

رابطه فردگرایی با تأثیرات زیست محیطی مصرف در بین شهروندان ارومیه‌ای

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۲

حسین هنرور^{*۱}

توکل آقاییاری^۲

محمدباقر علیزاده اقدم^۳

ابراهیم محمدپور^۴

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: توسعه‌ی پایدار چالش بزرگی برای جوامع در حال توسعه است، چرا که شهروندان آن‌ها با سبک‌های زندگی مصرفی، فراتر از ظرفیت زیست محیطی‌شان از منابع طبیعی استفاده می‌کنند. چنین تأثیری که از آن تحت عنوان «ردپای اکولوژیک» یاد می‌شود، در کنار عوامل دیگر، تحت تأثیر عوامل ارزشی و نگرشی مانند فردگرایی، مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی است.

روش: روش تحقیق مورد استفاده در پژوهش حاضر از نوع توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شهروندان ۱۵-۶۵ سال شهر ارومیه بوده که از میان آنها ۵۱۶ نفر با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های ردپای اکولوژیک ترنر (۲۰۱۳)، مادی‌گرایی ریشینس (۲۰۰۴)، مصرف‌گرایی بیبین (۱۹۹۴) و فردگرایی استفاده شد.

یافته‌ها: داده‌ها با استفاده از آزمون‌های مدل معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد که متغیرهای فردگرایی (بصورت غیر مستقیم از طریق مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی) و مادی‌گرایی (بصورت مستقیم)، اثری مثبت و معنی‌دار (در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۱) بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف در بین شهروندان ارومیه‌ای دارند. بر اساس نتایج حاصل از برازش مدل مسیر، متغیرهای مستقل تحقیق حدود ۲۰ درصد از تغییرات ردپای اکولوژیک را تبیین کردند.

نتیجه‌گیری: جهت‌گیری‌های ارزشی فردگرایانه و مادی‌گرایانه از عوامل اصلی مؤثر بر ردپای اکولوژیک شهروندان است و ضروری است، جهت کاستن اندازه ردپا، مداخلات رسمی و غیررسمی آموزشی و فرهنگ‌سازی در دستور کار مسئولین امر قرار گیرد.

کلمات کلیدی: ردپای اکولوژیک، فردگرایی، مصرف‌گرایی، مادی‌گرایی

۱. استادیار گروه روان‌شناسی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران.

*نویسنده مسئول: Huseyn.hunarvar@gmail.com

۲. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم انسانی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۳. استاد جامعه‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم انسانی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۴. دانشجوی مقطع دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز

Relationship between Individualism and Consumption's Environmental Impact among Urmia Citizens

Hossein Honarvar^{1*}

Tavakkol Aghayari Hir²

Mohammad Bagher Alizaddeh Aghdam³

Ebrahim Mohammadpour⁴

Original Article

Abstract

Introduction: Sustainable development is the main concern for all developing societies, which are exploiting the natural resources beyond their environmental capacity, concerning their citizens' consumer lifestyle. Such an impact, which is known as Ecological Footprint, besides other factors, is under the influence of value orientation and attitudinal factors such as individualism and materialism.

Method: Present study employed a descriptive and correlational research design. The statistical population consisted of all 15-65 years old citizens of Urmia which 516 of whom were selected by the use of cluster sampling technique, as the study sample. Ecological Footprint Questionnaire (Turner, 2013), Materialism Questionnaire (Richins, 2004), Consumerism Questionnaire (Babin, 1994), and Individualism Questionnaire were used to collect data.

Finding: Data were analyzed using structural equation modeling tests. Results showed that individualism (indirectly through consumerism and materialism) and materialism (directly), have positive and significant effects (meaningful level of less than 0. 01) on the ecological footprint of consumption among citizens of Urmia. According to the results of the fitted path model, independent variables could explain around 20 percent of variations in ecological footprint.

Conclusion: Individualistic and materialistic value orientations could be realized as main determinants of ecological footprint among citizens, which formal and non-formal cultural and educational interventions are needed to be employed by administrative entities to control them.

Keywords: Ecological footprint, individualism, consumerism, materialism.

1. Department of Psychology, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran (Correspondent Author), Email: Huseyn.hunarvar@gmail.com

2. Associated Professor of Sociology, Faculty of Law & Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

3. Professor of Sociology, Faculty of Law & Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

4. PhD. candidate of Sociology, Tabriz University, Tabriz, Iran.

مقدمه

در طول چند دهه گذشته، ارتباط بین انسان و طبیعت به عنوان یک موضوع مهم مورد توجه قرار گرفته است. زیرا به نظر می‌رسد منابع طبیعی سریع‌تر از زمانی که برای بازیابی لازم دارند، توسط انسان مصرف و تخریب می‌شود و به دلیل رفتارهای نادرست و غیراخلاقی انسان، مشکلات زیست محیطی فراوانی به وجود آمده است. در این راستا، طرفداران محیط زیست بیان می‌کنند که برای حل مسائل زیست محیطی، باید از علوم فیزیکی و اکولوژیکی به سوی علوم رفتاری و اخلاقی و الگوهای روانشناسی- اجتماعی حرکت کرد، زیرا به نظر می‌رسد این علوم، پتانسیل خوبی برای توسعه راه‌های بهبود محیط زیست داشته باشند (متی‌زاده و کریمی گوگری، ۱۳۹۵).

در این راستا باید اذعان داشت که شهرها به عنوان یکی از واحدهای اساسی جامعه انسانی، ضمن داشتن ویژگی‌های اجتماعی و روانشناختی اختصاصی خود، بر اساس گردش جریان انرژی/ منابع طبیعی- کالا سازمان‌دهی شده‌اند. البته خود این جریان به شدت تحت تاثیر روحیات و خلیقات شهری و مصرفی شده امروز شکل گرفته و تداوم دارد می‌یابد. به این حال، این جریان شاید مهم‌ترین محرک فعالیت‌های تولیدی- مصرفی شهرها محسوب شود که باعث ایجاد تضاد میان افزایش نیازهای اقتصادی- اجتماعی از یک سو و کاهش ظرفیت زیست محیطی^۱ از سوی دیگر شده است (لو، گورسوی و دل چیاپا^۲، ۲۰۱۶)، به نحوی که بر اساس شواهد موجود، جامعه‌ی جهانی با شرایط فعلی برای تأمین کالاهای مورد نیاز انسان‌ها در طولانی مدت دست کم به ۱/۶ کره‌ی زمین نیاز خواهد داشت (شبکه‌ی ردپای جهانی^۳، ۲۰۱۶). به رغم بهبود و ارتقاء سطح بهره‌وری از منابع طبیعی و مدیریت پسماندها و مواد زائد خطرناک برای محیط زیست، هنوز تقاضای انسان‌ها برای مصرف، هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود (هوباسک، گوان، بارت و ویدمن^۴، ۲۰۰۹) و عملاً فهم رفتار ساکنان شهرهای بزرگ امروزی به عنوان مسبب اصلی این تقاضا، بدون ارجاع به سنگ بسترهای ارزشی، نگرشی و روانشناختی آنها عملاً ممکن و میسر نخواهد بود. در این راستا توجه به سلامت شهری به عنوان یکی از اهداف سازمان بهداشت جهانی و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ در ارتقاء سلامت اجتماعی و اهمیت فراهم‌سازی شرایط مناسب برای شهروندان می‌باشد. فلذا تدوین و اجرای سیاست‌های اجتماعی منجر به حفاظت و بهره‌برداری پایدار از محیط زیست، خدمات و رفاه اجتماعی و سلامت روان شهروندان خواهد شد (کیخاونی، صفاری‌نیا، علی‌پور و فرزاد، ۱۳۹۹).

