

## مصرف آب و تعیین گره‌های اجتماعی آن مورد مطالعه: شهروندان ارومیه

<https://sociology.tabrizu.ac.ir>

DOI:10.22034/jeds.2023.54707.1701 شناسه دیجیتال:

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۵/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۳۱

حسین هنرور<sup>\*۱</sup>  
توکل آقاییاری هیر<sup>۲</sup>  
اشرف عباس‌پور<sup>۳</sup>

### چکیده

آب یکی از عناصر ضروری در محیط زیست و سنگ بنای توسعه پایدار است. با نگاهی به رشد عظیم جمعیت جهان و تغییر الگوی سبک زندگی و مصرف، نیاز به آب در سراسر جهان و به‌ویژه در کشور ایران با سرعت وسیعی افزایش یافته است. مطالعه حاضر با هدف بررسی میزان مصرف آب (ردپای اکولوژیک) و تعیین گره‌های اجتماعی آن انجام یافته است. جامعه آماری پژوهش حاضر شهروندان ارومیه و نمونه آماری آن ۵۱۶ نفر از شهروندان ارومیه‌ای می‌باشد که با بکارگیری روش پیمایش و استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد متغیرهای مادی‌گرایی، مصرف‌گرایی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی اثر مثبت و معنی‌داری بر میزان مصرف آب در بین شهروندان شهر ارومیه داشته است. همچنین متغیر مصرف مسئولانه و پایدار اثر کاهشی بر میزان مصرف آب داشته است.

**واژگان کلیدی:** مصرف آب، مادی‌گرایی، مصرف‌گرایی، فردگرایی

۱. استادیار جامعه‌شناسی، گروه روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، ارومیه، ایران (نویسنده مسئول). Huseyn.hunarvar@gmail.com

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

۳. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی

## مقدمه و بیان مسئله

توسعه پایدار در زمینه محیط زیست به خصوص در رابطه با مصرف پایدار آب، یکی از چالش‌های بزرگی است که کشورهای سراسر جهان با آن مواجه هستند (Feizizadeh et al., 2021). آب در دنیای امروزی به عنوان حیاتی‌ترین منبع جهانی برای پیشرفت و ترقی در زمینه‌ی اقتصادی و اجتماعی شناخته می‌شود و در دنیای امروزی ارتباط تنگاتنگی با تاب‌آوری اجتماعی یک جامعه دارد (زمان و همکاران، ۲۰۲۱: شماره صفحه).<sup>۱</sup> بر اساس آمارهای منتشر شده از سوی سازمان بهداشت جهانی در سال ۲۰۲۰، حدود یک نفر از چهار نفر به آب آشامیدنی سالم دسترسی ندارد و نصف این افراد به امکانات بهداشتی دسترسی ندارند (WHO, 2021). مسایل مربوط به کمبود آب در سطح جهان باعث شده است کشورهای جهان بیش از پیش به موضوع توسعه پایدار توجه کنند و در سپتامبر ۲۰۱۵، ۱۹۳ کشور عضو سازمان ملل به طور رسمی ۱۷ هدف توسعه پایدار را در اجلاس توسعه پایدار سازمان ملل متحد با هدف حل کامل این مشکل به تصویب رساندند (Wang et al., 2021). کمبود منابع طبیعی، بخصوص منابع آبی در گزارش‌های مختلف (مانند گزارش بانک جهانی<sup>۲</sup> برای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۱۴، گزارش سالانه شبکه ردپای جهانی<sup>۳</sup> در زمینه ردپای اکولوژیک<sup>۴</sup> برای مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۶) همراه با آثار زیان‌بار آن بر تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها بصورت مدام در حال انتشار است. بر اساس گزارش توسعه جهانی آب امروزه دو سوم جمعیت جهان در حال حاضر در مناطقی زندگی می‌کنند که کمبود آب را حداقل در یک ماه از سال تجربه می‌کنند (World Water Development Report, 2017). پیش‌بینی می‌شود که میزان مصرف آب تا سال ۲۰۲۵، بر اثر افزایش جمعیت و رشد صنعتی در کشورهای توسعه یافته ۱۸ درصد و در کشورهای در حال توسعه ۵۰ درصد افزایش داشته باشد. عوامل متعددی مانند شهرنشینی، تغییر در سبک زندگی و متعاقب آن تغییر در ذائقه‌ها، رشد جمعیت و حرکت به سمت بهبود و تامین خواسته‌ها/نیازهای معیشتی، بحران آب در سطح جهان را تشدید کرده است (Fan et al., 2013, Daniel et al., 2020).

سازمان ملل متحد اعلام کرده هر انسان روزانه دست کم به ۵۰ لیتر آب جهت نوشیدن، تهیه غذا و رفع نیازهای بهداشتی احتیاج دارد. در واقع این ۵۰ لیتر آب برای دوری از انواع بیماری و حفظ کارایی انسان در زندگی حیاتی است. البته سازمان جهانی بهداشت مقدار متوسط سرانه برای برآوردن نیازهای بهداشتی هر نفر در روز را ۱۵۰ لیتر تعیین کرده است. در ایران اگر میزان مصرف آب بخش خانگی، صنعتی، تجاری و فضای سبز را در سراسر کشور در نظر بگیریم و بر جمعیت ایران تقسیم کنیم به طور متوسط در هر شبانه روز هر ایرانی ۱۹۷ تا ۲۰۰ لیتر آب

1. Zaman

2. World Bank

3. Global Footprint Network

4. Ecological footprint

مصرف می‌کند. مصرف سرانه آب در بخش خانگی در ایران به طور متوسط حدود ۱۶۰ لیتر در روز است و گاهی در کلان شهرهای ایران در اوج فصل گرما این میزان مصرف به ۲۵۰ لیتر در روز هم می‌رسد.<sup>۱</sup> این میزان برای شهروندان ارومیه بالاتر از استاندارد کشوری است. میزان مصرف خانگی استاندارد آب در شهر ارومیه برابر ۱۳۲ لیتر در شبانه روز برای هر نفر تعیین شده در حالی که این میزان به ۱۹۰ لیتر در شبانه روز رسیده است.<sup>۲</sup>

امروزه محققین در مورد وضعیت زیست محیطی کشورها در سطح جهان، از وضعیتی تحت عنوان گذار از وضعیت نرمال به پست-نرمال<sup>۳</sup> بحث می‌کنند. پست-نرمال یعنی وضعیتی که در آن دوره، حضور دسته‌ای از مولفه‌های هنجارین و نرمال به پایان رسیده و حالا قرار است نرم یا وضعیت هنجاری تازه و متفاوت شکل بگیرد. این وضعیت یعنی آغاز یک مقطع تازه تاریخی که فرهنگ زیستی تازه‌ای را برای جوامع، به ناچار پدید خواهد آورد. با توجه به قرار گرفتن ایران در منطقه‌ای به نام خاورمیانه و پیش‌بینی‌های بانک جهانی در مورد آینده‌ی زیست محیطی این منطقه مبنی بر تغییرات نگران‌کننده شرایط زیست محیطی و تأثیرات منفی آن بر زندگی انسان‌ها، باید اقدامات اساسی در جهت مقابله با تخریب محیط زیست (در سطح محلی، ملی و بین‌المللی) انجام گیرد (World Bank, 2014).

