

## Sociological Explanation of the Pattern of Electricity Consumption of the Citizens in Kerman City

**Fatemeh Farmitani**

Master of Social Sciences, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

**Soudeh Maghsoodi \***

Associate Professor of Social Sciences, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

**Abdolhossein Daneshvarinasab**

Assistant Professor of Social Sciences, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

### Abstract

This study aimed to investigate the pattern of electricity consumption of Kerman citizens and its sociological explanation. The statistical population of the study included all household electricity subscribers in Kerman, of which 383 people were selected as a statistical sample using a simple random sampling method. In the present study, the face validity method and Cronbach's test were used to ensure the validity and reliability of the content of the questionnaire. SPSS software and Pearson statistical tests and analysis of variance were used to analyze the data. Findings showed that there was a significant relationship between knowledge of optimal patterns of electricity consumption (Specified patterns of the electricity department), awareness of the consequences of excessive electricity consumption, social support, social trust and feelings of insecurity with the pattern of electricity consumption. There was also a significant difference in the average electricity consumption pattern of respondents in terms of education, marital status, age, number of household members and length of residence and no significant difference in the average electricity consumption pattern of subscribers according to type of housing and area of residence. Finally, it was found that the strongest predictor of electricity consumption pattern variable is the awareness of optimal consumption patterns, so it is possible to improve the consumption pattern by increasing citizens' awareness in this area.


**Keywords:** Consumption Patterns, Energy Consumption, Social Factors, Citizens.

\* Corresponding Author: smaghsoodi@uk.ac.ir


**How to Cite:** Farmitani, F; Maghsoodi, S; Daneshvarinasab, A. (2023). Sociological explanation of the pattern of electricity consumption of the citizens of Kerman, *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 14 (53), .

## تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان

کارشناس ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،  
دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

فاطمه فرمیتنی 

دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه  
شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

سوده مقصودی \* 

استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،  
دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

عبدالحسین دانشوری نسب 

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان و تبیین جامعه‌شناختی آن بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشترکان برق خانگی شهر کرمان بود که تعداد ۳۸۳ نفر از آنها با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در مطالعه حاضر برای حصول اطمینان از اعتبار و پایایی محتوای پرسشنامه از شیوه اعتبار صوری و آزمون کرونباخ استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری پیرسون و تحلیل واریانس استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که رابطه معنی‌داری بین آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق (الگوی های مشخص شده اداره برق)، آگاهی از نتایج مصرف بی‌رویه برق، حمایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس ناامنی با الگوی مصرف برق بود. همچنین تفاوت معنی‌داری در میانگین‌های الگوی مصرف برق پاسخگویان برحسب تحصیلات، وضعیت تأهل، سن، تعداد اعضای خانوار و مدت سکونت و عدم تفاوت معنادار در میانگین الگوی مصرف برق مشترکان برحسب نوع مسکن و منطقه محل سکونت وجود داشت. در نهایت مشخص شد که قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده الگوی مصرف برق متغیر آگاهی از الگوهای بهینه مصرف است، بنابراین می‌توان با افزایش آگاهی شهروندان در این زمینه الگوی مصرف را بهبود بخشید.

واژه‌های کلیدی: الگوهای مصرف، مصرف انرژی، عوامل اجتماعی، شهروندان.

## ۱. مقدمه

در دنیای امروز انرژی و کاربردهای آن در زندگی بشر از جایگاه مهم و ارزشمندی برخوردار است. انرژی لازمه و پیش‌نیاز پیشرفت اجتماعی و توسعه اقتصادی است و نیازهای اولیه انسان به آب، غذا و سرپناه را تأمین می‌کند و به وجود آورنده حرارت، حرکت و قدرت محرکه آن است که از طریق امکان‌پذیر کردن اشتغال، آموزش و بهداشت شالوده پیشرفت اجتماعی محسوب می‌شود (زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸).

بررسی روند مصرف انرژی برق در ایران در سال ۱۳۹۵ نشان داد که مصرف انرژی برق با رشد ۹/۵ درصد نسبت به سال قبل به ۲۴۱۰۹۱ میلیون کیلو وات ساعت رسید. تا پایان سال ۱۳۹۶ بخش‌های خانگی، صنعتی، کشاورزی، عمومی و سایر مصارف (تجاری) و روشنایی معابر به ترتیب سهمی معادل ۳۳/۲، ۳۲، ۱۵/۹، ۹/۸، ۷/۳ و ۱/۸ درصد از کل مصرف برق را داشتند (اصلائی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲). در حال حاضر بخش اعظم انرژی‌های تولیدشده در مصارف خانگی به‌خصوص در خانوارهای شهری استفاده می‌شود (طالبیان و دیگران، ۱۳۹۵: ۲۱۸). در کشورهای صنعتی ساعات پیک مصرف برق عموماً در روز اتفاق می‌افتد، درحالی‌که ساعات پیک کشور ما، در تابستان بین ساعات ۱۹ تا ۲۳ و در زمستان بین ۱۸ تا ۲۲ است (طالب زاده و نصیری پور، ۱۳۹۵: ۲).

به گفته آژانس بین‌المللی انرژی، تقاضای مداوم افراد برای لوازم خانگی بزرگ و کوچک، اغلب با کارایی جدید، منجر به افزایش سریع مصرف برق در بخش‌های مسکونی شده است (Cabeza et al, 2014: 188). در شرایط کنونی با توجه به مسائلی همچون افزایش تعداد مصرف‌کنندگان، گرایش به شهرنشینی و تغییر سبک‌های زندگی افراد، تمایل به استفاده از کالاهای لوکس و لزوم دسترسی سریع‌تر به نیازهای مصرفی به جهت محدودیت‌های زمانی، همواره خطر اتلاف و کاهش منابع و نیروهای تولید انرژی و نیز دغدغه اصلاح و بهینه‌سازی الگوهای مصرفی افراد جامعه وجود داشته است از این رو یکی از مباحث مهم مرتبط با انرژی، بحث الگوی مصرف آن است (شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۸).

با در نظر گرفتن مقوله مصرف بطور کلی، الگوی مصرف دربرگیرنده کمیت و کیفیت اقلام مصرفی افراد و خانوارهای جامعه است که تحت تأثیر متغیرهایی همچون استاندارد مصرف، درآمد، موقعیت اجتماعی و ... تغییر می‌یابد. بنابراین الگوی مصرف انرژی به کمیت و کیفیت و یا میزان و چگونگی مصرف انرژی‌هایی همچون نفت، گاز، برق و ... در مصارف مختلف صنعتی و خانگی و در جهت تولید و یا برآوردن نیازها اطلاق می‌شود. اگرچه میزان مصرف انرژی امری شخصی و دلخواهانه است اما الگویی بودن مصرف به این معنی است که شیوه‌های مصرف تنها به علایق و امکانات مادی و شخصی و منحصر به فرد مربوط نیست بلکه رفتار مصرفی تا حد زیادی تابعی از شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. رفتار مصرفی افراد از بعد تقاضا (فردی و جمعی) متأثر از رجحان‌ها، سلیقه و شرایط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آن‌ها می‌باشد و هر فرد یا خانوار با توجه به محدودیت‌های درآمدی و قیمت‌های نسبی، شرایط اقتصادی، ارزش‌های فرهنگی و شرایط اجتماعی سبب مصرفی خود را انتخاب می‌کند. بنابراین به تعداد افراد جامعه، الگوی مصرف فردی می‌توان یافت و هر فردی سعی می‌کند ترکیبی از کالاها و خدمات را مصرف کند که مطلوبیت و رفاهش حداکثر شود. لذا از دیدگاه فردی الگوی مصرف هر فرد بهترین الگوی مصرف ممکن می‌باشد. منتهی در بعد کلان این امر ممکن است با سیاست‌های دولت، توان اقتصادی و اولویت‌های کشور متناقض باشد، که لزوم بازنگری و اصلاح الگوی مصرف را ایجاب می‌کند (شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۰).

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص‌های زندگی و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت است (ادیب و دیگران، ۱۳۸۸: ۷۳).

خانوار یکی از عمده‌ترین مراکز مصرف می‌باشد که با اصلاح الگوی مصرف آن می‌توان بخش قابل توجهی از مصارف جامعه را اصلاح نمود. برای ارائه یک الگوی مصرفی برای خانوار باید هم خواسته‌های مصرف‌کننده و هم استانداردهای تعیین شده از سوی کارشناسان و مراکز بین‌المللی را در نظر گرفت. واقعیت این است که بیش از ۳۰

تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۶۵

درصد انرژی‌های مصرف شده در بسیاری از کشورها متعلق به بخش خانگی است (صالحی و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۱۲).