1. *Biocapacity*
2. *Lu, Gursoy & Del Chiappa*
3. *Global Footprint Network*
4. *Hubacek, Guan, Barrett & Wiedmann*

زیاده‌خواهی بشر، چه دانسته و چه نادانسته، در مقیاس جهانی، محیط زیست انسانی را وارد شرایط بسیار بحرانی کرده، به نحوی که مصرف اقتصادی- اجتماعی بشر امروز خود را به سطحی بسیار فراتر از توان تحمل اکولوژیکی زمین رسانده است (وینزتل، استین اولسن، هرتویچ، بوروکه و گالی، ۲۰۱۴). بنابراین، ضرورت حفظ تعادل بین توسعه‌ی شهری و پایداری زیست محیطی نیازمند درک بهتر هم‌نیازهای اقتصادی- اجتماعی و هم‌سرمایه‌های طبیعی جهت تداوم ارائه خدمات زیست محیطی توسط زیست بوم بشری است (لو و همکاران، ۲۰۱۶). که به نوبه خود مدیریت این مساله جهانی، نیازمند اقدامات و ارائه راه‌حل‌های جهانی (آری و ساری، ۲۰۱۷؛ لی، ژائو و یو، ۲۰۱۹) هم در سطح تجارب فردی و هم در سطوح میانی و کلان است. برای درک بهتر این موضوع به یک‌سری از شاخص‌های پایداری زیست محیطی نیازمندیم که ضمن تشخیص نشانه‌ها یا علائم هشدار دهنده در زمینه محیط زیست، میزان تأثیر انسان بر محیط زیست را نیز اندازه‌گیری کند که شاخص ردپای اکولوژیک^۴ یکی از اخیرترین و قابل‌اعتناترین این شاخص‌های است.

مفهوم رد پای اکولوژیک برای نخستین بار به وسیله ریس^۵ و واکرناگل^۶ در اوایل دهه ۹۰ و در دانشگاه بریتیش کلمبیا مطرح شد. این دو در اثر مهم خود با عنوان «ردپای اکولوژیک ما- کاهش اثر انسان بر زمین» در سال ۱۹۹۶ به بسط و گسترش این مفهوم پرداخته و آن را به عنوان یک شاخص مهم در زمینه سنجش پایداری در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی منطقه‌ای و شهری مطرح کردند (حبیبی، قادری، اسدی، و رحیمی کاکه‌جوب، ۱۳۹۷). ایده اولیه این مفهوم این است که هر فرد، فرآیند، فعالیت و منطقه‌ای از کره زمین نوعی ارتباط با زمین دارد که این ارتباط از طریق استفاده از منابع، تولید مواد زائد و استفاده از خدمات تولید شده توسط طبیعت است (اسماعیل‌زاده، براری، رحمتی و کلانتری، ۱۳۹۵). بعبارت ساده‌تر، ردپای اکولوژیک میزان فشاری را که از سوی انسان‌ها یا جامعه‌ی انسانی بر محیط زیست تحمیل می‌شود را از طریق پیوند دادن مصارف اقتصادی- اجتماعی با زمین در دسترس، اندازه‌گیری می‌کند (وانگ، چو و لی، ۲۰۱۲).

تأثیرات زیست محیطی یک جمعیت و افراد آن مانند هر تجربه بشری دیگر، می‌تواند از ابعاد مختلف، تحت تأثیر بسیاری از عوامل در سطوح مختلف باشد. در این میان، می‌توان از تأثیرگذاری برخی متغیرهای روانشناختی اجتماعی مانند؛ فردگرایی^۸، مصرف‌گرایی^۹ و مادی‌گرایی^{۱۰}، به عنوان سه عامل اصلی موثر بر ردپای اکولوژیک صحبت کرد. در این راستا، نتایج مطالعات و تحقیقات

1. Weinzettl, Steen-Olsen, Hertwich, Borucke & Galli

2. Ari & Sari

3. Li, Zhao & Yu

4. Ecological Footprint

5. Rees

6. Wackernagel

7. Wang, Chou & Lee

8. Individualism

9. Consumerism

10. Materialism

انجام گرفته در داخل و خارج از کشور، نشان می‌دهند که بین ویژگی‌های ارزشی و نگرشی شامل؛ فردگرایی، مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی در میان انسان‌ها و تاثیرگذاری آن‌ها بر محیط زیست رابطه معنی‌داری وجود دارد (اندرسون و ناسن^۱، ۲۰۱۶؛ لو و چن^۲، ۲۰۱۷؛ کیلبورن و پیکت^۳، ۲۰۰۸؛ عبدالهی، حسینیان، کربلایی، کشاورزی و نجفی، ۲۰۱۷).

با حفظ روند روبه‌رشد جمعیت در سال‌های آتی در سطح دنیا، انتظار می‌رود که جمعیت جهان در سال ۲۰۵۰ میلادی به بالای ۹ میلیارد نفر برسد. این وضعیت در کنار افزایش مصرف‌گرایی و سبک‌زندگی مصرفی و بالا رفتن سطح سرانه رفاه و برخورداری‌های اقتصادی و مادی، محیط زیست را جهت تأمین منابع مورد نیاز بشر تحت فشار قرار خواهد داد (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۴، ۲۰۰۸). بر اساس محاسبات شبکه‌ی ردپای جهانی، با توجه به اینکه در سال ۲۰۱۷ جمعیت جهان از مرز ۷ میلیارد نفر عبور کرده است، انسان‌ها در کمتر از ۸ ماه، سرانه بودجه‌ی زیست محیطی خود را به اتمام می‌رسانند و در باقی هر سال، برای جبران کمبود اکولوژیک به منابع محلی و خارجی فشار می‌آورند و در واقع منابعی که باید در اختیار نسل‌های بعدی قرار می‌گرفت را به مصرف می‌رسانند. بر اساس گزارش مذکور، روند تحولات مربوط به میزان ردپای اکولوژیک و ظرفیت زیستی برای ایران نشان می‌دهد که ضمن با ثباتی نسبی ظرفیت زیست محیطی در کشور، میزان ردپای اکولوژیک آن از سال ۱۹۹۰ میلادی به این طرف افزایش چشم‌گیری داشته است (شبکه ردپای جهانی، ۲۰۱۶). در جامعه مورد مطالعه، یعنی شهر ارومیه نیز، میزان تولید زباله در روزهای عادی سال به حدود ۴۵۰ تن بالغ می‌شود. سرانه تولید زباله در روز به ازای هر نفر در شهر ارومیه به طور متوسط ۶۵۰ تا ۷۵۰ گرم می‌باشد که نسبت به شهرهای اروپایی این مقدار، ۳ برابر بیشتر است (شهرداری ارومیه، ۱۳۹۵). شرایط خاص شهر ارومیه به عنوان یکی از مراکز استانی بزرگ شمال غرب کشور، مانند؛ افزایش جمعیت ناشی از رشد طبیعی و نیز جذب مهاجرین از شهرهای اطراف؛ محدودیت‌های طبیعی عمده در تأمین منابع مورد نیاز جمعیت مسکون؛ داشتن برخی نمونه‌های عینی مخاطرات زیست محیطی مانند خشک شدن دریاچه ارومیه، که بر اساس گزارشات در اثر تغییر اقلیم، دخالت انسان‌ها در محیط زیست و متعاقب آن کاهش بارش‌ها طی ۱۰ سال اخیر رخ داده است و همچنین دارا بودن بیش‌ترین میزان وسایل نقلیه نسبت به جمعیت در این شهر بعد از شهر تهران (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۸) و ورود ریزگردها از کشورهای مجاور، این شهر را به مورد مناسبی برای مطالعه مباحث زیست محیطی، از جمله ردپای اکولوژیک مصرف، تبدیل کرده است.