با این اوصاف و نمونه‌های عینی مخاطرات زیست محیطی که در کشورمان و بخصوص در شهر ارومیه (خشک شدن دریاچه ارومیه) وجود دارد می‌توان اذعان کرد که در ایران نیز تغییر اقلیم رخ داده و ایران هم اکنون به کشوری گرم‌تر و خشک‌تر تبدیل شده است و این بیانگر این است که ایران در سال‌های اخیر در حال تجربه شرایط پست نرمال بوده است.

تغییر در رفتار مصرفی شهروندان در حوزه‌های مختلف بخصوص در حوزه مصرف منابع طبیعی (آب)، منجر به ایجاد شرایط جدیدی در جامعه و محیط زیست شده است که شناسایی و تبیین نقش عوامل تاثیرگذار بر این موضوع می‌تواند، زمینه ساز ایجاد تغییرات اصلاحی در رفتار مصرفی شهروندان شود. با توجه به نقش تبیین‌ها و نگرش‌های جامعه‌شناختی در کسب آگاهی در مورد اینکه چقدر با این سرنوشت تازه فاصله وجود دارد و چه عواملی منجر به تسریع حرکت به سمت دوران پست-نرمال می‌شوند، در این مقاله به بررسی تاثیر عوامل اجتماعی بر ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان ارومیه پرداخته شده تا ضمن شناسایی عوامل تاثیرگذار بر ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان، بتوان راهکارهایی را برای کاهش سرعت تغییر وضعیت از نرمال به پست-نرمال ارائه کرد.

1. <http://hamdelidaily.ir>

2. <https://www.mehrnews.com/news/4064080>

3. Post- Normal

## پیشینه نظری و تجربی

امروزه توجه به مسائل زیست محیطی بخصوص تاثیر رفتارهای مصرفی شهروندان بر محیط زیست و عوامل اثرگذار بر آن در میان جامعه‌شناسان و سایر محققین از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. صرفه‌جویی در منابع آبی، یکی از مهمترین اقدامات اکولوژیکی است که می‌بایستی برای تداوم حیات بشری مورد توجه قرار گیرد. کمبود منابع آبی و پایین بودن کیفیت آن در برخی از مناطق دنیا برای مصرف انسان یکی از مهمترین چالش‌هایی است که بشریت ناگزیر است تا در قرن ۲۱ با آن مواجه شود (Corral-Verdugo et al, 2003).

به نظر می‌رسد رفتارهای مصرفی انسان‌ها و متعاقب آن استفاده از منابع طبیعی بخصوص منابع آبی از عوامل مختلفی نظیر؛ ارزش‌ها، عقاید، عادت‌ها و نگرش‌های<sup>۱</sup> حاکم در جامعه و خانواده‌ها، تاثیر می‌پذیرند (Aitken et al., 1994). بعبارت دیگر، زمانی که مسائل و بحران‌های زیست محیطی دائما در حال افزایش و شدت گرفتن هستند، تغییر نگرش‌ها و ارزش‌ها و متعاقب آن تغییر رفتارهای مصرفی و اشاعه‌ی مصرف پایدار می‌تواند به عنوان یکی از اجزای مهم مبارزه با تغییرات آب و هوایی شناخته شده و سرعت تخریب محیط زیست را کاهش دهد (Akenji et al., 2014).

به اعتقاد سالونن و آلبرگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، انتقال به یک جامعه‌ی پایدار زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی نیازمند سیاست‌های جدید و تغییر سبک زندگی انسان‌هاست. سالونن و آلبرگ برای سه عنصر مهم محیط زیست، اقتصاد و اجتماع در مسیر توسعه‌ی پایدار، هفت بعد را مشخص کردند که عبارتند از: ۱- شهروند مسئول جهانی<sup>۳</sup> (شهروندی که به آزادی افراد، عدالت اجتماعی، مسئولیت در قبال دیگران و آیندگان- مثلا از طریق مشارکت و هزینه کردن در جهت کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای- اعتقاد داشته باشد)، ۲- رویکرد چرخه زندگی<sup>۴</sup> (نشان دادن تاثیرات محصولات مصرفی بر طبیعت و زندگی انسان‌ها)، ۳- مصرف مدرن<sup>۵</sup> (توجه مصرف کنندگان به کالاهای سازگار با محیط زیست)، ۴- سلامت و جامعه<sup>۶</sup> (اهمیت دادن به سلامتی افراد اجتماع)، ۵- بازیافت<sup>۷</sup> (اهمیت دادن به بازیافت در جهت حفظ منابع طبیعی و کاهش آلودگی‌های زیست محیطی)، ۶- تجارت محلی قوی<sup>۸</sup> (استفاده کردن از تولیدات محلی بجای تولیدات بازارهای جهانی به سبب مانع از وارد شدن آسیب به گیاهان، حیوانات و طبیعت می‌شود) و ۷- فرامادی گرایی<sup>۹</sup> (انتقال به مرحله‌ای که دیگر در آن مالکیت اشیا و مادی‌گرایی مهم نیست). به اعتقاد

1. Values, Beliefs, Habits and Attitudes
2. Salonen and Ahlberg
3. Responsible global citizenship
4. Life cycle approach
5. Advanced consumerism
6. Health and community
7. Recycling
8. Strong local business
9. Post-materialism

آن‌ها، رعایت این ۷ اصل در زندگی روزمره‌ی افراد، آن‌ها را به سمت داشتن جامعه‌ی پایدار سوق می‌دهد و رابطه و همپوشانی سه عنصر محیط زیست، اقتصاد و اجتماع را منسجم و منظم می‌کند (Salonen & Ahlberg, 2011).