رعایت الگوی مصرف و تعهد به انجام آن، ناشی از احساس مسئولیتی است که هر کدام از ما نسبت به هم نوع و همشهری‌های خود خواهیم داشت (ادیب و دیگران، ۱۳۸۸: ۷۳). اتخاذ الگوی صحیح و منطقی در مصرف، آثار فردی و اجتماعی فراوانی به دنبال دارد؛ زیرا در سطح کلان، تا امکانات یک جامعه با نیازها و خواسته‌های افراد آن جامعه متناسب و هماهنگ نباشد، کسب استقلال اقتصادی و دستیابی به عزت و سرافرازی ممکن نمی‌گردد. در سطح فردی نیز، بدون اجتناب از مصارف غیرضروری و تجملی و متوازن نمودن درآمدها و هزینه‌ها، آرامش روحی و روانی به وجود نمی‌آید. جستجوی الگوی مصرف متناسب خانوار به معنای آشنایی با معیارها، فرضیه‌ها و رفتارهای عاقلانه در مصرف است که خانواده در پرتو آن بهتر بتواند بر مسائل و مشکلات مالی خویش غلبه کند و هزینه‌ها را تا حد ممکن به امکانات نزدیک نموده و از فشارهای روانی وارد بر خانواده از نظر ساعات کار و احساس محرومیت، خفت و شکست بکاهد (رزاقی، ۱۳۷۴: ۱۶۳). اقتصاددانان تلاش نموده‌اند تا با شناسایی عوامل مؤثر بر مصرف برق، راه‌حلهایی را به منظور کاهش مصرف پیشنهاد نمایند. بر اساس مطالعات اقتصاد خرد، سیاست‌های قیمتی می‌توانند نقش مهمی در کنترل مصرف برق داشته باشند اما، با توجه به نقش این نوع انرژی در رفاه خانوارها و ساختار بازار آن، امکان بهره‌مندی دولت‌ها از این سیاست‌ها محدود می‌باشد. لذا توجه به سیاست‌های غیر قیمتی در مدیریت مصرف برق اهمیت فراوانی دارد (رحیمی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۳۰). به عبارتی شناخت و تحلیل الگوهای مصرف انرژی در ساحت اجتماعی و در بخش خانگی بسیار اهمیت دارد. اصولاً شناخت فرهنگ و الگوهای مصرف انرژی، پایه و اساس بهینه‌سازی و تغییر فرهنگ مصرف انرژی است (اصلائی و دیگران، ۱۳۹۷: ۷).

با توجه به اینکه شهرستان کرمان در دل کویر و در جنوب شرق ایران واقع شده که به واسطه توسعه افقی‌اش مصرف‌کنندگان برق فراوانی را در دل خود جای داده است. قطع

برق در تابستان و هزینه‌های سرسام‌آور پوشش برق در سراسر این شهر بر اهمیت بررسی رفتار خانوارهای مصرف‌کنندگان افزوده لزوم و ایجاد تغییر در رفتار خانوارهای مصرف‌کننده برق در شهر کرمان را دوچندان کرده است. از این رو شناخت الگوی مصرف مشترکان خانگی برق کرمان ضرورت پیدا می‌کند. برای ترغیب و وادار ساختن مشترکان برق به رعایت توصیه‌های مدیریت مصرف، لازم است الگوی مصرف آن‌ها شامل وضعیت آگاهی و رفتار مصرفی در زمینه انرژی برق مطالعه و با درک نیازها و شرایط عینی مصرف‌کنندگان، راهکارها و برنامه‌های مناسب از طرف مسئولان و دستگاه‌های ذی‌ربط تدوین شود. بنابراین پژوهش حاضر در پی پاسخ به چند سؤال اصلی است:

شکل، رفتار و سطح مصرف برق شهروندان شهر کرمان چگونه است؟ آگاهی در مورد الگوهای بهینه مصرف برق در چه وضعیتی است؟ آیا احساس ناامنی، اعتماد اجتماعی و حمایت اجتماعی بر الگوی مصرف برق شهروندان تأثیر دارد؟ آیا متغیرهای زمینه‌ای بر الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان تأثیر دارد؟

## ۲. مطالعات پیشین

در زمینه الگوی مصرف برق تحقیقاتی انجام شده تا از این طریق الگوی مصرفی پاسخگویان شناخته شود؛ برای مثال، رحمانی و دیگران (۱۴۰۰) در پژوهش خود به «بررسی فاکتورهای تأثیرگذار در انتخاب سوخت و مصرف انرژی خانوارهای شهر مهاباد» پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که در صورت ثابت ماندن متغیرهای دیگر، سطح درآمد ممکن است منجر به تغییر در مصرف انرژی شود. برخلاف سایر متغیرهای مستقل، سن سرپرست خانوار نتوانست تأثیر چشمگیری بر روی انتخاب و مصرف انرژی توسط خانوارها داشته باشد.

عبدی ورمزان و دیگران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «رابطه ارکان مدل فعال‌سازی هنجار و انگیزش نسبت به صرفه‌جویی با رفتار صرفه‌جویی برق در خانواده‌های تهرانی» نشان دادند که از بین متغیرهای جمعیت شناختی تنها وضعیت تأهل با رفتار صرفه‌جویی در

تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۶۷

مصرف برق ارتباط دارد. آگاهی از مشکل و اسناد مسئولیت‌پذیری و آگاهی از پیامدها، با هنجارهای شخصی رابطه مستقیم و معناداری داشتند و هنجارهای شخصی هم با صرفه‌جویی برق رابطه مستقیم داشت.

پایان‌نامه تحصیلی با عنوان «بررسی تطبیقی جایگاه تبلیغات تلویزیونی بر مدیریت مصرف انرژی (برق) در بین زنان مناطق ۲ و ۱۷ تهران» توسط علی‌اکبری (۱۳۹۸) انجام شده است که تحلیل نتایج آن نشان داد که میزان تماشای برنامه‌های تبلیغات تلویزیونی با موضوع صرفه‌جویی در مصرف برق با ۳۳/۶ درصد یکبار در هفته، ۴۲/۲ درصد دو بار در هفته، ۹/۹ درصد پنج بار در هفته، ۱۴/۳ درصد هفت بار در هفته مورد مصرف رسانه‌ای پاسخگویان قرار دارد. بین تبلیغات افشاعی، القایی و آگاهی‌دهنده و ترغیبی تلویزیون و مدیریت مصرف برق در بین زنان دو منطقه ۲ و ۱۷ تهران رابطه معنادار وجود دارد. این عناصر بر زنان دو منطقه که از نظر پایگاه اجتماعی و اقتصادی متفاوت هستند نیز اثر و ارتباط یکسانی دارد.

خیرخواه (۱۳۹۸) در پایان‌نامه تحصیلی تحت عنوان «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و اقتصادی با الگوی مصرف برق شهروندان مشکین شهر» نشان دادند که بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی با الگوی مصرف برق انرژی برق شهروندان مشکین شهر رابطه وجود دارد.

مظفری و دیگران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر مصرف برق خانگی در استان‌های ایران»، به این نتایج دست یافتند که سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری بر مصرف برق خانگی داشته است. همچنین سایر نتایج مقاله نشان داد که درآمد سرانه، نیاز به سرمایش، بعد خانوار و مصرف دوره قبل تأثیر مثبت بر مصرف برق خانگی دارد. مصرف برق دوره قبل بیشترین تأثیر را در تابع مصرف برق خانگی داشته است. کاهش قیمتی مصرف برق خانگی منفی ارزیابی شده است لذا افزایش قیمت برق موجب کاهش مصرف برق شده است. متغیرهای نیاز به گرمایش و قیمت گاز خانگی تأثیر معنی‌داری بر مصرف برق ندارند.

اصلائی و دیگران (۱۳۹۷) در مقاله خود به بررسی «عوامل مؤثر بر مصرف انرژی (برق) خانوار شهری با رهیافت نظریه بنیانی» پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن بوده است که در سطح فردی عواملی نظیر راحت‌طلبی، ضعف مسئولیت‌پذیری فردی، بی‌اعتمادی، آگاهی پایین و در سطح میانه نیروی عادات و روزمرگی و در سطح کلان، تحولات تکنولوژی و سیاست‌های انرژی بر شیوه‌های عمل مصرف‌ناپایدار و تداوم آن در قالب عادات واره مصرفی در خانواده‌ها اثرگذار است.

زارع شاه‌آبادی و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر عوامل اجتماعی-فرهنگی بر الگوی مصرف انرژی در خانوارهای شهر یزد» نشان دادند که رسانه‌های بین‌المللی، تحصیلات و درآمد بالا، تجرد، اعتقادات دینی ضعیف، هنجارپذیری پایین از عواملی بودند که تأثیر منفی بر الگوی مصرف انرژی دارند. به‌علاوه تحصیلات، رسانه‌های بین‌المللی، محل تولد، عاطفه دینی، تعداد اعضای خانوار، سبک زندگی، آگاهی و میزان سکونت در شهر یزد از جمله متغیرهایی بودند که ۳۰ درصد از تغییرات الگوی مصرف را تبیین کرده‌اند.