در جوامع امروزی، تضاد میان دنبال کردن منافع فردی، موفقیت‌های مالی، مصرف‌گرایی و حمایت از رفتارهای زیست محیطی به یک موضوع عادی تبدیل شده است. اولویت یافتن رشد

1. Andersson & Nassen

2. Lu & Chen

3. Kilborn & Pickett

4. The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

اقتصادی و در نتیجه آن، ارزش‌های اقتصادی و مادی، فشار قابل توجه و غیرقابل تحملی را به سیاره‌ی زمین وارد کرده است. یکی از عواملی که زمینه‌چین اتفاقاتی را فراهم آورده، گسترش مدرنیته و تغییرات همراه آن، از جمله رواج فردگرایی در بین افراد جامعه می‌باشد. فردگرایی به عنوان یکی از ابعاد شش‌گانه‌ی فرهنگ در تقسیم‌بندی هافستد^۱ از فرهنگ ملل مختلف، به عنوان یک جهت‌گیری ارزشی/ فرهنگی، تفاوت‌های رفتاری افراد/ ملل مختلف را در زمینه‌ی گرایش‌های اجتماعی و اقتصادی مختلف بیان می‌کند (سوارس، فرهنگ‌مهر و شهام^۲، ۲۰۰۷). در عین حال، تحقیقات معدودی در داخل کشور، ارتباط بین جهت‌گیری‌های ارزشی و نگرشی نظیر؛ فردگرایی و رفتارهای زیست محیطی، به ویژه ردپای اکولوژیک مصرف، را بررسی کرده‌اند. تحقیقات جدید در این حوزه نشان می‌دهد نه تنها فردگرایی تأثیرات مستقیم بر رفتارهای زیست محیطی می‌تواند داشته باشد، بلکه به طور غیرمستقیم از کانال یک‌سری متغیرهای میانجی نظیر مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی نیز می‌تواند با نگرش‌ها و رفتارهای زیست محیطی در رابطه قرار گیرد (بالو، گلدرگ، روزنتال، کاتلر و لیزروویتس^۳، ۲۰۱۹؛ کلارک و مایکن^۴، ۲۰۰۲).

بطور کلی می‌توان برای فردگرایی دوسویه‌ی مثبت و منفی در نظر گرفت، سویه‌ی مثبت آن متناظر با خودبسنندگی، خودمرجعی، مسئولیت‌پذیری و سویه‌ی منفی آن تداعی‌کننده انزوا، خودشیفتگی و خودخواهی است که مخل نظم و توسعه روانشناختی- اجتماعی به شمار می‌رود (سپاه‌منصور، صفاری‌نیا و صفاری‌نیا، ۱۳۹۹؛ کعبه، خاقانی‌فرد و حکمی، ۱۳۹۶). در جوامع فردگرا، افراد بر عکس جمع‌گرا که هویت خودشان را از خانواده یا اجتماع می‌گیرند. انگیزه‌ها، اهداف و خواسته‌های شخصی را در اولویت قرار می‌دهند. بعبارت دیگر، آن‌ها در ساختن هویت/ هویت‌ها برای خودشان آزاد هستند. زمانی که افراد فردگرا در مورد نقش و موقعیت اجتماعی خودشان در جامعه حس عدم اطمینان و ناخشنودی داشته باشند، آن‌ها از طریق روی آوردن به مادیات و مصرف کالاهای مادی به دنبال اعتبار بخشیدن به موقعیت خودشان در جامعه خواهند بود (کلارک و مایکن، ۲۰۰۲؛ راس و هان^۵، ۲۰۱۷). به عبارت دیگر، در جوامع فردگرا، اعتقاد افراد بر این است که جامعه به شدت سلسله‌مراتبی است و در این حالت برای نشان دادن موفقیت‌های فردی و هویت برتر خود به دیگران، مصرف کالاهای مادی و مادی‌گرایی می‌تواند به نمادی برای موفقیت‌های فردی تبدیل شود (گاربارینو، سوتر و لی^۶، ۲۰۱۴).

سوادن، امسد و پونز^۷ (۲۰۱۱) در رابطه با تأثیر فردگرایی بر مصرف‌گرایی معتقدند که در کشورهای دارای ارزش‌های فردگرایانه، مصرف‌گرایی و روی آوردن به مصرف متظاهرانه، توسط

1. Hofstede
2. Soares, Farhangmehr & Shoham
3. Ballew, Goldberg, Rosenthal, Cutler & Leiserowitz
4. Clarke & Micken
5. Ross & Hahn
6. Garbarino, Soutar & Lee
7. Souiden, M'Saad & Pons

انگیزه‌های مادی‌گرایی و افزایش حس اعتماد به نفس (کاذب) از سوی مصرف‌کنندگان، تقویت می‌شود. در چنین جوامعی مصرف‌کنندگان در جهت ارتقاء وضعیت اجتماعی و بهبود تصور از خود، مشتاقانه به سمت مصرف‌گرایی^۱ می‌روند. در جوامع فردگرا بر خلاف جوامع جمع‌گرا - که در آن روابط بین فردی ارجحیت دارد- به موفقیت‌های فردی اهمیت بیشتری داده می‌شود (سودان و همکاران، ۲۰۱۱). در این رابطه بودریار^۲ در کتاب نظام اشیاء (۱۹۶۸) بیان می‌کند که مصرف را باید به عنوان روندی تلقی کرد که در آن خریدار یک قلم کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالای خریداری شده، به طور فعال مشغول تلاش برای خلق و حفظ نوعی حس هویت است، به عبارتی دیگر، مردم حس چه کسی بودن را، از طریق آنچه مصرف می‌کنند، تولید می‌کنند (به نقل از باکاک، ۱۳۸۱: ۱۰۱). زندگی در جامعه‌ی مصرفی، همواره آسیب‌های شدیدی نیز به دنبال دارد. توسعه‌ی صنعتی، پیشرفت‌های فنی و ساختارهای مصرف در جامعه، تخریب محیط زیست را در پی دارد. به اعتقاد او تخریب محیط زیست، آلودگی آب و هوا از عوارض و خطرات جامعه‌ی مصرفی محسوب می‌شود و این باعث می‌شود تا جامعه (به سبب ناتوانی در کنترل شرایط و یا تطبیق دادن خود با شرایط) خود را ببلعد (بودریار، ۱۳۹۴: ۴۲-۳۸). به اعتقاد کهیل^۳، جوامع مصرف‌گرا در جهت رسیدن به منافع خودشان، بصورت پیوسته در حال ضربه زدن به منابع محیط زیست و تخریب آن هستند (کهیل، ۲۰۰۲: ۹). همچنین تحقیقات نشان داده است جوامعی که شهروندان آن از ارزش‌های مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی بالایی برخوردارند، در آن جامعه تولید گازهای گلخانه‌ای بیشتر است (کاسر^۴، ۲۰۱۱).

سینها و ورما^۵ (۱۹۸۷)، فردگرایی را ترویج دهنده رابطه قراردادی مبتنی بر اصول تبادل تعریف می‌کنند که در این اصول کنش‌گران قبل از درگیر شدن در یک رفتار، ابتدا سود و زیان آن را می‌سنجند و همچنین بر منافع فوری در رابطه با هزینه‌ها و نیازهای خود تاکید می‌کنند. ولی در جمع‌گرایی افراد به منافع گروهی اهمیت بیشتری می‌دهند و بر منافع جمعی تاکید کرده و همیشه نتایج رفتارهایشان و تاثیر آن‌ها بر دیگران را مورد توجه قرار می‌دهند. در جمع‌گرایی بر خلاف فردگرایی، افراد منابع کمیاب را به اشتراک می‌گذارند. به اعتقاد آنها این توضیحات، این ایده را که رفتارهای زیست محیطی می‌توانند از جهت‌گیری‌های ارزشی و نگرشی (فردگرایی/ جمع‌گرایی) سرچشمه بگیرند را منطقی جلوه می‌دهد (مک‌کارتی و مایکن، ۲۰۰۱).

به اعتقاد مک‌کارتی و مایکن (۲۰۰۱)، افرادی که دارای ویژگی‌های فردگرایانه هستند، به رفتارهای زیست محیطی (مانند بازیافت)، به عنوان هزینه در برابر منافع آنی می‌نگرند و بعید است که چنین رفتارهایی را از خود بروز دهند. بر این اساس کسانی که جهت‌گیری فردی دارند به

1. Consumerism
2. Baudrillard
3. Cahill
4. Kasser
5. Sinha & Verma

احتمال زیاد کمک کردن به محیط زیست (کاهش تخریب محیط زیست، مصرف فایده‌گرا و بازیافت) را مقرون به صرفه برای منافع فوری فردی‌شان نمی‌دانند. به عبارت دیگر، آن‌ها به‌طور یقین درک مسئله کمک به محیط زیست را کمک به اهداف شخصی خود نمی‌دانند و آن را در مقابل اهداف خود خواهند دید. در مقابل افرادی که جمع‌گرا هستند نسبت به اعضا و اهداف جمعی احساس وظیفه و مسئولیت دارند. چون در جمع‌گرایی به تأثیر کنش‌های انسانی بر جامعه و نسل‌های آتی اهمیت داده می‌شود، به رفتارها و اقدامات زیست محیطی جهت حفاظت از آن، اهمیت بیشتری می‌دهند (مک‌کارتی و مایکن، ۲۰۰۱).