در حوزه اثرگذاری مصرف بر محیط زیست به اعتقاد کمپل<sup>۱</sup> در جوامع امروزی اخلاق<sup>۲</sup> معکوس معکوس شده است. در عصر حاضر کالای نامحدود<sup>۳</sup> و مصرف نامحدود در بین مصرف‌کنندگان شایع شده است و تولید زیاد، امری معمولی در اقتصاد مدرن در نظر گرفته می‌شود (Campbell, 1983). پویایی مرکزی مصرف‌گرایی مدرن تمایل به امر تازه‌ای است که در گذشته وجود نداشته، امری که همچنان از طریق طبقات بالا به طبقات پایین تزریق شده و به عنوان یک تمایل عمومی در میان افراد جامعه عادی‌سازی می‌شود (Campbell, 2021). در تئوری اخلاق رمانتیک<sup>۴</sup> عاطفی کمپل، اعتقاد بر این است که همانطور که بر اساس نظر وبر نوعی اخلاق پروتستان باعث پیدایش سرمایه‌داری شده است، نوعی اخلاق رمانتیک هم باعث پیدایش مصرف مدرن و جدائی مصرف از شکل سنتی آن شده است (Boden & Williams, 2002). در مصرف سنتی، لذت مصرف اشیا و انجام اعمال را در خود آن‌ها جست‌وجو می‌کرد. اما اخلاق رمانتیک، لذت مصرف را در تجربه ذهنی آن دنبال می‌کند. اساس لذت در اینجا لذت‌جویی خیالی است. مردم ابتدا آرزو می‌کنند که مصرف کنند، سپس مصرف می‌کنند و از خیال خود خلاص می‌شوند اما بلافاصله لذت خیالی دیگری از طریق جامعه به افراد القا می‌شود و تخیل دیگری محرک مصرف می‌شود. این چرخه هرگز به پایان نمی‌رسد. از منظر زیست محیطی این اخلاق عاطفی مصرف فاجعه بار است. این بدین معنی است که ما همواره کالاهای جدیدی می‌خواهیم و این یعنی تولید هرچه بیشتر، که در نتیجه، چرخه تولید انبوه و مصرف انبوه در جهت تولید آلودگی و تخریب منابع طبیعی استمرار می‌یابد (Sutton, 2013).

در رابطه با مادی‌گرایی در بین محققین دو رویکرد وجود دارد. اولین رویکرد مادی‌گرایی را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی فرد مورد بررسی قرار می‌دهد (Belk, 1984) و دومین رویکرد، مادی‌گرایی را به عنوان یک جهت‌گیری ارزشی در نظر می‌گیرد (Richins et al., 1992)، که در این تحقیق تاکید بر روی رویکرد دوم است. بر این مبنا، ریشینس و داوسون مادی‌گرایی را به مجموعه‌ای از باورها و عقاید در مورد اهمیت اموال مادی در زندگی یک فرد تعریف کرده‌اند (Burroughs et al., 2002). بر اساس این رویکرد، مادی‌گرایی به عنوان یک جهت‌گیری ارزشی، ساخته‌ی اجتماع است و معانی آن در درون جامعه‌ی مصرفی در بین همهی افراد مشترک است (Dittmar, 2008) و امروزه این نوع از جهت‌گیری‌های ارزشی در همهی

1. Campbell

2. Ethic

3. Unlimited Good

4. Romantic Ethic

فرهنگ‌ها و جوامع مختلف در حال گسترش است (Manchanda et al., 2015). به اعتقاد ریشینس و داوسون مادی‌گرایی و متعاقب آن مصرف‌گرایی، توانایی سیاره‌ی زمین را در پاسخگویی به خواسته‌های مصرف تمام ساکنان سیاره زمین را کاهش داده است؛ همچنین، ریشینس و داوسون، گزارش کردند که افرادی که مادی‌گرا هستند، تعهد کمتری به انجام کنش‌های سازگار با محیط زیست (مانند بازیافت زباله‌ها و مصرف بهینه) دارند (Richins et al., 1992).

وجود جهت‌گیری ارزشی فردگرایی<sup>۱</sup> در جامعه باعث می‌شود که اعضای آن جامعه مستقل و خود مختار شوند و ویژگی‌هایی مانند اتکا به خود، رقابت پذیر بودن و نشان دادن حداقل علاقه به رفاه یکدیگر در جامعه حاکم باشد (Farber et al., 2020). به اعتقاد مک کارتی و همکاران (۲۰۰۱)، فردگرایی جزء باورهای بنیادین هستند که مردم با اعتقاد و عمل به آن‌ها، با هم‌دیگر و جهان اطرافشان تعامل می‌کنند. در این معنا، این باورهای اساسی به عنوان جهت‌گیری ارزشی که به گروه‌های فرهنگی و افراد جهت سازگاری با محیط فیزیکی و اجتماعی کمک می‌کند، در نظر گرفته می‌شود. جهت‌گیری‌های ارزشی (مانند مادی‌گرایی و فردگرایی)، در گرایش‌های مردم به انجام فعالیت‌ها یا رفتارهای زیست محیطی تأثیرگذار است. افرادی که دارای ویژگی‌های فردگرایی 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. 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 (McCarty et al., 2001).

### پیشینه تجربی

- میرهاشمی و همکاران (۱۳۹۹)، در تحقیق کیفی با عنوان بررسی عوامل موثر بر رفتار زیست محیطی به این نتیجه رسیدند که جریان‌های اجتماعی به عنوان رویه‌های رایج رفتاری، در کنار ارزش‌های تثبیت شده تأثیر بسزایی بر رفتار محیط زیستی جامعه مورد مطالعه (مناطق شهری ایران) دارد.

- حاجی‌زاده میمندی و همکاران (۱۳۹۶)، تحقیقی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر رفتارهای زیست محیطی مسئولانه در بین شهروندان خرم‌آبادی انجام دادند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین متغیرهای سن، درآمد، آگاهی زیست محیطی، سبک زندگی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی و قانون‌گرایی با رفتارهای زیست محیطی مسئولانه رابطه‌ی معناداری وجود دارد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون بیانگر آن است که از بین ابعاد پنج‌گانه‌ی سبک زندگی بعد سلامت محیطی و بعد سلامت اجتماعی و از

1. Individualism

بین ابعاد سه‌گانه‌ی قانون‌گرایی بعد شناختی قانون‌گرایی در مجموع توانسته‌اند ۴۵/۷ درصد از تغییرات رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه را تبیین کنند.

- جمالی و همکاران (۱۳۹۴)، تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر الگوی مصرف آب و بهینه‌سازی آن در بخش خانگی مناطق روستایی شهرستان بوشهر انجام دادند که نتایج تحقیق بیانگر اینست که از نظر کارشناسان، متخصصین و اساتید، مهمترین عوامل مؤثر بر الگوی مصرف آب به ترتیب جداسازی آب شرب و بهداشتی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، آموزش و تکنولوژی است. همچنین مهمترین عوامل مؤثر بر بهینه‌سازی مصرف از نظر مشترکین نیز به ترتیب مربوط به بخش‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی، آموزش، جداسازی آب شرب و بهداشتی، اصلاح تعرفه‌ها و قیمت آب است.

- مارشال و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، تحقیقی با عنوان تاثیر جهت‌گیری‌های ارزشی زیست‌محیطی بر چگونگی تغییرات آب و هوایی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که جهت‌گیری‌های ارزشی نوع دوستانه تاثیرات مثبتی در رفتارهای زیست‌محیطی دارند و در مقابل جهت‌گیری‌های ارزشی خود خواهانه اثرات منفی بر محیط زیست دارند.