پژوهش‌ها در کشورهای دیگر نیز نشان می‌دهند که الگوی مصرف برق تحت تأثیر عوامل مختلفی است به‌عنوان نمونه: پژوهش‌های روانشناختی اجتماعی از جمله پژوهش‌های وانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) و فن و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) نشانگر آن هستند که با آنکه فقدان دانش، می‌تواند مانع رفتار باشد؛ اما در موارد بسیاری شرکت‌کنندگان از دانش کافی برخوردار بوده‌اند و آنچه حضور نداشته است، انگیزه بوده است. انگیزه را نیروی راه‌انداز رفتار صرفه‌جویی معرفی می‌کنند. به نظر می‌رسد نوع انگیزش افراد در تبدیل نگرش به رفتار صرفه‌جویی برق و تداوم صرفه‌جویی اثرگذار است و انگیزش در نقش عامل و سازوکار مرتبط کننده آگاهی از مشکل کمبود برق، اسناد مسئولیت‌پذیری و هنجارهای شخصی، نقش دارد.

---

1. Wang et al  
2. Fan et al



کیم<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «عوامل تعیین‌کننده مصرف برق در خانوارهای تک نفره کره» به این نتیجه رسید که دو عامل یعنی درآمد ماهانه و تعداد وسایل گرمایشی بیشترین تأثیر را بر مصرف برق خانوارهای سالمند تک‌نفره داشته است.

بسائی و برگرالو<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهش خود تحت عنوان «عوامل تعیین‌کننده هزینه انرژی مسکونی در ایتالیا» با تجزیه و تحلیل روابط بین مصرف انرژی مسکونی و عوامل ساختمان، متغیرهای اجتماعی و جمعیتی و وسایل مورد بحث به بررسی تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی بر مخارج مصرفی برق کشور ایتالیا پرداختند. نتایج نشان داد که ویژگی‌های اقتصادی اجتماعی تأثیر قوی‌تری بر مصرف برق در مقایسه با ویژگی‌های ساختمان و وسایل برقی داشتند.

هو و همکاران<sup>۳</sup> در سال ۲۰۱۷ تحقیق با عنوان «تحقیق بر روی رفتار مصرف انرژی خانوارها» انجام دادند. نتایج نشان داد اگرچه رشد اقتصادی منجر به رشد مصرف انرژی می‌شود، اما نفوذ وسایل برقی با برچسب مصرف بهینه نیز افزایش یافته در نتیجه تقاضا برای این وسایل بیشتر شده است. در مقایسه با کشورهای پیشرفته مانند آمریکا و ژاپن این کشور دارای مصرف پایین‌تری است و این به دلیل اندازه کوچک‌تر خانواده و ساختمان، سبک زندگی سنتی و رفتار مصرفی انرژی است. سیاست صرفه‌جویی انرژی تأثیر به‌سزایی بر آگاهی رفتار صرفه‌جویی انرژی افراد داشته است.

پژوهشی تحت عنوان «حفاظت از انرژی خانگی در کنیا» توسط موتیو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) انجام شد که نتایج آن نشان داد که متغیرهای جمعیت‌شناختی مانند جنسیت، سرپرست خانوار و دستیابی به شغل و تحصیلات و همچنین موقعیت و بعد خانوار، عوامل تعیین‌کننده‌ای در الگوی مصرف انرژی نیستند بلکه تنها تمایل به صرفه‌جویی در مصرف انرژی عامل تعیین‌کننده است. عوامل دیگر نظیر کل ساعت مصرف انرژی، درک در مورد

---

1. Kim  
2. Besagni & Borgarello  
3. Hu et al  
4. Mutual et al

مقرون به صرفه بودن، حفاظت از منابع انرژی و آگاهی از اقدامات و مقررات حفاظت از آن در تمایل به صرفه‌جویی باید در نظر گرفته شوند.

مطالعات نسبتاً خوبی به لحاظ کمی و کیفی در مورد الگوی مصرف برق انجام شده است، اما هر کدام از آنها صرفاً کوشیده‌اند تأثیر یکی از متغیرهای اجتماعی را بر الگوی مصرف برق مورد سنجش قرار دهند. با این اوصاف پژوهش حاضر می‌کوشد نقایص پژوهش‌های پیشین درباره الگوی مصرف برق را بپوشاند. بدین نحو که در سطح وسیع انجام خواهد شد و به دلیل بررسی ابعاد مختلف از جمله مهم‌ترین عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر الگوی مصرف برق، که در تحقیقات دیگر به صورت پراکنده بررسی شده بودند؛ به صورت یکجا و متمرکز مورد بررسی قرار داده و مشکل تک عاملی بودن پژوهش‌های پیشین را نخواهد داشت.

### ۳. چارچوب نظری

از آنجایی که مقوله مصرف چندبعدی است لازم است از دیدگاه‌های مختلف بررسی شود که در این مبحث بدان پرداخته می‌شود. پیر بوردیو<sup>۱</sup> یکی از برجسته‌ترین جامعه‌شناسان حوزه مصرف، بیش از همه برای بسط نظریه‌های اجتماعی مصرف تلاش کرده است، با این استدلال که مصرف، سلیق و سبک‌های گروهی را که طبقات اجتماعی مشابه را تصرف کرده است منعکس می‌سازد. به اعتقاد وی، به لحاظ منطقی در هر جامعه‌ای که تفکیک اجتماعی وجود دارد، مصرف نقش مهمی در ارزیابی یا به چالش کشیدن رتبه و پایگاه دارد (اکبری و دیگران، ۱۳۹۵: ۶). بوردیو مصرف را وسیله تمایز می‌دانست. طبقه بالا اولویت خود را با دسترسی به فرهنگ بالا و مصرف زیاد نشان می‌دهند. مصرف از نظر او، پاسخ به نیازهای زیستی نیست، بلکه به صورت فعال درگیر نشانه‌ها، نمادها و روش‌هایی است که برای جدا ساختن گروه‌های اجتماعی از هم به کار می‌رود (اباذری و دیگران، ۱۳۸۱: ۱۵).

---

1. Pierre Bourdieu

مارگارت آرچر<sup>۱</sup> نظریه نظام‌ها را جایگزین ساختاربندی می‌کند و بر عاملیت فرهنگ تأکید دارد. از دیدگاه آرچر، عاملیت و فرهنگ (ساختار) دوگانگی گیدنزی ندارند، بلکه در ساحت تحلیلی از هم جدا هستند. همچنین ساختارها موجب الزام می‌شوند، آن‌ها برنامه‌های عامل‌ها را با ایجاد هزینه‌های فرصت متفاوت برای افراد، الزام‌آور و توانمند می‌سازند، در نتیجه برای کسانی که در وضع مساعد یا نامساعد نسبی شریکند، در تغییر یا ثبات، منفعی وجود دارد. عاملیت، به عامل‌هایی پیوسته و بسته است که به‌طور ساختاری تحدیدکننده و شرط‌آلودند، یعنی مستقل نمی‌توانند عمل کنند، و در هر صورت مشروط و منوط به عامل‌های ساختاری هستند. کنش‌گران در ساختارها، ناگزیر، مقید و ملزم می‌شوند، ولی در مورد شکل معینی که خود الزامات می‌گیرند، می‌توانند تصمیمی بگیرند (باقری و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۱۰). رفتار مصرفی فراتر از انتخابی ابزاری است. در جریان این فرآیند، مصرف‌کننده یافته‌ها و تجاربی را به دست می‌آورد که بر عوامل درونی و بیرونی تأثیر می‌گذارند و این فرآیند به‌طور پیوسته ادامه می‌یابد. بنابراین وی معتقد است که عوامل بیرونی و درونی به‌طور تلویحی بر یکدیگر تأثیر دارند. اینکه افراد و عاملان به شکلی مصرف می‌کنند که رضایت دارند، در نظریات عقلانیت رفتاری و فلسفه مصلحت‌گرایی تشریح شده است. تقلیل‌گرایی و تک‌عامل‌نگری که از ویژگی‌های برجسته شناخت در قرن نوزدهم بود، در دیدگاه جرمی بنتام و نظریات کلاسیک‌ها به مطلوبیت، فایده‌مندی و مطلوبیت نهایی در مصرف، به‌مثابه تنها عامل تعیین‌کننده، منجر شد (طالبیان و دیگران، ۱۳۹۵: ۲۲۳).

در نظر تورشتاین وبلن<sup>۲</sup> قدرت مالی و هرگونه ثروتی برای آن‌ها که بیشترین شأن و منزلت را برای صاحبش به ارمغان آورد، باید به صورتی خودنمایانه و متظاهرانه به نمایش گذاشته شود و این امر می‌بایست در مصرف خود رانشان دهد. نظریه وی در خصوص انگیزه‌های نخستین افراد در رفتار مصرفی خویش، از «حرمت نفس» آغاز می‌شود. او

---

1. Margaret Archer  
2. Torstein Veblen

معتقد است که حرمت نفس هر انسانی بازتاب همان حرمتی است که دیگران برای او قائل می‌شوند (ویلن، ۱۳۸۲: ۷۵).