بر اساس ادبیات موجود، عوامل روانشناسانه اجتماعی مانند؛ مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی، می‌توانند در رابطه بین فردگرایی و رفتارهای زیست محیطی، به عنوان عوامل میانجی، وارد شوند. به اعتقاد ریشینز، مک کیچ و نجار^۱ (۱۹۹۲)، یکی از نتایج منفی مادی‌گرایی و متعاقب آن مصرف‌گرایی، هزینه‌های زیست محیطی ناشی از مصرف بیش از اندازه است. مصرف‌گرایی و مصرف بیش از حد، توانایی سیاره‌ی زمین را در پاسخگویی به خواسته‌های مصرف تمام ساکنان سیاره زمین را کاهش داده است. آنها گزارش کردند که افرادی که مادی‌گرا هستند، تعهد کمتری به انجام کنش‌های سازگار با محیط زیست (مانند بازیافت زباله‌ها) دارند (ریشینس و همکاران، ۱۹۹۲). همچنین به اعتقاد مائو، پاکیزه، چونگ و ریس^۲ (۲۰۰۹)، ارزش‌های مادی‌گرایانه می‌توانند اهمیت و جایگاه ارزش‌های عام‌گرایی یا جهان‌شمول^۳ (مانند حفظ محیط زیست) را در میان افراد کاهش دهند و در مقابل جایگاه و اهمیت ارزش‌هایی که در برابر حفظ محیط زیست هستند، مانند قدرت^۴ و دستیابی^۵ را تحکیم کند. در حقیقت، ارزش‌های مادی‌گرایانه می‌توانند در نگرش و رفتار افراد نفوذ کرده و تأثیرات منفی و مخربی در زمینه محیط زیست بوجود آورند. به اعتقاد آن‌ها این کار از طریق کاهش گرایش‌های اجتماعی به سمت منافع جمعی و تأکید بر منافع آبی و فردی اتفاق می‌افتد (مائو و همکاران، ۲۰۰۹).

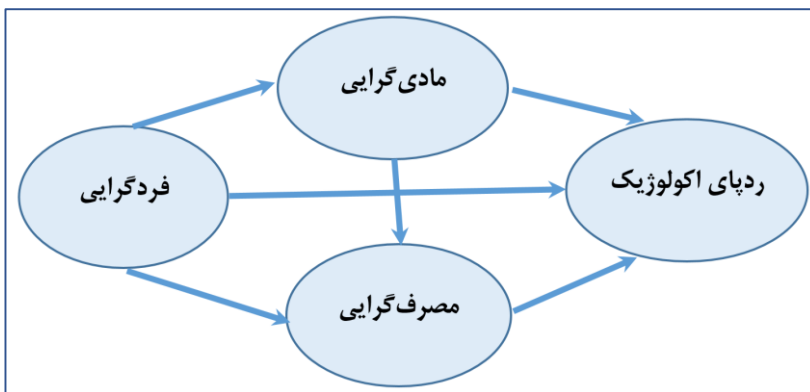
رستگار خالد، مشکینی و صالحی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست محیطی در بین شهروندان مناطق ۱۹، ۱۱ و ۳ شهر تهران به این نتیجه رسیدند که بین فردگرایی و جمع‌گرایی افقی با شهروندی زیست محیطی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ولی بین جمع‌گرایی و فردگرایی عمودی با شهروندی زیست محیطی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. نتایج تحقیق احمدیان و حقیقتیان (۱۳۹۵) با عنوان "تحلیل جامعه‌شناختی نقش عوامل فرهنگی بر رفتارهای زیست محیطی شهری شهروندان کرمانشاهی" بیانگر این است که میانگین رفتارهای زیست محیطی شهروندان متوسط رو به بالا است و بین متغیرهای ارزش،

1. Richins, McKeage & Najjar
2. Maio, Pakizeh, Cheung & Rees
3. Universalism
4. Power
5. Achievement

باور و آگاهی‌های زیست محیطی با رفتارهای زیست محیطی رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش شیانگ، زانگ، گنگ، ژو و وو^۱ (۲۰۱۹) نشان داد که افرادی که دارای جهت‌گیری ارزشی فردگرایانه هستند در مقایسه با افرادی که دارای جهت‌گیری ارزشی جمع‌گرایانه هستند، کمتر رفتارهای سازگار و همسو با محیط زیست دارند. نتایج تحقیق سودان و همکاران (۲۰۱۱)، حاکی از آن است که میزان مصرف متظاهران در جوامع فردگرا نسبت به جوامع جمع‌گرا بالاتر است و این که علت اصلی گرایش افراد به سمت مصرف متظاهران، بهبود وضعیت اجتماعی و تصور از خود می‌باشد.

طبق یافته‌های ژو و ایمورا^۲ (۲۰۱۱) کاهش مصرف‌گرایی به عنوان یک راه حل منطقی در کاهش ردپای اکولوژیک موثر است. همچنین آن‌ها پیشنهاد کردند که برای کاهش ردپای اکولوژیک، باید رفتارهای مصرفی انسان‌ها باهم هماهنگ باشند و باید به مردم از طریق اطلاع‌رسانی و دادن آگاهی در مورد عواقب و نتایج زیست محیطی مصرف‌گرایی، به آن‌ها در انتخاب سبک زندگی صحیح کمک کرد.

براساس مطالب گفته شده، مقاله حاضر با هدف برآورد میزان ردپای اکولوژیک مصرف در شهر ارومیه و بررسی تاثیر فردگرایی بر آن انجام شده است. با توجه به ادبیات پژوهشی تحقیق، متغیرهای مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی نیز به عنوان متغیرهای مداخله‌گر در تحلیل‌ها وارد شده‌اند. همچنین پیشینه تجربی موجود، مدل نظری تحقیق به صورت شکل شماره ۱ تنظیم شده است.



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

روش

روش مورد استفاده در تحقیق حاضر از نوع توصیفی و همبستگی است. محقق با گردآوری داده‌های لازم از طریق پرسشنامه، تأثیرات علی متغیرهای فردگرایی، به عنوان متغیر اصلی، و مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی به عنوان متغیرهای میانجی، را بر میزان ردپای اکولوژیک بررسی کرده است. همچنین تحقیق حاضر جزو تحقیقات کاربردی بوده و از این حیث یافته‌های تحقیق برای کسب اطلاع از عوامل موثر بر ردپای اکولوژیک و ارائه راهکارهای مناسب برای کاستن از آن راه‌گشا خواهد بود.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی شهروندان ۶۵-۱۵ سال شهر ارومیه به تعداد ۴۷۶۴۴۵ نفر بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ می‌باشد که از این تعداد ۵۱۶ نفر بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران تعیین و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، برای مطالعه انتخاب شده‌اند. در ادامه به تعریف متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود.

ابزارهای پژوهش

الف) پرسشنامه ردپای اکولوژیک: در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری متغیر ردپای اکولوژیک در ابعاد مختلف آن از مقیاس "رد پای اکولوژیک من چه اندازه است؟" (ترنر^۲، ۲۰۱۳) استفاده شده است که در پاره‌ای موارد محتوای گویه‌ها با توجه به متن مورد مطالعه تعدیل شده‌اند. مطابق با این پرسشنامه، ردپای اکولوژیک در ۷ بعد شامل؛ مصرف آب، مصرف غذا، مصرف انرژی، حمل‌ونقل، مصرف کالا، مسکن و مصرف لباس مورد سنجش قرار گرفته است.^۳ همچنین مطابق با تحقیق ترنر (۲۰۱۳) با توجه به اینکه گویه‌های مربوط به ردپای اکولوژیک به شکل عینی در زمینه کم و کیف مصرف موارد مذکور طراحی شده‌اند، نیازی به ارزیابی پایایی در این مورد نبوده است.