- اسحاقی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان مشکلات و چالش‌های مصرف آب کشاورزی در حوضه دریاچه ارومیه به این نتیجه رسیدند که شیوه‌های سنتی کشاورزی، نبود دانش و آگاهی زیست‌محیطی و حاکم بودن ارزش‌های زیست‌محیطی ناسازگار با شرایط فعلی منطقه از مهمترین چالش‌ها در این زمینه هستند.

- کانگ و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان مصرف پایدار آب: از منظر مصرف‌کنندگان اسپانیایی، در پی بررسی این بودند که اعتقادات مصرف‌کنندگان در زمینه آب (اعتقاد به سودمندی آب، اعتقادات زیست‌محیطی آب، میزان درک افراد از خشکسالی و نگرانی در مورد منابع آبی) چگونه بر نگرش، هنجارهای ذهنی و تعهد اخلاقی افراد در زمینه مصرف پایدار آب تاثیر می‌گذارد. نتایج تحقیق نشان داد که اعتقاد به سودمندی آب، و نگرانی در مورد منابع آبی بیشترین تاثیر را بر گرایش مصرف‌کنندگان به مصرف پایدار آب را دارند.

- میلر و بایز<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای مؤثر بر مصرف آب خانگی در مناطق در معرض خشکسالی استرالیا انجام دادند. آن‌ها در این تحقیق در پی این بودند که آیا سرمایه اجتماعی، نوع سبک زندگی و رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی تا چه اندازه می‌تواند رفتارهای سازگار یا ناسازگار در زمینه‌ی مصرف خانگی آب (مانند شستن ماشین و باغبانی) را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند. نتایج تحقیق نشان داد که ساکنانی که نمره

1. Marshal et al.  
2. Es'haghi et al.  
3. Kang et al.  
4. Miller & Buys

بالاتر در عامل روابط همسایگی سرمایه‌ی اجتماعی گرفته‌اند؛ بیشتر احتمال دارند که ماشین‌شان را (طبق) رفتار سازگار با محیط زیست بشویند. در مقابل، ساکنانی که در بعد (رفتار) تهاجمی سرمایه‌ی اجتماعی نمره‌ی بالاتر گرفته‌اند بیشتر احتمال دارد در باغبانی با کنش‌های آسیب‌زا - استفاده از آفت‌کش‌ها و علف‌کش‌ها - درگیر شوند. به عبارت دیگر، سرمایه‌ی اجتماعی در تقویت و سوق دادن افراد به سمت پایداری در مصرف آب نقش مهمی دارد.

- با توجه به ادبیات نظری و پیشینه تجربی پژوهش، فرضیه‌های تحقیق به شکل زیر قابل طرح می‌باشند:

- بین مصرف مسئولانه و میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب رابطه وجود دارد.
- بین مادی‌گرایی و میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب رابطه وجود دارد.
- بین فردگرایی و میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب رابطه وجود دارد.
- بین مصرف‌گرایی و میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

روش مورد استفاده در تحقیق حاضر پیمایشی است. محقق با گردآوری داده‌های لازم از طریق پرسشنامه، ارتباط بین متغیرهای فردگرایی افقی و عمودی، جمع‌گرایی افقی و عمودی، مادی‌گرایی در قالب ابعاد محوریت، شادی و موفقیت و مصرف مسئولانه را بررسی کرده است. همچنین تحقیق حاضر جزو تحقیقات کاربردی بوده و از این حیث یافته‌های تحقیق برای کسب اطلاع از میزان مصرف پایدار در بین شهروندان ارومیه‌ای و ارائه راهکارهای مناسب برای افزایش آن، راهگشا خواهد بود.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی شهروندان ۶۴-۱۵ سال شهر ارومیه به تعداد ۴۷۶۴۴۵ نفر بوده که از این تعداد، ۵۱۶ نفر بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران تعیین و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، برای مطالعه انتخاب شده‌اند. لازم به توضیح است که میزان واریانس صفت مورد بررسی (۰/۳۴) برای استفاده در فرمول تعیین حجم نمونه کوکران، با استفاده از مطالعه مقدماتی در بین ۵۰ نفر از افراد جامعه برآورد شده است:

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 t^2s^2} \frac{476445 \times 1.96^2 \times 0.34}{(476445 \ 0.05^2) (1.96^2 \ 0.34)} = 516$$

در ادامه مباحث به تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق پرداخته شده است.

**ردپای اکولوژیک مصرف آب (متغیر وابسته):** هر واحد انسانی (اعم از فرد، شهر و یا کشور) تأثیری بر زمین می‌گذارد، زیرا تولیدات و خدمات طبیعت را مورد استفاده قرار می‌دهد. تأثیر اکولوژیک آنها برابر با مقدار طبیعی است که آنها برای تداوم زندگی اشغال کرده‌اند



(Wackernagel & et al., 1997). در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری متغیر ردپای اکولوژیک آب از مقیاس «رد پای اکولوژیک من چه اندازه است؟»<sup>۱</sup> (Turner, 2016) استفاده شده است که در پاره‌ای موارد محتوای گویه‌ها با توجه به متن مورد مطالعه تعدیل شده‌اند.

**مصرف‌گرایی:** مصرف‌گرایی نوعی از سبک زندگی است که این سبک زندگی ترکیبی از سطوح بالای فراوانی و وفور نعمت‌های مادی است. این وفور نعمت با یک تاکید عاطفی و نمادین همراه است که آن را با خرید زیاد و مصرف زیاد عجین کرده است. در تحقیق حاضر برای سنجش متغیر مصرف‌گرایی از مقیاس مربوط به مصرف‌گرایی (Babin et al., 1994; Eastman et al., 1994) استفاده شده است. مصرف‌گرایی در ۳ بعد شامل: بعد مصرف لذت-بخش (با گویه‌هایی نظیر؛ لذت بخش بودن خرید، داشتن احساس هیجان هنگام خرید کردن، داشتن حس آرامش و راحتی حین خرید، خریدن کالاهای مد روز، مهم بودن خود خرید نسبت به خرید کالا، لذت بخش بودن خرید به عنوان یک تجربه‌ی جدید، داشتن زندگی مهیج و پرماجرا از طریق خرید کردن)، مصرف جایگاه اجتماعی (با گویه‌هایی نظیر؛ خرید کالاهایی که دوستان تاییدشان کنند، انتخاب خریدهایی که تعریف و تمجید دیگران را به همراه داشته باشند، خرید کالایی که بیانگر پرستیژ اجتماعی بالایی باشد، خرید کالاهای شیک و لوکس) و بعد مصرف متظاهرانه (با گویه‌هایی نظیر پرسیدن نظرات دوستان در مورد مارک کالاها، دانستن اینکه کدام قشر از آن کالا استفاده می‌کنند، دانستن اینکه کدام مارک در جامعه مطرح است و انتخاب لباس‌ها از میان آخرین مدل‌های موجود در بازار) با مقیاس ۶ گزینه‌ای و در قالب طیف لیکرت مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است.

