادی، رضا، عبدالهی، عظیمه السادات و صادقی، حمیدرضا (۱۳۹۳). تحلیل و بازشناسی رفتارهای زیست محیطی شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان سال ۱۳۹۱)، *مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری*، دوره پنجم، شماره ۱۸: ۱-۲۰.

موحد، مجید، عباسی شوازی، محمدتقی و مرحمتی، ندا (۱۳۸۹). رسانه، جنسیت و مصرف‌گرایی: مطالعه رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی با تمایلات مصرف‌گرایانه دختران و پسران جوان در شهر شیراز، *مطالعات راهبردی زنان*، دوره دوازدهم، شماره ۴۷: ۷-۴۰.

نصیری، روح‌الله (۱۳۹۶). بررسی نقش رسانه‌ها در مصرف پایدار، *مجله نخبگان علوم و مهندسی*، دوره دوم، شماره ۴: ۱۳-۲۶.

هنرور، حسین، آقایی‌هیر، توکل و علیزاده اقدم، محمدباقر (۱۳۹۷). مطالعه ارتباط بین جهت‌گیری ارزشی اجتماعی و مصرف پایدار در بین شهروندان ارومیه، *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، دوره دهم، شماره ۴: ۷۹-۱۰۸.

- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Polity press.
- Beck, U., Bonss, W., & Lau, C. (2003). The theory of reflexive modernization: Problematic, hypotheses, and research programme. *Theory, Culture and Society*, 20(2), 1-33.
- Bostrom, M., Lidskog, R., & Ugglä, Y. (2017). A reflexive look at reflexivity in environmental sociology. *Environmental Sociology*, 3(1), 6-16.
- Chokriensukchai, K., & Tamang, R. (2010). Thai youths and global warming: Media information, awareness, and lifestyle activities. *Applied Environmental Education and Communication*, 9, 198-208.
- Dunlap, R. E. (2002). Paradigms, theories and environmental sociology. In: Dunlap, R.E., Buttel, F. H., Dickens, P., & Gijswijt, A. (Eds.). *Sociological Theory and the Environment: Classical Foundations, Contemporary Insights* (pp 329-350). Rowman and Littlefield publishers.
- Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The new environmental paradigm: A proposed measuring instrumental and preliminary results. *Journal of Environmental Education*, 9, 10-19.
- Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A.G., & Jones, R.E. (2000). Measuring endorsement of the New Ecological Paradigm: A revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.
- Elling, B. (2008). *Rationality and the Environment: Decision-Making in Environmental Politics and Assessment*. Earthscan.
- Garcia-Ruiz, P., & Rodriguez-Lluesma, C. (2010). Reflexive consumers: A relational approach to consumption as a social practice. In: Archer, M. S. (Eds.). *Conversations about reflexivity* (pp 223-242). Routledge.
- Harraway, J., Broughton-Ansin, F., Deaker, L., Jowett, T., & Shephard, K. (2012). Exploring the use of the revised New Ecological Paradigm scale (NEP) to monitor the development of students' ecological worldviews. *The Journal of Environmental Education*, 43(3), 177-191.
- Jafari, A., & Goulding, C. (2013). Globalization, reflexivity, and the project of the self: A virtual intercultural learning process. *Consumption, Markets and Culture*, 16(1), 65-90.

- Jaiswal, D., & Singh, B. (2017). Toward sustainable consumption: Investigating the determinants of green buying behavior of Indian consumers. *Business Strategy and Development*, 1, 64-73.
- Junior, J. J. (2017). The influence of sustainability beliefs in sustainable consumption behavior: A study with students from Brazil and Paraguay. *Rebrae, Curitiba*, 10(2), 313-328.
- Middlemiss, L. (2018). *Sustainable consumption: Key ideas*. Routledge.
- Mont, O., & Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress. *Journal of cleaner production*, 16, 531-537.
- Ntanos, S., Kyriakopoulos, G., Skordoulis, M., Chalikias, M., & Arabatzis, G. (2018). An application of the New Environmental Paradigm (NEP) scale in a Greek context. *Energies*, 12, 239.
- Pagiaslis, A., & Krontalis, A. K. (2014). Green consumption behavior antecedents: Environmental concern, knowledge, and beliefs. *Psychology and Marketing*, 31(5), 335-348.
- Reid, L., Hunter, C., & Sutton, P. W. (2011). Rising to the challenge of environmental behavior change: Developing a reflexive diary approach. *Geoforum*, 42, 720-730.
- Sener, A., & Hazer, O. (2008). Values and sustainable consumption behavior of women: A Turkish sample. *Sustainable Development*, 16, 291-300.
- Stern, P.C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Tanner, C., & Kast, S. W. (2003). Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology and Marketing*, 20(10), 883-902.
- Thøgersen, J. (2017). Sustainable food consumption in the nexus between national context and private lifestyle: A multi-level study. *Food Quality and Preference*, 55, 16-25.
- Thøgersen, J., & Olander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23, 605-630.
- Trudel, R. (2019). "Sustainable consumer behavior." *Consumer Psychology Review*, 2(1), 85-96.
- Vikan, A., Camino, C., Biaggio, A., & Nordvik, H. (2007). Endorsement of the New Ecological Paradigm (A comparison of two Brazilian samples and one Norwegian sample). *Environment and Behavior*, 39(2), 217-228.
- Yarimoglu, E., & Binboga, G. (2019). Understanding sustainable consumption in an emerging country: The antecedents and consequences of the ecologically conscious consumer behavior model. *Business Strategy and the Environment*, 28(4), 642-651.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, K., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: Green consumer behavior when purchasing products. *Sustainable Development*, 18, 20-31.