ب) پرسشنامه فردگرایی: این متغیر در تحقیق حاضر با استفاده از گویه‌هایی نظیر؛ دور از فامیل زندگی کردن، سرترا از بقیه بودن، لذت بردن از رقابت، خود را متفاوت از دیگران دانستن، تک و متفاوت بودن، مسئولیت پذیر بودن (گویه منفی)، انجام دادن کارها به تنهایی، برطرف کردن نیازهای شخصی، به خود متکی بودن و توجه کردن به نصیحت‌های دیگران (گویه منفی) مورد سنجش قرار گرفته است. برای سنجش اعتبار پرسشنامه حاضر، از روش اعتبار محتوایی (از نوع صوری) استفاده شده است، به این نحو که تلاش شده است معرف‌های تهیه شده، بر اساس نظر کارشناسان در دسترس، سازه‌های مورد بررسی را در حد قابل قبولی پوشش دهند. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، برابر ۰/۷۹ است که در تحقیق حسین‌زاده، محمودی و ممبینی (۱۳۹۲) نیز پایایی این متغیر با آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۵ تایید گردیده بود. روش

1. How Big is My Ecological Footprint?

2. Turner

۳. نتیجه این بررسی‌ها در صورت تمایل از طریق مکاتبه با نویسنده مسئول مقاله قابل دسترسی است.

نمره‌گذاری پرسشنامه بدین صورت است که سوال‌ها روی مقیاس لیکرت ۶ درجه‌ای کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۶) انجام می‌شود.

ج) پرسشنامه مادی‌گرایی: در تحقیق حاضر برای سنجش متغیر مادی‌گرایی، از پرسشنامه مادی‌گرایی ریشینس (۲۰۰۴) استفاده شده است. پرسشنامه مادی‌گرایی در ۳ بعد شامل: بعد موفقیت (با ۴ سوال)، بعد محوریت (با ۴ سوال) و بعد شادی (با ۴ سوال) با مقیاس ۶ گزینه‌ای و در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است. ریشینس (۲۰۰۴) پایایی این ابزار را در دامنه ۰/۹۰ تا ۰/۸۵ برای زیرمقیاس‌ها گزارش نمودند. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، برابر ۰/۸۳ است.

د) پرسشنامه مصرف‌گرایی: در تحقیق حاضر برای سنجش متغیر مصرف‌گرایی از پرسشنامه مربوط به مصرف‌گرایی (ایستمن، گلداسمیت و فلین^۱، ۱۹۹۹) استفاده شده است. مصرف‌گرایی در ۳ بعد شامل: بعد مصرف لذت‌بخش (با ۸ سوال)، مصرف جایگاه اجتماعی (با ۵ سوال) و بعد مصرف متظاهرانه (با ۴ سوال) با مقیاس ۶ گزینه‌ای و در قالب طیف لیکرت ۶ گزینه‌ای (کاملاً مخالفم (۱) و کاملاً موافقم (۶) مورد سنجش قرار گرفته است. ایستمن و همکاران (۱۹۹۹) پایایی این پرسشنامه را در دامنه ۰/۸۹ تا ۰/۸۱ برای زیرمقیاس‌ها گزارش نمودند. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ، برابر با ۰/۸۴ است.

در پژوهش حاضر ارزیابی و بررسی شکل توزیع مقادیر متغیرهای تحقیق نیز نشان می‌دهد این متغیرها عمدتاً از توزیع به نسبت نرمالی برخوردارند^۲. همچنین داده‌ها با استفاده از نرم افزار *SPSS* و *LISREL* تجزیه و تحلیل شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده بر طبق سطوح اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و از آمار استنباطی (مدل معادلات ساختاری) استفاده شده است.

یافته‌ها

در این بخش یافته‌ها در قالب توصیف نمونه و متغیرها، ارزیابی تأثیرات چندگانه متغیرها (در قالب مدل معادلات ساختاری و محاسبه‌ی اثرات، مستقیم، غیر مستقیم و کل) ارائه شده است. جدول شماره ۱ اطلاعات توصیفی متغیرها را ارائه کرده است:

1. Eastman, Goldsmith & Flynn

۲. نتیجه این بررسی‌ها در صورت تمایل از طریق مکاتبه با نویسنده مسئول مقاله قابل دسترسی است.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
موفقیت			۳/۹۳	۱/۱۰
مخوریّت			۲/۹۹	۰/۸۷
مادی گرایی	۱	۶	۳/۹۵	۱/۰۲
شادی			۳/۹۵	۱/۰۲
شاخص کل			۳/۶۲	۰/۷۳
لذت بخش			۴/۱۸	۰/۹۸
جایگاه اجتماعی			۴/۰۷	۱/۰۵
مصرف گرایی	۱	۶	۳/۸۷	۱/۲۴
متظاهرنه			۳/۸۷	۱/۲۴
شاخص کل			۴/۰۴	۰/۹۲
فردگرایی	۱	۶	۴/۴۷	۰/۶۶
شاخص کل			۴/۴۷	۰/۶۶
آب	۰/۳۴	۳/۱۱	۱/۴۶	۰/۵۹
غذا	۰/۹	۳۵/۸۰	۸/۶۴	۶/۵۸
انرژی	-۰/۳۶	۳/۴۱	۱/۴۰	۰/۷۶
حمل و نقل	-۰/۲۵	۸/۵۰	۳/۸۹	۲/۱۳
ردپای اکولوژیک (برحسب هکتار)				
مسکن	-۰/۴۰	۵/۲۰	۰/۸۷	۱/۴۱
لباس	-۰/۲۵	۳/۷۰	۱/۹۳	۰/۸۹
کالا	-۱/۳۰	۲/۳۵	۰/۱۸	۰/۷۵
شاخص کل	۲/۷۶	۵۹/۷۰	۱۸/۳۰	۸/۷۴

ملاحظه نیمرخ جمعیتی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۵۱/۸ درصد از پاسخگویان مرد، حدود ۵۷/۲ درصد متأهل و ۷۹/۹ درصد متولد مناطق شهری بوده و میانگین سنی آنها ۳۲/۲۶ سال برآورد شده است.

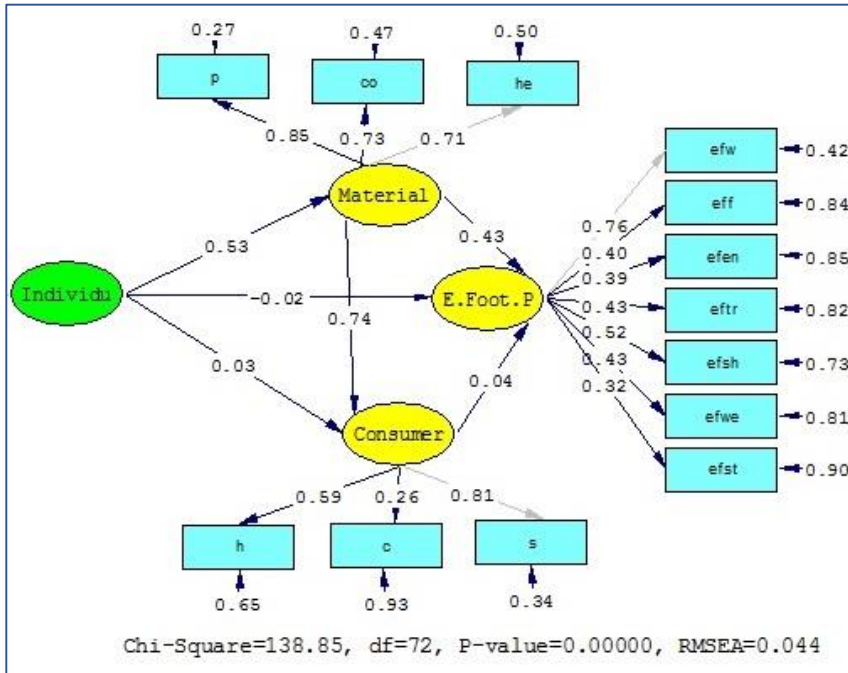
آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای میزان ردپای اکولوژیک، مادی گرایی و مصرف گرایی (جدول ۱) نشان می‌دهد که مقدار میانگین بدست آمده برای متغیرهای مادی گرایی (۳/۶۲) و مصرف گرایی (۴/۰۴) بالاتر از مقدار وسط طیف مربوطه می‌باشد. این مقدار از میانگین نشان دهنده بالا بودن میزان مادی گرایی و مصرف گرایی در بین شهروندان ارومیه‌ای است و میانگین متغیر