**مصرف مسئولانه:** مصرف مسئولانه به استفاده موثرتر و کارآمدتر از کالاها و خدمات توسط مصرف‌کنندگان در جهت تامین بهینه نیازهایشان اشاره می‌کند تا از این طریق اثرات منفی زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی ناشی از مصرف کالاها به حداقل برسد (UNEP, 2005). در مصرف مسئولانه هدف اصلی، افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان از پیوندهای پنهان میان مصرف و تولید و هزینه‌های زیاد ناشی از دنبال کردن سبک زندگی مصرفی است (Rumbo, 2007). برای سنجش مصرف مسئولانه از مقیاس مربوط به مصرف پایدار (Balderjahn, 2013) استفاده شده است که در معدودی از موارد، محتوای گویه‌ها با توجه به متن مورد مطالعه تعدیل شده‌اند. براین اساس، متغیر مصرف پایدار در ۳ بعد شامل: بعد زیست محیطی (با گویه‌هایی نظیر؛ خرید کالا به شرط تجزیه راحت و سریع پسماند ناشی از آن، تولید کالا از مواد بازیافت شده، بسته‌بندی کالاها بصورت سازگار با محیط زیست و تولید کالاهای سازگار با محیط زیست)، بعد اجتماعی (با گویه‌هایی نظیر؛ خرید کالا به شرط رعایت حقوق انسانی کارگران، استفاده نکردن از

1. How Big is My Ecological Footprint?

کودکان کار و برخورد منصفانه با کارگران در جریان تولید کالا) و بعد *اقتصادی* (با گویه‌هایی نظیر؛ خرید کالا به شرط احتیاج داشتن، مفید بودن، مقروض نشدن بابت خرید کالا، خرید یک کالا به شرط چشم پوشی از خرید سایر کالاها، قرض نگرفتن آن کالا و قرض ندادن آن کالا) با مقیاس ۶ درجه‌ای و در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

**مادی‌گرایی:** مادی‌گرایی به عنوان آیینی تعریف شده است که تمامی جهان از جمله انسان را، فقط با فرایندهای مادی تبیین می‌کند. در این مکتب، تمامی واقعیت از ماده و دگرگونی‌های آن منبعث می‌شود و هر آنچه است، فقط مادی است و چگونگی سیورورت آن نیز باید با توجه به نیروهای مادی تفسیر شود (Birou, 1996). در تحقیق حاضر برای سنجش متغیر مادی‌گرایی، از پرسشنامه مادی‌گرایی (Richins, 2004) استفاده شده و این مفهوم در ۳ بعد شامل؛ بعد موفقیت (با گویه‌هایی نظیر؛ تحسین افراد بخاطر داشتن ماشین و لباس گران قیمت، کسب اموال مادی، منعکس کردن جایگاه افراد از طریق دارایی‌های مادی، کسب اموال مادی جهت تاثیر بر دیگران)، بعد محوریت (با گویه‌هایی نظیر؛ ساده و بی‌آلایش بودن، مهم نبودن کالاهای مادی در زندگی، تمایل به داشتن زندگی تجملاتی، اهمیت کمتر دادن به مادیات) و بعد شادی (با گویه‌هایی نظیر؛ داشتن وسایل لازم برای لذت بردن از زندگی، شادی بیشتر با خرید بیشتر، ناراحت شدن از نداشتن توان مالی برای خرید کالاهای دلخواه و اعتقاد به تغییر زندگی فرد از طریق خرید وسایل و امکاناتی که فعلا ندارد) با مقیاس ۶ درجه‌ای و در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

**فردگرایی:** فردگرایی به هر نظریه، آیین یا عملی که فرد انسان و بعد فردی انسان را، اساس نظام تبیینی و یا ملاک عمل قرار دهد و انسان را همچون واقعیتی اساسی یا والاترین ارزش بشناسد، اشاره می‌کند (Birou, 1996). همچنین زین<sup>۱</sup> در دایره‌المعارف جامعه‌شناسی بلکول، فردگرایی را اهمیت فرد به آزادی، منافع، حقوق و نیازهای فردی و مقاومت در برابر غلبه نهادهای دیگر (دولت و نهادهای مذهبی و جمعی) تعریف می‌کند (۲۰۰۷). این متغیر در تحقیق حاضر در دو بعد فردگرایی افقی و عمودی مورد سنجش قرار گرفته است. بر اساس نظریه تریاندیس در فردگرایی افقی فرد می‌خواهد منحصر به فرد باشد ولی علاقه‌ای به برجسته شدن ندارد. ولی فردگرایی عمودی نوعی تفوق‌طلبی و نوعی منیت‌طلبی است. به تعبیری شاید بتوان این‌گونه بیان کرد که فردگرایی عمودی، نوعی فردگرایی خودخواهانه است (Triandis, 2001). برای سنجش فردگرایی از مقیاس مربوط به فردگرایی (Shulruf et al, 2007)، که بر مبنای پرسشنامه‌های (Hui, 1998; Triandis, 1998; Oyserman, 2002) شکل گرفته، استفاده

1. Zinn

شده است. این متغیر با گویه‌هایی نظیر؛ دور از فامیل زندگی کردن، سرترا از بقیه بودن، لذت بردن از مسابقه و داشتن رقابت با دیگران، خود را متفاوت از دیگران دانستن، تک و متفاوت بودن، مسئولیت‌پذیر بودن، انجام دادن کارها به تنهایی، برطرف کردن نیازهای شخصی، به خود متکی بودن و توجه کردن به نصیحت‌های دیگران با مقیاس ۶ درجه‌ای و در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

در پژوهش حاضر برای سنجش اعتبار مقیاس‌ها، از روش اعتبار محتوایی استفاده شده است، به این نحو که تلاش شده است معرف‌های تهیه شده، بر اساس نظر کارشناسان در دسترس، سازه‌های مورد بررسی تمام فضای مفهومی را پوشش دهند. همچنین، برای اطمینان از پایایی ابزار سنجش، در مرحله پیش‌آزمون، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که گویه‌های مطرح شده به تفکیک سازه‌ها از همبستگی درونی بالایی (عموماً بالای ۰/۷) برخوردار بوده‌اند. همچنین، ارزیابی و بررسی شکل توزیع مقادیر متغیرهای تحقیق نیز نشان می‌دهد این متغیرها عمدتاً از توزیع نزدیک به نرمالی برخوردارند.<sup>۱</sup>

### یافته‌های تحقیق

در این بخش یافته‌های 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. بر اساس اطلاعات بدست آمده، ۵۱/۸ درصد از پاسخگویان مرد، حدود ۵۷/۲ درصد متاهل و ۷۹/۹ درصد متولد مناطق شهری بوده و میانگین سنی آنها ۳۲/۲۶ سال برآورد شده است. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای مادی‌گرایی، مصرف‌گرایی، مصرف مسئولانه، فردگرایی و میزان ردپای اکولوژیک آب (جدول ۱) نشان می‌دهد که مقدار میانگین بدست آمده برای متغیرهای مادی‌گرایی (۳/۶۲)، مصرف‌گرایی (۴/۰۴) بالاتر از مقدار متوسط طیف مربوطه می‌باشد. این مقدار از میانگین نشان دهنده بالا بودن میزان مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی در بین شهروندان ارومیه‌ای است و میانگین متغیر ردپای اکولوژیک به هکتار<sup>۲</sup> برای پاسخگویان ۱۸/۳۰ بدست آمده و بیانگر ردپایی بالاتر از میانگین قابل اکتساب است. بررسی مقادیر مربوط به مولفه‌های سازنده‌ی متغیر وابسته نشان می‌دهد شهروندان ارومیه در مصرف آب دارای میانگین بالاتر (۱/۴۶) و ردپای اکولوژیک بزرگتری هستند. همچنین بررسی مقادیر مربوط به بررسی شکل توزیع متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد این متغیرها عمدتاً از توزیع به نسبت نرمالی برخوردارند.