نوع ارزش‌های حاکم بر جامعه می‌تواند بر ساختارهای فرهنگی از جمله مصرف تأثیر گذارد. در این باره می‌توان به نظریه دگرگونی ارزشی اینگلهارت<sup>۱</sup> اشاره کرد. نظریه دگرگونی ارزشی به جابه‌جایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های فرامادی به صورتی بالقوه فرایندی جهانی است اشاره دارد. به نظر اینگلهارت ارزش‌های فرامادی بازتاب وجود امنیت در طی شکل‌گیری شخصیت فرد هستند. بر اساس این فرض در کشورهایی که به‌طور نسبی ثبات اقتصادی، نیروی‌های دفاعی قوی، آهنگ سریع اقتصادی، نظم اجتماعی، سیاسی و اقتصادی حاکم باشد به تدریج افراد به سمت مشارکت‌های اجتماعی، آزادی بیان، زیباسازی شهرها و ایجاد جوامع انسانی و عقلانی گرایش پیدا می‌کنند. قرار گرفتن در این فضای ارزشی نوید تغییرات اساسی را در هنجارهای دینی، اخلاقی، اجتماعی و سیاسی می‌دهد که می‌توان انتظار شکاف نسلی را در بین افراد جامعه داشت. بر پایه این نظریه تا زمانی که حداقلی از ثبات اقتصادی و اجتماعی و امنیت وجود نداشته باشد گرایش به ارزش‌های فرامادی که مرتبط با هنجارهای فرهنگی و اجتماعی است و رعایت فرهنگ الگوی مصرف یکی از آنهاست تحقق نخواهد یافت (زارع شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۶-۲۷).

در نظریه درآمدی نسبی<sup>۲</sup> مدلی که از سوی جیمز دوزنبری<sup>۳</sup> در سال ۱۹۴۹ ارائه شد رفتار مصرفی افراد با یکدیگر ارتباط داشته و مستقل از هم نیست؛ در واقع، فرد، خود را با سایر افراد مقایسه کرده و آنچه تأثیر قابل توجه در مصرف او دارد، جایگاه او در میان افراد و گروه‌های جامعه است؛ نه صرف درآمد وی. بنابراین، فرد تنها در صورتی احساس بهبود موقعیت از جهت مصرف می‌کند، که مصرف متوسط او نسبت به متوسط سطح

- 
1. Inglehart
  2. Relative Income Hypothesis
  3. Duesenberry

تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۷۳

جامعه افزایش یابد. این روحیه را اثر تقلیدی یا اثر تظاهری<sup>۱</sup> گویند و نیز فرد بعد از عادت کردن به یک سطح مصرف در مقابل کاهش آن مقاومت نشان می‌دهد و به‌سختی حاضر است از آن سطح مصرف بکاهد؛ این روحیه را اثر چرخ دهنده<sup>۲</sup> می‌نامند (زارع شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۸). با توجه به این نظریه و کاربرد آن در مطالعات مختلف به نظر می‌رسد کنترل ادراکی رفتار، هنجارهای ذهنی و نگرش، عوامل تعیین‌کننده رفتارها و تمایلات زیست‌محیطی (در اینجا رفتار مصرف انرژی برق) هستند. با توجه به توضیحات فوق، فرضیه‌های زیر در خصوص الگوی مصرف برق مطرح شده است:

- بین الگوی مصرف برق و آگاهی از مصرف بی‌رویه برق رابطه معنی‌دار وجود دارد.

- بین الگوی مصرف برق و آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق رابطه معنی‌دار وجود دارد.

- بین احساس ناامنی و الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

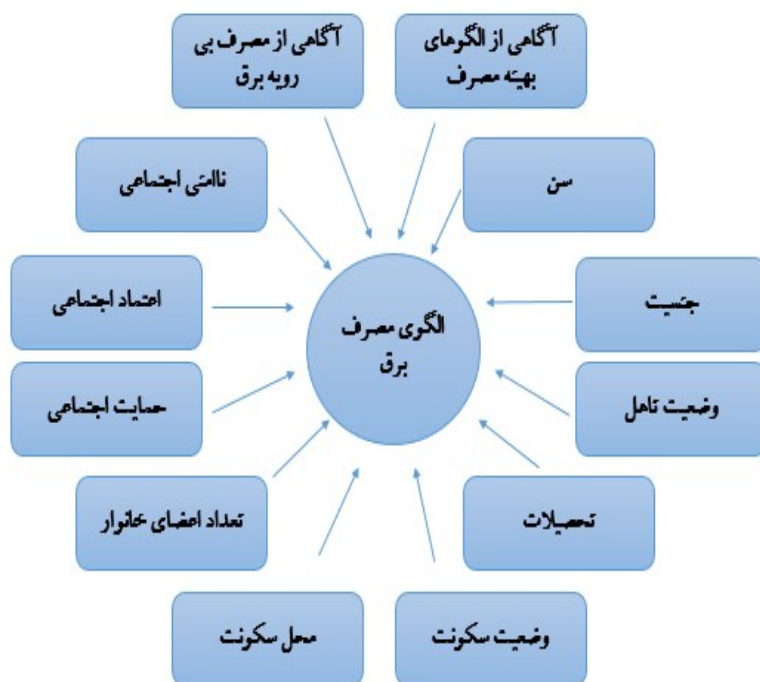
- بین حمایت اجتماعی و الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین اعتماد اجتماعی و الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- الگوی مصرف برق شهروندان بر حسب متغیرهای دموگرافیک (تحصیلات، نوع مسکن، وضعیت تأهل، جنسیت، سن، تعداد اعضای خانوار، محل سکونت، مدت سکونت) متفاوت است.

بدین ترتیب مجموعه‌ای از عوامل که می‌تواند بر الگوی مصرف برق تأثیر بگذارد در شکل زیر ترسیم شده است.

- 
1. Demonstration Effect
  2. Ratchet Effect



شکل ۱- مدل نظری پژوهش

#### ۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش توسعه‌ای کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی است. پژوهش پیمایشی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن توصیف و تحلیل شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. ابزار گردآوری داده‌ها با استفاده از روش پیمایشی و پرسشنامه است. پرسشنامه پژوهش، محقق ساخته است و سعی شد اعتبار صوری آن کسب شود. جامعه آماری تحقیق را کلیه مشترکان برق خانگی شهر کرمان می‌باشند که تعداد آنها عبارت‌اند از ۲۰۰۰۰۰ مشترک که با توجه به فرمول کوکران تعداد نمونه آماری شهروندان شهر کرمان برای پاسخگویی به پرسشنامه‌ها ۳۸۳

مشترک به دست آمده است و به دلیل شیوع ویروس کرونا و جهت رعایت پروتکل‌های بهداشتی و لزوم فاصله‌گذاری اجتماعی اقدام به ساخت پرسشنامه آنلاین و توزیع آن در بین مشترکین برحسب شماره تلفن‌هایی بود که لیستشان در اختیار محقق قرار گرفته بود لذا شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده در نظر گرفته شد. واحد تحلیل، فرد و گستره اجرای طرح نیز در سطح شهر بود. در مطالعه حاضر برای حصول اطمینان از اعتبار محتوای پرسشنامه از شیوه اعتبار‌صوری استفاده شده است. بر این اساس، پرسشنامه تحقیق حاضر به کارشناسان، صاحب‌نظران و اساتید محترم مربوطه ارائه گردید که پس از بررسی‌های مکرر و ایجاد تغییرات لازم مورد تأیید آنان قرار گرفت. در پژوهش حاضر از نظر پایایی، آلفای کرونباخ کلیه مقیاس‌های مربوط در سطح قابل قبولی بوده است که در جدول (۱) نشان داده شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS در دو بخش توصیف (تصویر مشترکان) و تبیین (تبیین الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان) و عوامل آن، تحلیل شد.

جدول ۱- آزمون کرونباخ برای تعیین پایایی سازه‌های تحقیق

ردیف	شاخص	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	الگوی مصرف	شکل مصرف	۰/۶۸
		سطح مصرف	۰/۷۰
		رفتار مصرف برق	۰/۸۰
۲	ترکیب مصرف	۱۷	۰/۶۹
۳	آگاهی از مصرف بی‌رویه برق	۸	۰/۷۹
۴	آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق	۸	۰/۷۵
۵	اعتماد اجتماعی	۶	۰/۸۳
۶	حمایت اجتماعی	۵	۰/۷۸
۷	احساس ناامنی	۵	۰/۷۱

مأخذ: محاسبات مؤلفین

### تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

**الگوی مصرف:** منظور از الگوی مصرف برق، همان الگوی مشخص شده اداره برق است. الگوی مصرف دربرگیرنده کمیت و کیفیت اقلام مصرفی افراد و خانوارهای جامعه است و از سه مؤلفه اصلی تشکیل می‌شود که عبارت‌اند از:

۱- شکل مصرف: منظور از شکل مصرف انرژی شیوه‌های رفتاری هر خانوار در راستای استفاده از انرژی الکتریکی و گاز است. مانند استفاده از نور طبیعی به جای نور مصنوعی، استفاده از مواد غذایی تازه به جای مواد فریز شده و... برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که نظر خود را درباره ۱۰ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات این متغیر بین ۱۰ تا ۵۰ در نوسان است.

۲- میزان و سطح مصرف: این شاخص نشان‌دهنده میزان مصرف برق خانوارها برحسب مقدار و هزینه‌های پرداختی آن می‌باشد. میزان مصرف انرژی از میزان استفاده از برق مصرفی هر خانوار استخراج گردید. برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که نظر خود را درباره ۱۷ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات این متغیر بین ۱۷ تا ۸۵ در نوسان است (موسایی، ۱۳۸۸: ۱۳۷-۱۳۵).