ردپای اکولوژیک به هکتار^۱ برای پاسخگویان ۱۸/۴۸ بدست آمده است. بررسی مقادیر مربوط به مولفه‌های سازنده‌ی متغیر وابسته نشان می‌دهد شهروندان ارومیه در مصرف غذا و حمل و نقل دارای میانگین بالاتر و ردپای اکولوژیک بزرگتری نسبت به سایر مولفه‌های تشکیل‌دهنده ردپای اکولوژیک هستند. تحلیل‌های چندمتغیره رد پای اکولوژیک با استفاده از مدل معادلات ساختاری انجام شده است. بنابر اطلاعات حاصل از مدل نهایی برازش داده شده (مدل ۱)، در بخش مدل اندازه‌گیری مدل معادلات ساختاری، روابط هر عامل با معرف‌های مربوط به آنها بررسی می‌شود. بر اساس نتیجه این بررسی‌ها، بارهای عاملی مربوط به گویه‌های عموم شاخص‌ها ۰/۴ یا بالاتر (قابل قبول) بوده و همچنین پایایی مرکب^۲ عمومی شاخص‌ها بالای ۰/۶ و در سطح قابل قبول در تحقیقات اجتماعی می‌باشد، که عملاً بار دیگر، تاییدی بر پایایی سنجه‌های مورد استفاده در تحقیق حاضر است.

از بین شاخص‌های متعدد برازندگی مدل (جدول ۲)، تنها شاخص کای دو (X^2) معنی‌دار می‌باشد که البته با توجه به حساسیت بالای کای دو، در اغلب موارد در تحقیقات اجتماعی چنین حالتی پیش می‌آید و عموماً ملاک عمل اصلی در ارزیابی کفایت مدل‌های ساختاری در تحقیقات اجتماعی و انسانی محسوب نمی‌شود. معمولاً بدین منظور از شاخص‌های برازش جایگزین استفاده می‌شود که نتایج مربوط به آن‌ها حاکی از کفایت به نسبت بالای مدل نهایی برازش داده شده است. شاخص *RMSEA* مدل نهایی برابر با ۰/۰۴۴ و کرانه‌های پایین و بالای فاصله اطمینان ۹۰ درصدی آن بین ۰/۰۳ و ۰/۰۵ قرار دارد که در سطح قابل قبولی برای مطالعات اجتماعی است (که معمولاً کمتر از ۰/۰۶ در نظر گرفته می‌شود). سایر معیارهای برازش مدل نیز مانند *GFI*، *AGFI* و *NFI* که به ترتیب برابر با ۰/۹۶، ۰/۹۴ و ۰/۹۴ و جملگی بالای ۰/۹۰ هستند، نشان می‌دهند که مدل نهایی هم نسبت به مدل مبنایی و هم مدل‌های جایگزین، برازش بهتری دارد و هم مدل مذکور، سازگاری مناسبی با داده‌های تحقیق نشان می‌دهد.

در مدل نهایی ردپای اکولوژیک شهروندان ارومیه‌ای، با توجه به تاثیرات مستقیم متغیرها (جدول ۲) می‌توان گفت تاثیرات مستقیم متغیرهای مصرف‌گرایی و فردگرایی بر ردپای اکولوژیک اثری معنی‌دار نبوده ولی اثر مستقیم مادی‌گرایی بر میزان ردپای اکولوژیک شهروندان مورد مطالعه، اثری مثبت و معنی‌دار بوده است.

۱. جمع کل نمره هر فرد در ابعاد ۷ گانه ردپای اکولوژیک تقسیم بر ۱۰۰ = ردپای اکولوژیک هر فرد به هکتار.



مدل ۱. مدل نهایی معادلات ساختاری ردپای اکولوژیک با ضرایب استاندارد

بررسی اثرات غیرمستقیم (جدول ۲) متغیرهای دارای تأثیرات غیرمستقیم در مدل نشان می‌دهد که به غیر از فردگرایی، که اثر غیرمستقیم‌اش بیشتر از اثر مستقیم‌اش و معنادار و مثبت به لحاظ آماری بوده است، سایر متغیرها اثر غیرمستقیم قابل توجهی بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف نداشته‌اند. در میان متغیرهای مورد بررسی، مادی‌گرایی بیشترین تأثیر مستقیم و فردگرایی کمترین تأثیر مستقیم را بر میزان ردپای اکولوژیک دارد. همچنین، بررسی اثرات کل و مقدار t متغیرهای مورد بررسی نشان می‌دهد که اثرات کل متغیرهای مادی‌گرایی و فردگرایی بر روی ردپای اکولوژیک در سطح $0/01$ معنی‌دار می‌باشند.

جدول ۲. اثرات متغیرهای مدل معادلات ساختاری بر میزان ردپای اکولوژیک پاسخگویان

نسبت واریانس تبیین شده	مقدار T	نوع اثر			متغیرهای مستقل
		اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	
۰/۲۰	۴/۲۰	۰/۲۲	۰/۳۴	-۰/۰۲	فردگرایی
	۶/۳۳	۰/۴۶	۰/۰۳	۰/۴۳	ماددی‌گرایی
	۰/۳۳	۰/۰۴	---	۰/۰۴	مصرف‌گرایی

در مدل ساختاری برازش داده شده، متغیرهای موجود در مدل نهایی در مجموع توانسته‌اند حدود ۲۰ درصد از واریانس ردپای اکولوژیک مصرف شهروندان ارومیه‌ای را تبیین نمایند که با توجه به عوامل محتمل عدیده موثر بر این ردپا در سطوح و ابعاد مختلف، می‌تواند قدرت تبیینی قابل ملاحظه‌ای محسوب شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر ناشی از برخی جهت‌گیرهای ارزشی و نگرشی بر ردپای اکولوژیک (تا تاثیرات زیست محیطی) شهروندان ارومیه‌ای پرداخته است. این تحقیق، از یک سو، میزان ردپای اکولوژیک مصرف شهروندان ارومیه‌ای را برآورد کرده و از سوی دیگر، تاثیر فردگرایی را هم به شکل مستقیم و هم از طریق متغیرهای تعدیلی شامل؛ مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی بر ردپای اکولوژیک مصرف بررسی کرده است.

میانگین ردپای اکولوژیک مصرف شهروندان ارومیه‌ای (در هفت بعد شاخص شامل؛ مصرف آب، غذا، انرژی، حمل و نقل، مسکن، کالا و لباس) حدود ۱۸/۳۰ هکتار برای هر نفر برآورد شده است. بررسی ردپای اکولوژیک در زیر مقیاس‌های آن نشان می‌دهد که مصرف غذا با میانگین ۸/۶۴ هکتار، بیشترین سهم را در میان ابعاد هفت‌گانه ردپای اکولوژیک دارا است. می‌توان منابع استفاده شده برای تولید محصولات کشاورزی در کنار مصرف غذاها بصورت بسته‌بندی شده، دورریزی ته‌مانده‌های سبزی‌جات و میوه‌ها، دور ریختن باقی‌مانده غذا و استفاده نکردن از غذاهای ارگانیک و محلی از عوامل اصلی بالا بودن سهم غذا در ردپای اکولوژیک شهروندان ارومیه‌ای قلمداد کرد.

در بعد حمل و نقل نیز شهروندان ارومیه‌ای با کسب میانگین ۳/۸۹ هکتار برای هر نفر، ردپای زیست محیطی نسبتاً بزرگی را از خود بر جای گذاشته‌اند. این یافته، براساس اطلاعات موجود که شهر ارومیه را بعد از شهروندان تهرانی در دومین جایگاه از نظر میزان استفاده از وسایل نقلیه بعد از تعدیل نسبت به اندازه جمعیت شهرها قرار می‌دهد، قابل فهم است (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۱) و استفاده هرچه بیش‌تر شهروندان ارومیه‌ای از وسایل نقلیه شخصی بجای وسایل نقلیه عمومی، موجب بالا بودن ردپای اکولوژیک ناشی از این دست تجارب در شهر ارومیه شده است.