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

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

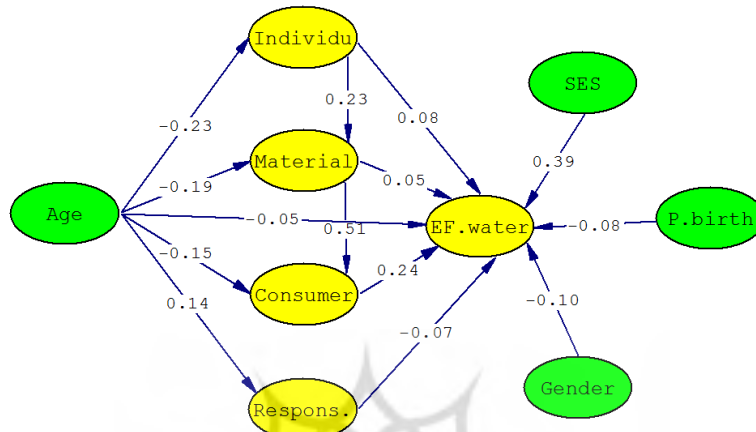
جدول (۱): آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
مادیرگرای	موفقیت		۳/۹۳	۱/۱۰
	محوریت	۱	۲/۹۹	۰/۸۷
	شادی		۳/۹۵	۱/۰۲
مصرف گرای	شاخص کل		۳/۶۲	۰/۷۳
	لذت بخش		۴/۱۸	۰/۹۸
	جایگاه اجتماعی	۱	۴/۰۷	۱/۰۵
مصرف مسئولانه	متظاهرانه		۳/۸۷	۱/۲۴
	شاخص کل		۴/۰۴	۰/۹۲
	محیط زیست	۱	۴/۴۲	۱/۰۳
مصرف مسئولانه	اجتماعی		۴/۸۴	۱/۱۶
	اقتصادی		۵/۳۱	۰/۷۲
	شاخص کل		۴/۸۵	۰/۸۰
فردگرایی	۱	۶	۴/۵۱	۰/۶۸
رد پای اکولوژیک آب (برحسب هکتار)	۰/۳۴	۳/۱۱	۱/۴۶	۰/۵۹

تحلیل‌های چند متغیره رد پای اکولوژیک مصرف آب 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 نشانگرهای مربوط به آنها بررسی می‌شود. بر اساس نتیجه این بررسی‌ها، بارهای عاملی مربوط به گویه‌های عموم شاخص‌ها عموماً ۰/۴ و همچنین پایایی مرکب<sup>۱</sup> عمومی شاخص‌ها بالای ۰/۶ و در سطح قابل قبول در تحقیقات اجتماعی می‌باشد، که عملاً نتیجه‌گیری در زمینه پایایی سنج‌های مورد استفاده را تایید می‌کند. از بین شاخص‌های متعدد برازندگی مدل، 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 دارند. شاخص RMSEA مدل نهایی برابر با ۰/۰۶۹ و فاصله اطمینان ۹۰ درصدی آن بین ۰/۰۴۹ و ۰/۰۹۰ قرار دارد که در سطح قابل قبولی برای مطالعات اجتماعی است. سایر معیارهای برازش مدل نیز مانند AGFI، GFI و NFI نیز که به ترتیب برابر با ۰/۹۸، ۰/۹۳ و ۰/۹۱ و جملگی بالای ۰/۹۰

1. Composite Reliability

هستند، نشان می‌دهند که هم مدل نهایی نسبت به مدل مبنایی و مدل‌های مرتبه پایین‌تر برازش بهتری دارد و هم مدل مذکور، سازگاری مناسبی با داده‌های مورد استفاده دارد.



Chi-Square=53.30, df=16, P-value=0.00001, RMSEA=0.069

مدل (۱): مدل نهایی معادلات ساختاری ردپای اکولوژیک مصرف آب با ضرایب استاندارد

در مدل نهایی ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان مورد مطالعه در شهر ارومیه، با توجه به تاثیرات مستقیم متغیرها (جدول ۲) می‌توان گفت تاثیرات مستقیم متغیرهای مصرف‌گرایی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و فردگرایی بر ردپای اکولوژیک مصرف آب اثری معنی‌دار و مثبت بوده و جنس پاسخگویان، محل تولد پاسخگویان و مصرف مسئولانه و پایدار اثر مستقیم معنی‌دار کاهش بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان داشته است. همچنین اثر مستقیم متغیر مادگرایی و سن در مدل نهایی معنی‌دار نبوده است.

بررسی اثرات غیرمستقیم (جدول ۲) متغیرهای دارای تاثیرات غیرمستقیم در مدل نشان می‌دهد که به غیر از مادی‌گرایی و سن که اثر غیرمستقیم‌شان بیشتر از اثر مستقیم‌شان است و از لحاظ آماری رابطه مثبت و معنی‌داری با متغیر وابسته دارند، سایر متغیرها اثر غیرمستقیم قابل توجهی بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان مورد مطالعه شهر ارومیه نداشته‌اند. مادی‌گرایی از طریق مصرف‌گرایی بیشترین اثر غیرمستقیم را بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب داشته، به نحوی که در مقایسه با اثر مستقیم، تاثیر غیرمستقیم آن از طریق مصرف‌گرایی (۰/۱۲) به شکل استاندارد شده) به عنوان تاثیر معنی‌دار آماری قابل شناسایی است. همچنین متغیر سن پاسخگویان به ترتیب از طریق فردگرایی، مادگرایی، مصرف‌گرایی و مصرف پایدار بیشترین اثر غیرمستقیم را بعد از مادی‌گرایی بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب داشته، در میان متغیرهای مورد بررسی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی پاسخگویان بیشترین تاثیر مستقیم و سن و مادی‌گرایی کمترین تاثیر مستقیم را بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب داشته‌اند.