۳- رفتار مصرف برق: منظور از رفتار مصرف برق، چگونگی کنش‌های افراد جامعه در زمینه نحوه مصرف برق است که در طیفی وسیع از احساسات، تمایلات و آمادگی‌های خاص، رفتار مصرف برق را شکل می‌دهد (صالحی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۹). مانند استفاده از لامپ کم‌مصرف جهت روشنایی خانه، خاموش کردن چراغ‌های اضافی در منزل، تهیه وسایل برقی خانگی کم‌مصرف و ... برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که رفتار خود را درباره ۱۱ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات بین ۱۱ تا ۵۵ در نوسان است.

**ترکیب مصرف:** منظور ترکیبی از وسایلی خانگی است. برای سنجش این مورد ۱۷ سؤال به صورت ترکیبی سه‌گانه از وسایل خانگی شامل وسایل ضروری (یخچال،



تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۷۷

اجاق گاز، تلویزیون، بخاری گازی و...)، متعارف (فریزر، کامپیوتر، ماشین لباسشویی و شومینه و...) و لوکس (خشک‌کن، سرخ‌کن، آرام‌پز و کولرگازی...) مورد پرسش قرار گرفت.

**اعتماد اجتماعی:** اعتماد اجتماعی به معنای حسن ظن نسبت به سایر افراد جامعه است (امیرکافی و دیگران، ۱۳۹۱: ۵۷). که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با سایر افراد جامعه می‌شود. فوکویاما، اعتماد را انتظاری می‌داند که در یک جامعه از رفتار مقرراتی و مسئولانه و همیارانه بخشی از اعضای جامعه، که بر هنجارهای مشترک عام مبتنی است، تعریف می‌شود. طبق این تعریف اعتماد پیامد یک عملکرد هنجاری است (عباس زاده و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۰۳). برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که نظر خود را درباره ۶ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات این متغیر بین ۶ تا ۳۰ در نوسان است.

**حمایت اجتماعی:** قابلیت و کیفیت ارتباط با دیگرانی که منابعی را در هنگام نیاز فراهم می‌کنند (نبوی و دیگران، ۱۳۸۸). برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که نظر خود را درباره ۵ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات این متغیر بین ۵ تا ۲۵ در نوسان است.

**احساس ناامنی:** به شرایطی اطلاق می‌شود که در آن نوعی نگرانی نسبت به وضعیت سلامتی خود و اطرافیان، نگرانی از رفع نیازها و وجود خطرات احتمالی وجود دارد. به نظر کرونباخ احساس ناامنی به شرایطی اطلاق می‌شود که فرد نمی‌تواند نیازهای خود را در زمینه‌هایی بطور رضایت‌بخش تأمین کند (بهروان، ۱۳۸۸: ۱۲). برای سنجش این متغیر، از پاسخگو خواسته شد که نظر خود را درباره ۵ گویه ابراز کنند. این گویه‌ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شدند. دامنه تغییرات نمرات این متغیر بین ۵ تا ۲۵ در نوسان است.

## ۵. یافته‌های پژوهش

### توصیف ویژگی‌های فردی پاسخگویان

این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، تعداد اعضای خانوار، نوع مسکن، محله محل سکونت و مدت سکونت. ۶۵/۵ درصد پاسخگویان زن و ۳۴/۵ درصد مرد هستند. اکثریت پاسخگویان در رده سنی ۲۶-۳۳ سال قرار دارند. بیشترین سطح تحصیلات پاسخگویان لیسانس (۳۱/۹ درصد) است. ۶۴/۸ درصد پاسخگویان متأهل بودند. اکثریت پاسخگویان تعداد اعضای خانوار خود را ۴-۶ نفره اعلام کردند. از نظر مسکن ۵۹/۳ درصد پاسخگویان دارای ملک شخصی، ۳۱/۳ درصد در منطقه ۳ شهر کرمان و ۳۳/۲ درصد کمتر از ۶ سال در محله زندگی‌شان سکونت دارند.

### بررسی رابطه بین الگوی مصرف برق و متغیرهای مستقل

همان‌گونه که پیش‌ازاین مطرح شد، متغیر وابسته این پژوهش، الگوی مصرف برق است. متغیرهای مستقل عبارت‌اند از آگاهی از مصرف بی‌رویه برق، آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق، اعتماد اجتماعی، حمایت اجتماعی و احساس ناامنی. میانگین الگوی مصرف برق ۱۰۱/۴۰ است که نشان می‌دهد، اکثریت پاسخگویان دارای الگوی میان مصرف هستند تا کم مصرف و پرمصرف. میانگین آگاهی از مصرف بی‌رویه برق ۲۱/۸۱ است که نشان می‌دهد، اکثریت پاسخگویان دارای آگاهی در حد متوسط در این خصوص بوده‌اند. میانگین آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق ۱۲/۱۴ است که تأیید می‌کند که اکثریت پاسخگویان دارای آگاهی مناسب در این خصوص می‌باشند. میانگین اعتماد اجتماعی ۲۰/۶۸ است که نشان می‌دهد، اکثریت پاسخگویان در حد متوسط دارای اعتماد اجتماعی هستند. میانگین حمایت اجتماعی ۱۱/۱۵ است که نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان در حد زیاد حمایت اجتماعی را تجربه کرده‌اند. میانگین احساس ناامنی ۱۷/۵۷ است که نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان ناامنی را در حد متوسط احساس کرده‌اند.

طبق یافته‌های جدول زیر، بین الگوی مصرف برق و برخی از متغیرها مانند آگاهی از مصرف بی‌رویه برق، آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق، اعتماد اجتماعی، حمایت اجتماعی و احساس ناامنی آزمون همبستگی پیرسون به عمل آمد. نتیجه این آزمون در جدول (۱) نشان می‌دهد که بین الگوی مصرف برق و تمامی متغیرهای مستقل که در آزمون پیرسون وارد شدند همبستگی معنی‌دار وجود دارد. به عبارتی با افزایش یا کاهش هر یک از این متغیرهای مستقل، الگوی مصرف برق پاسخگویان نیز تغییر می‌کند.

جدول ۲- آزمون همبستگی بین الگوی مصرف برق و متغیرهای مستقل

الگوی مصرف		متغیرهای مستقل
p	r	
۰/۰۰۰	۰/۳۱۶	آگاهی از مصرف بی‌رویه برق
۰/۰۰۰	۰/۲۸۲	آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق
۰/۰۰۱	۰/۱۷۶	اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۲۷۴	حمایت اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۲۹۶	احساس ناامنی

همچنین بر اساس داده‌های جدول زیر، نتیجه آزمون تحلیل واریانس به عمل آمده نشان می‌دهد که الگوی مصرف برق بر حسب تحصیلات، وضعیت تأهل، سن، تعداد اعضای خانوار و مدت سکونت تفاوت می‌کند و این اختلاف میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. به طوری که افراد با تحصیلات ابتدایی با میانگین ۹۱/۸۱، افراد بی‌همسر در اثر فوت با میانگین ۱۰۱/۴۲، افراد ۱۸-۲۵ ساله با میانگین ۸۷/۷۸، خانوارهای بیش از ۹ نفر با میانگین ۹۲/۶۶ و افراد با مدت سکونت بیش از ۱۵ سال با میانگین ۸۶/۵۲ دارای الگوی مصرف برق نامناسب‌تری نسبت به گروه‌های دیگر می‌باشند. همچنین بر حسب داده‌های جدول الگوی مصرف برق بر حسب نوع مسکن و محل سکونت تفاوت معنی‌داری را نشان نداد. نتیجه آزمون T در خصوص تفاوت میانگین الگوی مصرف برق پاسخگویان بر حسب جنسیت نشان می‌دهد که مردان با میانگین ۹۹/۶۶ نسبت به زنان الگوی مصرف برق مناسب‌تری دارند.