براساس نتایج، هرچند فردگرایی تاثیر مستقیم و معناداری بر ردپای اکولوژیک شهروندان نشان نداده، اما چنان که انتظار می‌رفت، به عنوان یکی از سنگ بناهای ارزشی و نگرشی، اثر غیرمستقیم و کاملاً معناداری از طریق دو مولفه دیگر، یعنی مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی بر ردپای اکولوژیک داشته است. چنین یافته‌ای، با نظریات مک‌کارتی و مایکن (۲۰۰۱)، مبنی بر تاثیر ویژگی‌های فردگرایانه بر رفتارهای زیست محیطی (مانند بازیافت) هم‌خوانی دارد. می‌توان گفت افرادی که گرایش‌های فردگرایانه داشته باشند، به دلیل مصرف‌گرایی بالا و مادی‌گرایی بالای ناشی از چنین تمایلاتی، اثرگذاری و یا همان ردپای بزرگ‌تر اکولوژیکی یا زیست محیطی از خود برجای می‌گذارند.

در کنار تأثیرات غیرمستقیم فردگرایی، مادی‌گرایی، ضمن دریافت نمره میانگین به نسبت بالا در میان شهروندان ارومیه‌ای، تأثیر مستقیم و به نسبت بالایی بر ردپای اکولوژیک از خود نشان داده است. بدیهی است که بالا بودن سطح گرایش‌های مادی‌گرایانه و اهمیت دادن به موفقیت‌ها و دستاوردهای مادی، تأثیرات نامناسب زیست محیطی می‌تواند در پی داشته باشد که در نمرات بالای ردپای اکولوژیک برای چنین افرادی در میان شهروندان منعکس شده است. چنان‌که از نتایج تحقیق برمی‌آید، افراد دارای جهت‌گیری ارزشی فردگرایانه، احتمالاً برای نشان دادن موفقیت‌های فردی و هویت‌یابی از طریق مصرف نمایشی، خواسته یا ناخواسته به سمت مادی‌گرایی سوق پیدا می‌کنند. تأثیر فردگرایی بر مادی‌گرایی از جمله تأثیرات شدید و معنادار در مطالعه حاضر بوده است. این یافته تحقیق حاضر با نظریات کلارک و مایکن (۲۰۰۲) و گارباینو و همکاران (۲۰۱۴)، مبنی بر تأثیر فردگرایی بر مادی‌گرایی و متعاقب آن افزایش ردپای اکولوژیک در بین افراد مادی‌گرا هم‌خوانی دارد.

واضح است که وجود جهت‌گیری ارزشی فردگرایانه و مادی‌گرایی و متعاقب آن اهمیت دادن به دستاوردهای مادی، از عوامل افزایش بالا بودن ردپای اکولوژیک در میان شهروندان می‌تواند قلمداد شود.

از محدودیت‌های تحقیق حاضر دانش و آگاهی کم افراد پیرامون پرسشنامه و موارد مطرح در پرسشنامه‌ی ردپای اکولوژیک مصرف (شامل ابعاد ردپای اکولوژیک) بوده است. در این ارتباط پژوهش‌گر با نظارت مستمر بر نحوه تکمیل پرسشنامه از سوی آزمودنی‌ها و توضیحات تکمیلی پیرامون سؤالات پاسخ‌گویان و انتخاب پرسش‌گران زبده از خود جامعه‌ی آماری تا حدود زیادی برطرف گردید.

با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر، برخی پیشنهادات کاربردی می‌تواند در نظر گرفته شود. در متن مورد مطالعه، شهر ارومیه، به نظر می‌رسد عوامل ارزشی و فرهنگی نظیر مادی‌گرایی (به شکل مستقیم) و فردگرایی (به شکل غیرمستقیم و از طریق مادی‌گرایی) زمینه افزایش ردپای اکولوژیک مصرف را فراهم آورده است. با توجه به جنس عوامل مورد بررسی، که عوامل ارزشی و فرهنگی بوده و در حوزه مسائل روانشناسی اجتماعی قرار می‌گیرند، جنس پیشنهادات ممکن در زمینه کاستن از میزان ردپای اکولوژیک مصرف نیز لاجرم جنس فرهنگی و ارزشی خواهد داشت. ایجاد تغییرات ارزشی و نگرشی فرهنگی، اجتماعی و روانشناختی، بدون تردید ساخته و پرداخته دوره زمانی کوتاهی نیست، هرچند در سال‌های اخیر، بر سرعت این تحولات در مقایسه با گذشته افزوده شده باشد. بنابراین، لازم است برای کاستن از میزان ردپای اکولوژیک مصرف، مداخلات از نوع آموزشی و فرهنگی در سطوح مختلف برای کنترل و کاستن از سطح فردگرایی و مادی‌گرایی در دستور کار نهادهای اجتماعی، آموزشی و فرهنگی جامعه چه از نوع رسمی و چه غیررسمی قرار گیرد. به نظر می‌رسد در این میان رفتار و نحوه تربیت فرزندان در متن خانواده‌ها، به عنوان اولین عامل جامعه‌پذیری کودکان که ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را نیز منتقل می‌کنند،

نقش بارز و برجسته‌ای باشد، البته به شرطی که خود خانوارها در متن تحولات اخیر زیاد دچار ارزش‌های مادی‌گرایانه و فردگرایانه نشده باشند! که در این صورت انتظار تربیت نسلی که خود مبتلا به ارزش‌های مادی‌گرایانه و فردگرایانه باشد، احتمالاً نسلی بیشتر فردگرا و مادی‌گرا باشد. به همین دلیل، به نظر می‌رسد نقش عوامل ساختاری جامعه‌پذیری در این زمینه بیش‌تر از همیشه مهم و حیاتی شده باشد.

در این راستا به نظر می‌رسد، رسانه‌های جمعی که به ویژه به شکل متمرکز در ایران مدیریت و راهبری می‌شوند در صورت کفایت محتوایی می‌توانند از طریق برنامه‌های آموزشی و آگاهی بخشی در زمینه مسائل زیست محیطی و همچنین روشن‌گری در زمینه تأثیرات مخرب ارزش‌های فردگرایانه و مادی‌گرایانه بر محیط زیست اقدامات عاجلی را در زمینه تنویر و تنبیه افکار عمومی انجام دهند. در کنار رسانه‌های متمرکز ملی، رسانه‌های و شبکه‌های اجتماعی مجازی امروزین نیز با توجه به ضریب نفوذ بسیار بالای آن در میان ایرانیان، پتانسیل بسیار بالایی را برای استفاده در مسیر آموزش و رساندن پیام‌های سبز (زیست محیطی) به مردم دارا است. تحقق این امر، نیازمند تقویت نهادهای مردمی حامی محیط زیست و راه‌اندازی کمیته‌های زیست محیطی با دادن تصاویر شفاف از رفتارهایی است که تأثیرات مخرب زیست محیطی در پی دارند.

همچنین، دستگاه‌های اجرایی حوزه مدیریت شهری نظیر شورای اسلامی شهر و همچنین شهرداری ارومیه، به عنوان ذی‌نفعان اصلی شکل‌گیری رفتارهای دوست‌دار محیط زیست، از طریق نصب بیلبردهای آموزشی و ترویجی در سطح شهر در ارتباط با معرفی و مقایسه شرایط شهر مورد مطالعه (ارومیه) با سایر شهرهای دارای رفتارهای زیست محیطی مناسب می‌توانند زمینه‌ی تغییرات مثبت ارزشی و نگرشی مورد نیاز برای پیگیری رفتارهای دوستدار محیط زیست را فراهم آورند.

منابع

- احمدیان، داریوش؛ حقیقتیان، منصور (۱۳۹۵). تحلیل جامعه‌شناختی نقش عوامل فرهنگی بر رفتارهای زیست محیطی شهری مورد مطالعه (شهروندان شهر کرمانشاه). *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، ۱۸(۶)، ۷۶-۵۱.
- اسماعیل‌زاده، حسن، براری، معصومه، رحمتی، علیرضا و کلانتری، محسن (۱۳۹۵). شاخص «ردپای اکولوژیک» در سنجش پایداری توسعه شهری (نمونه مورد مطالعه: شهر ساری). *فصلنامه محیط زیست*، ۱(۵۷)، ۴۷-۳۳.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱). *مصرف*. ترجمه خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- بودریار، ژان (۱۳۹۴). *جامعه‌ی مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها*. ترجمه‌ی پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث، چاپ پنجم.