همچنین، بررسی اثرات کل و مقدار  $t$  متغیرهای مورد بررسی نشان می‌دهد که اثرات کل متغیرهای پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مصرف گرایی، مادیگرایی، سن و فردگرایی بر روی ردپای اکولوژیک مصرف آب در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار می‌باشند و اثرات کل متغیرهای مصرف پایدار، جنس و محل تولد پاسخگویان بر روی ردپای اکولوژیک مصرف آب در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشند.

جدول (۲): اثرات متغیرهای مدل معادلات ساختاری بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف آب پاسخگویان

نسبت واریانس تبیین شده	مقدار T	نوع اثر			متغیرهای مستقل
		اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	
۰/۲۷	۵/۱۰	۰/۲۴	--	۰/۲۴	مصرف گرایی
	۳/۹۶	۰/۱۷	۰/۱۲	۰/۰۵	مادیگرایی
	۳	۰/۱۲	۰/۰۴	۰/۰۸	فردگرایی
	-۱/۹۸	-۰/۰۷	--	-۰/۰۷	مصرف پایدار
	۹/۷۳	۰/۳۹	--	۰/۳۹	پایگاه اقتصادی- اجتماعی
	-۳/۷۰	-۰/۱۶	۰/۱۱	-۰/۰۵	سن
	-۲/۶۲	-۰/۱۰	--	-۰/۱۰	جنس پاسخگویان
	-۲/۰۵	-۰/۰۸	--	-۰/۰۸	محل تولد

در مدل ساختاری برآزش داده شده، متغیرهای موجود در مدل نهایی در مجموع توانسته اند حدود ۲۷ درصد از واریانس ردپای اکولوژیک مصرف آب شهروندان ارومیه‌ای مورد مطالعه 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.

## نتیجه‌گیری

امروزه در بسیاری از کشورها برای مقابله با این پدیده (مصرف زیاد آب)، شیوه‌ها و اصول‌هایی برای هدایت بخش‌های مختلف جامعه به سمت مدیریت مصرف پایدار و آب طراحی شده است که یکی از این اصل‌ها، اصل مدیریت تقاضای آب<sup>۱</sup> است. این اصل، طیف وسیعی از عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را در جهت هدایت جامعه به سمت پایداری مصرف آب شامل می‌شود.

چنانکه پیش‌تر هم گفته شد، تحقیق حاضر با رویکرد جامعه‌شناختی، از یک سو، میزان ردپای بوم‌شناختی آب در بین شهروندان شهر ارومیه را برآورد کرده و از سوی دیگر، تاثیر برخی از متغیرهای اجتماعی و فرهنگی را بررسی کرده است.

نتایج تحقیق نشان داد که بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی پاسخگویان و میزان ردپای بوم‌شناختی مصرف آب رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۰/۳۹+). به نظر می‌رسد که با توجه به اینکه درآمد پاسخگویان یکی از ابعاد اصلی پایگاه اقتصادی-اجتماعی پاسخگویان می‌باشد، افرادی که درآمد بالاتری در شهر ارومیه دارند، بیشتر در خانه‌های ویلایی سکونت دارند و وجود باغ‌های خانگی می‌تواند باعث افزایش مصرف آب بشود. همچنین وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین میزان استفاده روزانه از ماشین‌های لباسشویی و ظرفشویی و میزان درآمد، می‌تواند بر افزایش ردپای بوم‌شناختی مصرف آب اثر گذار باشد.

همچنین تحلیل‌های چند متغیره رد پای بوم‌شناختی مصرف آب با استفاده از مدل معادلات ساختاری نشان داد که متغیرهای مصرف‌گرایی با اثر مستقیم مثبت معنی‌دار ۰/۲۴، مادیرگایی با اثر کل مثبت معنی‌دار ۰/۱۷، فردگرایی با اثر کل مثبت معنی‌دار ۰/۱۲ و متغیر مصرف‌پایدار با اثر مستقیم کاهشی معنی‌دار (۰/۰۷-) بر متغیر وابسته (ردپای بوم‌شناختی مصرف آب) داشته‌اند. با توجه به اینکه متغیرهای مذکور جز جهت‌گیری‌های ارزشی اجتماعی و فرهنگی جوامع امروزی‌اند، اثرات آنها در شکلگیری ارزش‌ها، عادت‌ها و نگرش‌های افراد آن جامعه مهم و انکارناپذیر است. چرا که این ارزش‌ها به عنوان هسته‌ی اولیه پارادایم غالب اجتماعی و فرهنگ غالب بر نحوه اجتماعی شدن و شخصیت فرد و متعاقب آن بر رفتارهای فرد یا افراد جهت می‌دهند. در تحقیق حاضر نیز با توجه به بالا بودن میانگین متغیرهای مذکور از حد وسط طیف مربوطه و همچنین مثبت بودن اثرات آنها بر ردپای بوم‌شناختی آب به جز مصرف‌پایدار که اثر کاهشی معنی‌دار بر متغیر وابسته داشت و بیانگر ارزش قناعت کردن و درست مصرف کردن در جامعه است، می‌توان بر اثرگذاری آنها بر نحوه مصرف آب و میزان ردپای بوم‌شناختی مصرف آب اذعان کرد.

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، متغیر جنس بر ردپای بوم‌شناختی مصرف آب تاثیر داشته است طوری که مرد بودن (در مقایسه با زن بودن) اثر مستقیم معنی‌دار کاهشی بر میزان ردپای بوم‌شناختی مصرف آب داشته است و این شاید به این علت است که نقش زنان در مدیریت مصرف خانوار و در زمینه مصرف آب در خانه مهمتر و پررنگ‌تر از مردان است، از این جهت ردپای بوم‌شناختی مصرف آب آنها بیشتر و بزرگتر از مردان است.