جدول ۳- تفاوت میانگین الگوی مصرف برق برحسب متغیرهای دموگرافیک

Sig	F	میانگین	ابعاد	متغیرها
۰/۰۵		تحصیلات		ابتدایی سیکل دیپلم فوق دیپلم لیسانس فوق لیسانس دکتری
۰/۲۹۹	۱/۲۲۸	۸۳ ۸۷/۲۲ ۸۳/۹۶ ۸۶/۸۳	اجاره‌ای سازمانی ملکی سایر	نوع مسکن
۰/۰۰۰	۷/۰۷۵	۸۵/۸۳ ۸۲/۷۱ ۱۰۱/۴۲ ۸۳/۸۵	مجرد متاهل بدون همسر در اثر فوت بدون همسر در اثر طلاق	وضعیت تأهل
۰/۰۱	۳/۱۹۸	۸۷/۷۵ ۸۳/۶۸ ۸۱/۹۸ ۸۱/۹۷ ۸۵/۷۵	۱۸-۲۵ سال ۲۶-۳۳ سال ۳۴-۴۱ سال ۴۲-۴۹ سال ۵۰ سال و بالاتر	سن
۰/۰۱	۳/۸۶۷	۸۲/۷۰ ۸۴/۴۶ ۹۱/۶۰ ۹۲/۶۶	زیر ۴ نفر ۴-۶ نفر ۷-۹ نفر بیش از ۹ نفر	تعداد اعضای خانوار
۰/۰۷۹	۱/۹۹۳	۸۳/۶۱ ۸۴/۷۱ ۸۳/۹۵ ۸۴/۴۱ ۸۸/۶۶ ۸۳/۲۵	منطقه ۱ منطقه ۲ منطقه ۳ منطقه ۴ روستا بی‌پاسخ	محل سکونت
۰/۰۲	۳/۲۵۰	۸۴/۰۴ ۸۱/۷۰ ۸۱/۹۸ ۸۶/۵۲	کمتر از ۶ سال ۶-۱۰ سال ۱۰-۱۵ سال بیشتر از ۱۵ سال	مدت سکونت

تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۸۱

نتیجه آزمون T در خصوص تفاوت میانگین الگوی مصرف برق پاسخگویان برحسب جنسیت نشان می‌دهد که مردان با میانگین ۹۹/۶۶ نسبت به زنان الگوی مصرف برق مناسب‌تری دارند.

جدول ۴- تفاوت میانگین الگوی مصرف برق برحسب متغیرهای زمینه جنسیت

متغیر	ابعاد	میانگین	T	Sig
جنسیت	مرد	۹۹/۶۶	۱/۹۵	۰/۰۱۴
	زن	۱۰۲/۳۲		

#### پیش‌بین‌های الگوی مصرف برق

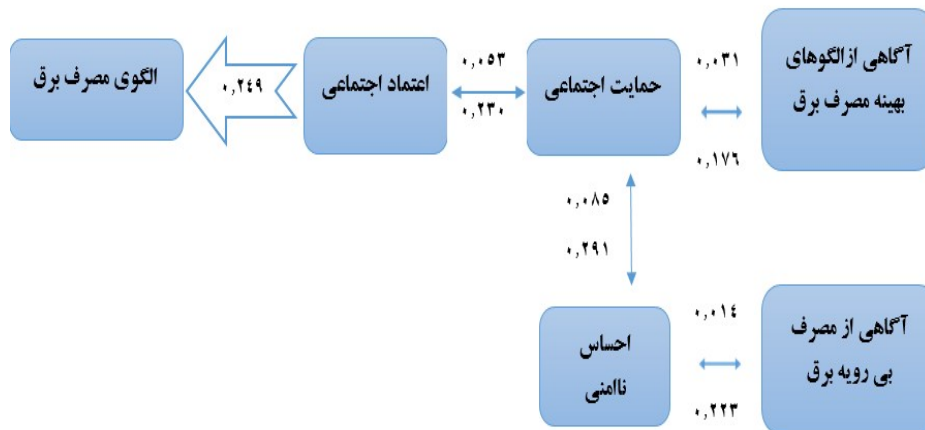
جهت تعیین سهم متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود. در تحلیل رگرسیون هدف پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیرهای مستقل است. با استفاده از رگرسیون چندمتغیره، محقق می‌تواند رابطه خطی موجود بین مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل با یک متغیر وابسته را به شیوه‌ای مطالعه نماید که در آن، روابط موجود فی‌مابین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد. تحلیل رگرسیون چندمتغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است (بهزادی کریمی، ۱۳۹۶). از آنجایی که متغیر مورد مطالعه، متغیری فاصله‌ای و دارای ویژگی‌هایی از جمله؛ توزیع نرمال، وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته، توزیع نرمال خطاها، عدم وجود هم خطی بین متغیرهای پیش‌بین و وجود همبستگی حداقل در حد متوسط بین متغیرهای ملاک می‌باشد؛ در مطالعه حاضر از روش رگرسیون چندمتغیره گام‌به‌گام استفاده شده است.

طبق یافته‌های جدول زیر، متغیرهای آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق، آگاهی از مصرف بی‌رویه برق، ناامنی اجتماعی، حمایت اجتماعی به ترتیب میزان اهمیتی که در تبیین الگوی مصرف برق داشته‌اند وارد معادله شده و سایر متغیرهای مستقل (اعتماد اجتماعی) از معادله خارج و کمتر مؤثر تلقی شدند. در مجموع این متغیرها توانستند ۰/۲۴۹ از واریانس متغیر وابسته یعنی الگوی مصرف برق را تبیین کرده و توضیح دهند.

در واقع بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده (Adjusted R Square=۰/۲۴۹)، این متغیرهای مستقل توانستند ۲۴ درصد تغییرات الگوی مصرف برق را تبیین و پیش‌بینی کنند. این متغیرها تأثیر مستقیم بر الگوی مصرف برق دارند که در این بین متغیر "آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق" (Beta=۰/۲۹۵) و "حمایت اجتماعی" (Beta=۰/۱۳۰) ضعیف‌ترین پیش‌بینی کننده (Beta=۰/۱۳۰) است.

جدول ۵- نتیجه رگرسیون چندمتغیره جهت تبیین الگوی مصرف برق

متغیر	B	Beta	t	sig	R	R Square	Adjusted R Square
آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق	۰/۹۹۹	۰/۲۹۵	۵/۸۴۷	۰/۰۰۰	۰/۵۰۸	۰/۲۵۸	۰/۲۴۹
آگاهی از مصرف بی‌رویه برق	۰/۵۴۱	۰/۲۴۸	۴/۹۴۴	۰/۰۰۰			
نامنی اجتماعی	۰/۷۰۸	۰/۱۷۱	۳/۲۸۰	۰/۰۰۱			
حمایت اجتماعی	۰/۴۰۸	۰/۱۳۰	۲/۴۷۵	۰/۰۱۴			



شکل ۲- مدل رگرسیونی تحقیق

## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مصرف بخش زیادی از انرژی کشور در بخش خانگی و لزوم توجه به الگوهای بهینه مصرف این پژوهش در این راستا به مطالعه الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان و تبیین جامعه‌شناختی آن در میان ۳۸۳ خانوار از جمعیت شهر کرمان پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داد که شهروندان شهر کرمان در استفاده از برق، الگوی میان مصرفی دارند یعنی نه کم مصرف نه پرمصرف. به عبارتی اکثریت افراد نمونه رفتار نسبتاً مسئولانه‌ای نسبت به مصرف برق اتخاذ کرده‌اند. نتایج پژوهش با نتایج پژوهشی که در مازندران توسط صالحی و همکاران (۱۳۹۳) انجام شده همسو می‌باشد به گونه‌ای که در پژوهش فوق‌الذکر محققان به این نتیجه دست یافتند که اکثریت افراد مورد مطالعه همیشه رفتار مسئولانه نسبت به مصرف برق دارند. نزدیک به ۸۸ درصد افراد مطالعه شده همیشه و اکثر اوقات نسبت به مصرف برق رفتار مسئولانه دارند. به عبارت دیگر، نزدیک ۸۸ درصد پاسخگویان همیشه یا اکثر اوقات از لامپ‌های کم مصرف استفاده می‌کنند، از وسایل پرمصرف در ساعات اوج مصرف استفاده نمی‌کنند، لامپ‌های اضافه را خاموش می‌کنند، هنگام خرید به برجسب وسایل برقی توجه دارند و ... به طور کلی، رفتارشان را نسبت به مصرف برق مدیریت می‌کنند. زمانی که در جامعه‌ای اکثریت افراد در خصوص الگوهای بهینه مصرف، آگاهی مناسبی دارند، در نتیجه انتظار می‌رود که الگوی مصرف برق مناسبی هم داشته باشند اما چنین نشده و الگوی مصرف برق میان مصرفی را از خود نشان داده‌اند.

با این حال رابطه بین آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق و الگوی مصرف برق، رابطه‌ای معنادار شده است و نشان می‌دهد که هرچه آگاهی افراد در زمینه الگوهای بهینه مصرف بالاتر رود، الگوی مصرف برق مناسب‌تری از خود نشان می‌دهند. حتی در تحلیل رگرسیونی انجام شده نیز، قوی‌ترین متغیری که توانسته الگوی مصرف برق را پیش‌بینی کند، آگاهی از الگوهای بهینه مصرف برق می‌باشد که نشان از اهمیت بالای این متغیر

دارد. نتایج مطالعه ریچ و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) نشان داد که با افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان از میزان مصرف انرژی برق در خانه، الگوی مصرف برق بهبود و صرفه‌جویی در مصرف برق افزایش می‌یابد (Rich et al, 2010: 95). طبق نظر مارگارت آرچر رفتار مصرفی فراتر از انتخابی ابزاری است. در جریان این فرآیند، مصرف‌کننده یافته‌ها و تجربی را به دست می‌آورد که بر عوامل درونی و بیرونی تأثیر می‌گذارد و این فرآیند به‌طور پیوسته ادامه می‌یابد. بنابراین وی معتقد است که عوامل بیرونی و درونی به‌طور تلویحی بر یکدیگر تأثیر دارند (طالبیان و دیگران، ۱۳۹۵: ۲۲۳). پس انتخاب افراد در خصوص کالای پر مصرف و آگاهی‌شان در خصوص مصرف بی‌رویه و الگوهای بهینه مصرف که بر رفتار مصرفی و الگوی مصرفشان تأثیر می‌گذارد.