- حبیبی، کیومرث؛ قادری، امیر؛ اسدی، جمشید و رحیمی، آرمان (۱۳۹۷). ارزیابی سطح پایداری محلات غیررسمی با استفاده از مدل ردپای اکولوژیک، مطالعه موردی: محله عباس‌آباد شهر سنج. *مطالعات شهری*، ۷(۲۶)، ۸۹-۹۸.
- حسین‌زاده، علی حسین؛ محمودی، زینب و ممینی، ایمان (۱۳۹۲). بررسی برخی عوامل موثر بر کنش‌های فردگرایانه. *فصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، ۲(۳)، ۳۷-۵۲.
- رحمانی، رضا (۱۳۹۸). آذربایجان غربی رتبه دوم بیش‌ترین تراکم خودرو را در کشور دارد. قابل دسترس در سایت: <https://www.irna.ir/news/83483265>، {۱۳۹۹/۰۷/۲۸}.
- رستگارخالد، 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*، ۱۲(۱)، ۳۷-۵۸.
- سپاه منصور، مژگان؛ صفاری‌نیا، مجید و صفاری‌نیا، سبا (۱۳۹۹). ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس سبک‌های تبادل اجتماعی و رابطه آن با صفات شخصیت دانشجویان شهر تهران. *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، دوره ۱۰(۴۰)، ۱۷۱-۱۵۱.
- شهرداری ارومیه (۱۳۹۵). *موقعیت جغرافیایی شهر ارومیه*. قابل دسترس در سایت: <http://urmia.ir> {۱۳۹۵/۰۳/۰۵}.
- کعبه، نسربین؛ خاقانی‌فرد، میترا و حکمی، محمد (۱۳۹۶). رابطه سلامت اجتماعی با ارزش‌های فرهنگی فردگرایی و جمع‌گرایی و جامعه‌پذیری جنسیتی در دانشجویان زن و مرد. *فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۷(۲۵)، ۱۱۷-۱۴۰.
- کیخاونی، شیلر؛ صفاری‌نیا، مجید؛ علی‌پور، احمد و فرزاد، ولی‌الله (۱۳۹۹). تدوین ابعاد اجتماعی سلامت از منظر مدیریت شهری. *فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۱۰(۳۸)، ۴۱-۶۴.
- منتی‌زاده، میثم؛ کریمی‌گوغری، حمید (۱۳۹۵). تحلیل انتقادی نظریه‌های اخلاق زیست محیطی: ارائه نظریه‌های اخلاق اسلامی. *فصلنامه اخلاق زیستی*، ۶(۲۰)، ۹۹-۱۲۵.
- *Abdollahi, A., Hosseinian, S., Karbalaie, S., Beh-Pajooch, A., Keshavarz, Y., & Najafi, M. (2017). The big five personality traits and environmental concern: the moderating roles of individualism/collectivism and gender. Romanian Journal of Psychology, 19(1).*
- *Andersson, D., & Nässén, J. (2016). Should environmentalists be concerned about materialism? An analysis of attitudes, behaviours and greenhouse gas emissions. Journal of Environmental Psychology, 48, 1-11.*
- *Ari, I., & Sari, R. (2017). Differentiation of developed and developing countries for the Paris Agreement. Energy Strategy Reviews, 18, 175-182.*
- *Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. Journal of consumer research, 20(4), 644-656.*

- Ballew, M. T., Goldberg, M. H., Rosenthal, S. A., Cutler, M. J., & Leiserowitz, A. (2019). *Climate change activism among Latino and White Americans*. *Frontiers in Communication*, 3, 58.
- Cahill, M. (2002). *The Environment and Social Policy*, London and New York: Routledge.
- Clarke III, I., & Micken, K. S. (2002). *An exploratory cross-cultural analysis of the values of materialism*. *Journal of International Consumer Marketing*, 14(4), 65-89.
- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (1999). *Status consumption in consumer behavior: Scale development and validation*. *Journal of marketing theory and practice*, 7(3), 41-52.
- Garbarino, E., Lee, J., & Soutar, G. (2014). *Vertical and horizontal individualism as determinants of materialism within and across cultures*. *ACR North American Advances*.
- Global Footprint Network (2016). *The Ecological Wealth of Nations*, Available on the site: http://www.footprintnetwork.org/ecological_footprint_nations. {2016/9/9}.
- Hubacek, K., Guan, D., Barrett, J., & Wiedmann, T. (2009). *Environmental implications of urbanization and lifestyle change in China: Ecological and water footprints*. *Journal of cleaner production*, 17(14), 1241-1248.
- Kasser, T. (2011). *Cultural values and the well-being of future generations: A cross-national study*. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), 206-215.
- Kilbourne, W., & Pickett, G. (2008). *How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior*. *Journal of Business Research*, 61(9), 885-893.
- Li, S., Zhao, F., & Yu, G. (2020). *Ostracism and pro-environmental behavior: Roles of self-control and materialism*. *Children and Youth Services Review*, 108, 104662.
- Lu, A. C. C., Gursoy, D., & Del Chiappa, G. (2016). *The influence of materialism on ecotourism attitudes and behaviors*. *Journal of Travel Research*, 55(2), 176-189.
- Lu, Y., & Chen, B. (2017). *Urban ecological footprint prediction based on the Markov chain*. *Journal of cleaner production*, 163, 146-153.
- Maio, G. R., Pakizeh, A., Cheung, W. Y., & Rees, K. J. (2009). *Changing, priming, and acting on values: effects via motivational relations in a circular model*. *Journal of personality and social psychology*, 97(4), 699.
- McCarty, J. A., & Shrum, L. J. (1994). *The recycling of solid wastes: Personal values, value orientations, and attitudes about recycling as antecedents of recycling behavior*. *Journal of business research*, 30(1), 53-62.
- McCarty, J. A., & Shrum, L. J. (2001). *The influence of individualism, collectivism, and locus of control on environmental beliefs and behavior*. *Journal of Public Policy & Marketing*, 20(1), 93-104.
- Mohammed, I., Alshuwaikhat, H. (2017). *Sustainability matters in national development visions-evidence from Saudi Arabia's vision for 2030*. *Sustainability*, 9(3), 408-423.

- OECD, (2008). *Household Behaviour and the Environment Reviewing the Evidence*. Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- Richins, M. L. (2004). *The material values scale: Measurement properties and development of a short form*. *Journal of consumer Research*, 31(1), 209-219.
- Richins, M. L., McKeage, K. K., & Najjar, D. (1992). *An exploration of materialism and consumption-related affect*. *ACR North American Advances*.
- Roos, D., & Hahn, R. (2019). *Understanding collaborative consumption: An extension of the theory of planned behavior with value-based personal norms*. *Journal of Business Ethics*, 158(3), 679-697.
- Soares, A. M., Farhangmehr, M., & Shoham, A. (2007). *Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies*. *Journal of business research*, 60(3), 277-284.
- Souiden, N., M'Saad, B., & Pons, F. (2011). *A cross-cultural analysis of consumers' conspicuous consumption of branded fashion accessories*. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(5), 329-343.
- Turner, T. (2016). *How Big is My Ecological Footprint?*, Available on the site: <http://www.earthrangers.org>. {2016/01/25}.
- Wang, B. C., Chou, F. Y., & Lee, Y. J. (2012). *Ecological footprint of Taiwan: A discussion of its implications for urban and rural sustainable development*. *Computers, Environment and Urban Systems*, 36(4), 342-349.
- Weinzettel, J., Steen-Olsen, K., Hertwich, E. G., Borucke, M., & Galli, A. (2014). *Ecological footprint of nations: comparison of process analysis, and standard and hybrid multiregional input-output analysis*. *Ecological Economics*, 101, 115-126.
- 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.
- Zhou, X., & Imura, H. (2011). *How does consumer behavior influence regional ecological footprints? An empirical analysis for Chinese regions based on the multi-region input-output model*. *Ecological Economics*, 71, 171-179.