## منابع

- Aitken, C., McMahon, T., Wearing, A., Finlayso, B. (1994). Residential Water Use: Predicting and Reducing Consumption, **Journal of Applied Social Psychology**, 24, 2. pp. 136-158.
- Akenji, L., Bengtsson, M. (2014). Making Sustainable Consumption and Production the Core of Sustainable Development Goals, **Sustainability Journal**, 6, 513-529; doi:10.3390/su6020513.
- Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg M., Peyer, M., Seegebarth, B., Wiedmann, K. 2013. Consciousness for sustainable consumption: Scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability. **In: AMS Review**, 3 (4), 181-192.
- Belk, R. W. 1984 , Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity, and Relationships to Measures of Happiness, **Advances in Consumer Research**, V: 11, 291-297.
- Birou, A.(1996). **Vocabulaire pratique des sciences sociales**, trans: B Sarukhani, Tehran, Iran: Keyhan.
- Boden, S., Williams, S. J. 2002. Consumption and Emotion: The Romantic Ethic Revisited. **Sociology**, 36(3), 493-512 .
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. 2002. Materialism and well-being: A conflicting values perspective. **Journal of Consumer Research**, 29, 348- 370.
- Campbell, C (2021). The Desire for the New: Its Nature and Social Location as Presented in Theories of Fashion and Modern Consumerism, **Journal Consumption and Consumer Society**, pp: 7-27. DOI.10.1007/978-3-030-83681-8-2.
- Campbell, C. 1983. Romanticism and The Consumer Ethic: Intimations of a Weber-Style Thesis. **Sociological Analysis**, 44(4), 279-295.
- Corral-Verdugo, V., Bechtelb, R., Fraijo-Singc, B. (2003). Environmental beliefs and water conservation: An empirical study, **Journal of Environmental Psychology**, 23, 247-257.
- Daniel R. Rondinel-Oviedo & Jaime M. Sarmiento-Pastor (2020) Water: consumption, usage patterns, and residential infrastructure. A comparative analysis of three regions in the Lima metropolitan area, **Water International**, 45:7-8, 824-846, DOI: 10.1080/02508060.2020.1830360.
- Dittmair, H. 2008. **Consumer culture, identity and well-being**. Hove: Psychology Press.
- Es'haghi, R., Karimi, H., Rezaei, A., Ataei, P. (2022). Content Analysis of the Problems and Challenges of Agricultural Water Use: A Case Study of Lake Urmia Basin at Miandoab, Iran, **journals of sagepub**, April-June 2022: 1-15, DOI: 10.1177/21582440221091247.
- Fan, Ying, H Li, and Gonzalo Miguez-Macho, "Global patterns of groundwater table depth," **Science**, 2013, 339 (6122), 940-943.
- Farber, R., Wedell, E., Herchenroeder, L., Dickter, C. L., Pearson, M. R., & Bravo, A. J. (2020). Microaggressions and psychological health among college students: A moderated mediation model of rumination and social structure beliefs. **Journal of Racial and Ethnic Health Disparities** 8, 245-255. <https://doi.org/10.1007/s40615-020-00778-8>.



- Feizizadeh, B., Ronagh, Z., Pourmoradian, S., Gheshlaghi, H. A., Lakes, T., & Blaschke, T. (2021). An efficient GIS-based approach for sustainability assessment of urban drinking water consumption patterns: A study in Tabriz city. Iran. **Sustainable Cities and Society**, 64, Article 102584.
- Hajizadehmeimandi, m., falakodin, z. (2017). A Survey of Socio-Cultural Factors Affecting Responsible Environmental Behavior (Case Study: Citizens of Khorramabad), **Qualitative social development**, 12(1), 7-36.
- Jamali, Gh., Zamani, S. (2015), Factors affecting the pattern of water consumption and its optimization in the domestic sector of rural areas of Bushehr, **Journal of Water and Sustainable development**, 2(1), 81-86.
- Kang, J., Grable, K., Hustvedt, G., Ahn, M., Sustainable water consumption: The perspective of Hispanic consumers, **Journal of Environmental Psychology** (2017), doi: 10.1016/j.jenvp.2017.02.005.
- Iuchinotta, I., Pagano, A., Vilcan, T., Ahilan, S., Kapetas, L., Maskrey, S., & O'Donnell, E. (2021). A participatory system dynamics model to investigate sustainable urban water management in Ebbsfleet Garden City. **Sustainable Cities and Society**, 67, Article 102709.
- Manchanda, R., Abidi, N., & Mishra, J. K. 2015. Assessing materialism in Indian urban youth. Management: **Journal of Contemporary Management Issues**, 20(2), 181-203.
- Marshall NA, Thiault L, Beeden A, Beeden R, Benham C, Curnock MI, Diedrich A, Gurney G, Jones L and Marshall PA(2018) Our Environmental Value Orientations Influence How We Respond to Climate Change. **Front. Psychol.** 10:938. doi:10.3389/fpsyg.2019.00938.
- McCarty, A, J., 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.
- Miller, E., Buys, L. (2008) The Impact of Social Capital on Residential Water-Affecting Behaviors in a Drought-Prone Australian Community, **Society & Natural Resources: An International Journal**, 21:3, 244-257, DOI: 10.1080/08941920701818258.
- Mirhashemi, M., Haghparast, F., Asefi, M. (2020). Investigating the Determinant of Environmental Behaviour: A Qualitative Study in Urban Areas of Iran, **Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development**, Vol. 8, No.3, Serial No.31, 153-164.
- Organization, W. H. (2021). **Billions of people will lack access to safe water, sanitation and hygiene in 2030 unless progress quadruples – warn WHO.** UNICEF. Retrieved from. <https://washdata.org/>.
- Richins, M, L., McKeage, K, K, R., Najjar, D., 1992, An Exploration of Materialism and Consumption-Related Affect. **Advances in Consumer Research** Vol. 19, 229-236.
- Richins, M. L. 2004. The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. **Journal of Consumer Research**, 31(1), 209-219.
- Rumbo J. D. 2007. “consumption, green/sustainable”, in Ritzer, G. (ed), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, Blackwell Publishing, p 727.
- Salonen, A. Ahlberg, M. 2011. Sustainability in Everyday Life: Integrating Environmental, **Social, and Economic Goals. Sustainability**: 4(3):134-142.

- Shulruf, B., Hattie, J., Dixon, R. 2007. Development of a New Measurement Tool for Individualism and Collectivism, **Journal of Psychoeducational Assessment**, 25(4), 385-401.
- Sutton, P. (2013), **The Environment A Sociological Introduction**, Trans: S, Salehi, Tehran, Iran, Samt
- Triandis, H.C. 2001. Individualism-Collectivism and Personality, **Journal of Personality**, 69(6), 908-924.
- Turner, T. 2016. **How Big is My Ecological Footprint?**, Available on the site: <http://www.earthrangers.org>. {2016/01/25}.
- UNEP, 2005. **A Guidance Manual: Advancing Sustainable Consumption in Indonesia. Division of Technology, Industry, and Economics**. United Nations Environment Programme.
- Wang, Q., Wang, X., Liu, Y., Li, R. (2021). Urbanization and water consumption at national- and subnational-scale: The roles of structural changes in economy, population, and resources, **Sustainable Cities and Society**, 75, Article 103272, doi.org/10.1016/j.scs.2021.103272.
- World Bank. 2014. **World Bank's new Turn Down the Heat report**, Available on the site: <https://www.carbonbrief.org>, {2017/01/07}.
- World Health Organization (WHO) and United Nations Children's Fund (UNICEF) 2021 Progress on Household Drinking Water, Sanitation and Hygiene 2000–2020: Five Years Into the SDGs. ISBN (WHO) 978-92-4-003084-8.
- Zaman, D., Tiwari, M. K., Gupta, A. K., & Sen, D. (2021). Performance indicators-based energy sustainability in urban water distribution networks: A state-of-art review and conceptual framework. **Sustainable Cities and Society**, 72, Article 103036.
- Zinn, J. 2007. "Individualism", in Ritzer, G. (ed), **The Blackwell Encyclopedia of Sociology**, Blackwell Publishing, p 2285.