همچنین طبق یافته‌ها، اکثریت افراد دارای کالاهای متعارف و رو به سوی لوکس بوده‌اند. این نتایج نیز با نتایج تحقیق زارع شاه‌آبادی و دیگران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد به گونه‌ای که آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته بودند که اکثریت پاسخگویان در خصوص ترکیب مصرف در سطح متوسط رو به بالایی قرار داشته و یا به عبارتی افراد دارای ترکیب مصرف متعارف رو به سوی لوکس بوده‌اند و تنها تفاوت این می‌باشد که در شهر یزد جمعیتی حدود ۲۰ درصد از کالاهای لوکس و به عبارتی نامناسب از نظر میزان مصرف انرژی استفاده می‌کنند (زارع شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۲). می‌توان بدین گونه تحلیل نمود که بر طبق نظریه مصرف، رفتار مصرفی افراد با یکدیگر ارتباط داشته و مستقل از هم نیست؛ در واقع، فرد، خود را با سایر افراد مقایسه کرده و آنچه تأثیر قابل توجه در مصرف او دارد، جایگاه او در میان افراد و گروه‌های جامعه است؛ نه صرف درآمد وی. و فرد بعد از عادت کردن به یک سطح و ترکیب مصرف در مقابل کاهش آن مقاومت نشان می‌دهد. حتی به گونه‌ای که در نظریه منزلت اجتماعی و مصرف مظاهری بوردیو هم بدان اشاره شده است که مصرف وسیله تمایز است و طبقه بالا، اولویت خود را با دسترسی به فرهنگ بالا و مصرف زیاد نشان می‌دهند. مصرف از نظر او، پاسخ به نیازهای زیستی

---

1. Rich et al



نیست، بلکه به صورت فعال درگیر نشانه‌ها، نمادها و روش‌هایی است که برای جدا ساختن گروه‌های اجتماعی از هم به کار می‌رود. از نظر وبلن هم قدرت مالی و هرگونه ثروتی برای آن‌ها که بیشترین شأن و منزلت را برای صاحبش به ارمغان آورد، باید به صورتی خودنمایانه و متظاهرانه به نمایش گذاشته شود و این امر می‌بایست در مصرف خود را نشان دهد (وبلن، ۱۳۸۲: ۷۵). که این امر در یافته‌های این تحقیق هم خود را واضح نشان داده است که رفتار مصرفی افراد و الگوی مصرفی‌شان بیشتر رو به سوی رفتاری متظاهرانه رفته و افراد می‌خواهند خود را با سطح مصرف و ترکیب مصرفی‌شان نشان داده و از دیگران متمایز نمایند. به گونه‌ای که فرد حتی ممکن است درآمد کافی برای مصرف زیاد و خرید لوازم برقی لوکس نداشته باشد اما می‌خواهد، خود را به گونه‌ای نمایش دهد که بیشتریشان و منزلت از طریق این سری از رفتارهای متظاهرانه و خودنمایانه از خود بروز دهند.

همچنین در خصوص متغیرهای اجتماعی تحقیق و معنی‌دار شدن روابطشان با الگوی مصرف برق می‌توان بدین نکته اشاره نمود که در سطح فردی عامل بی‌اعتمادی بر شیوه‌های عمل مصرف‌ناپایدار انرژی و تداوم آن در قالب عادت واره مصرفی در خانواده‌ها اثرگذار است و شکل‌دهنده کنش‌های مرتبط با انرژی در افراد است و همچنین بر طبق نظریه دگرگونی ارزشی، ارزش‌های فرامادی بازتاب وجود امنیت در طی شکل‌گیری شخصیت فرد هستند. بر پایه این نظریه تا زمانی که حداقلی از ثبات اقتصادی و اجتماعی و امنیت وجود نداشته باشد گرایش به ارزش‌های فرامادی که مرتبط با هنجارهای فرهنگی و اجتماعی است و رعایت فرهنگ الگوی مصرف یکی از آنهاست تحقق نخواهد یافت (معدنی و خسروانی، ۱۳۹۰: ۱۳۱). پس می‌توان به این نکته اشاره کرد که تا زمانی که افراد چه در سطح فردی و چه در سطح اجتماعی و اقتصادی به امنیت، اعتماد و حمایت دست پیدا نکنند، این عمل بر رفتار مصرفی و الگوی مصرفشان اثر می‌گذارد و این امر تداوم پیدا کرده و شکل‌دهنده کنش‌های مرتبط با انرژی در افراد می‌شود و باعث می‌شود افراد الگوی مصرف نامناسبی از خود بروز دهند.

همچنین در خصوص تفاوت الگوی مصرف برق برحسب برخی از متغیرهای زمینه‌ای به این نتیجه دست یافتیم که افراد متأهل و در گروه سنی ۴۹-۴۲ سال، الگوی مصرف برق مناسب‌تری دارند که این نتیجه منطقی می‌باشد به طوری که کسانی که مسئولیت زندگی بر عهده‌شان می‌باشد، بیشتر به دنبال صرفه‌جویی انرژی از راه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری انرژی هستند. این نتیجه با نتایج پژوهش صالحی و دیگران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد به گونه‌ای محققان در پژوهش فوق‌الذکر به این نتیجه دست یافته بودند که بین سن و رفتارهای محیط زیستی به طور عام و مصرف برق به طور خاص رابطه وجود دارد بدین صورت که با افزایش سن رفتارها مسئولانه می‌شود (صالحی و دیگران، ۱۳۹۵). همچنین با توجه به نتایج تحقیق افراد ۲۵-۱۸ ساله الگوی مصرف برق نامناسب‌تری نسبت به بقیه گروه‌های سنی داشته در نتیجه اگر این گروه در کتب دوران تحصیلی خود مطالبی را در خصوص الگوهای بهینه مصرف و جلوگیری از مصرف بی‌رویه برق مطالعه کرده و در آنان نهادینه شده بود، به دلیل نزدیکی به سن فراغت تحصیلشان؛ باید الگوی مصرف برق مناسب‌تری می‌داشتند. و حال آنکه نتیجه عکس عمل کرده؛ پس محتوای کتاب‌های درسی و آموزششان مناسب نبوده؛ در اینجا لزوم توجه به کتب کودکان و نوجوانان و آموزش در این زمینه بسیار احساس می‌شود.

در خصوص جنسیت که الگوی مصرف برق مردان از زنان مناسب‌تر می‌باشد کمی دور از ذهن بود چرا که بیشتر زنان در خانه در حال استفاده از وسایل برقی و موارد مشابه می‌باشند و آنان هم باید رفتار مسئولانه‌تری نسبت به مصرف برق از خود نشان دهند در صورتی که طبق یافته‌ها این مردان بودند که الگوی مصرف برق مناسب‌تری داشتند. صالحی و دیگران (۱۳۹۵) هم در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته بودند که تفاوت میزان مصرف برق و نوع رفتار مصرفی پاسخگویان برحسب جنسیت تفاوتی معنی‌دار می‌باشد. به بیان دیگر مردان در زمینه مصرف برق رفتار مسئولانه‌تری نسبت به زنان داشته‌اند (صالحی و دیگران، ۱۳۹۵). شاید دلیل اینکه مردان نسبت به زنان در زمینه مصرف برق رفتار مسئولانه‌تری داشتند این باشد که چون بار اقتصادی خانواده بر عهده مرد می‌باشد، در

نتیجه آنان بیشتر به بهینه مصرف کردن انرژی اهمیت می‌دهند. و شاید دلیل دیگر هم این باشد که مردان اطلاعات دقیقی در خصوص استفاده از وسایل مذکور ندارند و زنان چون اطلاعات دقیق‌تری دارند، با دقت بیشتری هم پاسخ داده‌اند.

نکته دیگر که بسیار با اهمیت بوده این بود که به ازای اضافه شدن افراد به خانوار، الگوی مصرف برقشان رو به سوی نامناسب و پرمصرف می‌رود و نتیجه کاملاً منطقی می‌باشد که هرچه تعداد اعضای یک خانوار بالاتر رود، مصرف برقشان هم بالاتر می‌رود و در نتیجه الگوی مصرفی برقشان نامناسب‌تر از خانوارهای با تعداد اعضای پایین‌تر می‌شود. این نتایج با نتایج تحقیق رحیمی و دیگران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد به گونه‌ای که آنها هم در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته بودند که با افزایش تعداد اعضای خانوار، به مصرف برف و الگوی مصرفی شان افزوده می‌شود. به عبارتی به ازای افزایش یک نفر به تعداد اعضای خانوار، حدود ۱۷/۹۷ کیلووات ساعت به مصرف برق افزوده می‌شود و اینکه الگوی مصرف برق بر حسب مدت سکونت آنها تفاوت معنی‌دار وجود داشت (رحیمی و دیگران، ۱۳۹۵). همچنین نتایج مطالعه بدیر و امره<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) نشان داد که الگوی مصرف برق بر حسب تعداد اعضای خانوار تفاوت معنی‌داری دارد (Bedir and Emre, 2017: 393).

از آنجایی که هدف در اصلاح الگوی مصرف، تغییر سبک‌های رفتاری مصرف است نه پایین آوردن سطح مصرف بطور مطلق، راهکارها نیز می‌بایست بیشتر معطوف به این هدف گردد. با اتکا به نتایج این پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

✓ اطلاع‌رسانی: رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل استفاده اکثریت مردم از آنها، می‌توانند تأثیر فراوانی بر رفتارها بخصوص رفتارهای مصرفی افراد داشته باشد. در این خصوص صداوسیما با پخش برنامه‌ها و میان برنامه‌های کوتاه تصویری می‌تواند بهترین وسیله برای اطلاع‌رسانی در خصوص روش‌های بهینه مصرف و جلوگیری از مصرف بی‌رویه برق باشد.

✓ کتب کودک و نوجوان: کودکان و نوجوانان چون در سنینی هستند که آمادگی بیشتری در خصوص پذیرش آموزش‌ها و جامعه‌پذیری بالا دارند، در نتیجه توجه به حوزه هنری کودکان و نوجوانان می‌تواند گامی مؤثر در جهت نهادینه کردن رفتارهایی مربوط به کاهش مصرف بی‌رویه برق باشد.

✓ آموزش: ترغیب مردم به استفاده از کالاهای ضروری بجای لوکس و کاهش تبلیغات نادرست مصرفی و آموزش جایگزین کردن آن با الگوی مصرف مناسب.

✓ حذف نمادهای منفی صرفه‌جویی: هنگامی که لامپ‌های روشنایی معابر روشن مانده در ساعات اولیه صبح و روشنایی خیره‌کننده برخی سازمان‌های دولتی، مراکز تجاری، رستوران‌ها و حتی میوه‌فروشی‌ها مشاهده می‌شود، تأثیر بسیاری از تبلیغات کاهش مصرف و ضرورت آن؛ خنثی می‌شود. ممکن است سهم نسبی این مصارف کم باشد؛ اما تأثیر نمادین آنها زیاد است. پیشنهاد می‌شود برای رفع این نمادهای منفی در اولویت اقدام شود.

## منابع

- اباذری، یوسف و چاووشیان، حسن. (۱۳۸۱)، «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی - رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۰، شماره ۲۰: ۲۷-۳.
- ادیب، یوسف؛ تاجور، آذر و پور طهماسبی، سیاوش. (۱۳۸۸)، «نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال چهارم، شماره ۳۵ و ۳۶: ۸۲-۷۲.
- اصلانی، زهرا؛ مصطفی، ازکیا و زنجانی، حبیب‌الله. (۱۳۹۷)، «بررسی عوامل مؤثر بر مصرف انرژی (برق) خانوار شهری با رهیافت نظریه بنیانی (مورد مطالعه: منطقه ۵ شهر تهران)»، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال نهم، شماره ۳۴: ۳۳-۱.
- اکبری، نعمت‌الله؛ هوشنگ، طالبی و جلائی، اعظم. (۱۳۹۵)، «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مصرف انرژی خانوار پس از اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها (مطالعه موردی: شهر اصفهان)»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و هفتم، شماره ۴، ۱-۲۶.
- امیرکافی، مهدی و زارع، بهنام. (۱۳۹۱)، «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر شادکامی (مطالعه موردی: شهر کرمان)»، فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، سال دوم، شماره ۵: ۴۱-۷۷.
- باقری، شهلا و نظریان، رضا. (۱۳۹۷)، «رهاورد جامعه‌شناس مسلمان در تنقیح دوگانه ساختار و عاملیت: بررسی موردی سه نظریه»، فصلنامه تحقیقات بنیادین علوم انسانی، شماره پیاپی ۱۰: ۹۳-۱۱۸.
- بهروان، حسین. (۱۳۸۸)، «مقایسه ابعاد و زمینه‌های احساس ناامنی در همسران عادی و اینارگر استان خراسان رضوی»، مجله پژوهش زنان، دوره هفتم، شماره ۲، ۵-۲۹.
- بهزادی کریمی، حسین. (۱۳۹۶)، «تحلیل رگرسیون چندمتغیره (حل معادله رگرسیون چندمتغیره با ذکر مثال اقلیمی)»، دانشگاه یزد، وبسایت جامع هوا و اقلیم‌شناسی ایران.
- خیرخواه، حسن؛ بحرینی زاده، حسین و ملازاده، هاتف. (۱۳۹۸)، بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و اقتصادی با الگوی مصرف برق شهروندان مشکین شهر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشکین شهر.

۱۹۰ | فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی | سال چهاردهم | شماره ۵۳ | زمستان ۱۴۰۱

- رحمانی، امید؛ سلطانی، محمد و قادر پور، یوسف. (۱۴۰۰)، «بررسی فاکتورهای تأثیرگذار در انتخاب سوخت و مصرف انرژی خانوارهای شهر مهاباد»، دو فصلنامه نشریه علمی مهندسی جغرافیای سرزمین، دوره پنجم، شماره ۹: ۱۴-۱۶.

- رحیمی، افسانه؛ مروت، حبیب و فرید زاد، علی. (۱۳۹۵)، «بررسی نقش نگرش‌ها و عقاید بر مصرف انرژی الکتریکی خانوارها در ایران»، پژوهشنامه اقتصاد انرژی ایران، سال ششم، شماره ۲۱: ۱۲۹-۱۶۹.

- رزاقی، ابراهیم. (۱۳۷۴)، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران: چاپخش.

- رفیعی، حمید. (۱۳۸۸)، «تأثیر مدیریت اقتصاد خانواده بر الگوی مصرف»، فصلنامه فرهنگی-دفاعی زنان و خانواده، سال پنجم، شماره ۱۶: ۱۶۹-۲۰۰.

- زارع شاه‌آبادی، اکبر؛ حاجی‌زاده میمندی، مسعود؛ لطفعلیانی ابرندآبادی، علی محمد و سلیمانی، زکیه. (۱۳۹۲)، «بررسی تأثیر عوامل اجتماعی-فرهنگی بر الگوی مصرف انرژی در خانوارهای شهر یزد»، پژوهش‌های برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری انرژی، سال اول، شماره ۳: ۱۷-۵۰.

- صالحی، صادق و امامقلی، لقمان. (۱۳۹۳)، «تحلیل اجتماعی رفتار مصرف برق»، بررسی مسائل اجتماعی ایران، دوره چهارم، شماره ۲: ۲۸۷-۳۰۴.

- صالحی، صادق؛ محمدی، جمال و امامقلی، لقمان. (۱۳۹۵)، «تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان مازندران»، بررسی مسائل اجتماعی ایران، سال هفتم، شماره ۱: ۱۰۱-۱۲۳.

- طالبیان، امیر؛ ابراهیم پور، محسن و ملاکی، احمد. (۱۳۹۵)، «تحلیل اجتماعی الگوهای مصرف انرژی در شهر تهران»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال پنجم، شماره ۱۹: ۲۱۷-۲۴۴.

- طالب‌زاده، سمیه و نصیری پور، امیر اشکان. (۱۳۹۵)، «بررسی عوامل مؤثر بر بهینه‌سازی پیک مصرف برق»، سی و یکمین کنفرانس بین‌المللی برق، دوره ۳۱: ۱-۹.

- عباس‌زاده، محمد و میرزائی، مجتبی. (۱۳۹۳)، «نقش دین در توسعه شبکه اعتماد اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تبریز)»، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال چهارم، شماره ۲: ۲۰۰-۲۲۴.

تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف برق شهروندان...، فرمیتنی و همکاران | ۱۹۱

– عبدی ورمزان، مراد؛ فراهانی، محمد نقی؛ خانی پور، حمید و صفاری نیا، مجید. (۱۳۹۹)، «رابطه ارکان مدل فعال‌سازی هنجار و انگیزش نسبت به صرفه‌جویی با رفتار صرفه‌جویی برق در خانواده‌های تهرانی»، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی، سال یازدهم، شماره ۴، ۶۹-۹۱.

– علی‌اکبری، مرضیه. (۱۳۹۸)، بررسی تطبیقی جایگاه تبلیغات تلویزیونی بر مدیریت مصرف انرژی (برق) در بین زنان مناطق ۲ و ۱۷ تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته دیپلماسی در سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی - علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند.

– مظفری، زانا و متفکر آزاد، محمدعلی. (۱۳۹۷)، «تأثیر سرمایه اجتماعی بر مصرف برق خانگی در استان‌های ایران»، نشریه کیفیت و بهره‌وری صنعت برق ایران، سال هفتم، شماره ۱۴: ۴۷-۶۰.

– موسایی، میثم. (۱۳۸۸)، «نقش فرهنگ بر الگوی مصرف»، فصلنامه علمی و پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال نهم، شماره ۳۴: ۱۲۵-۱۵۰.

– معدنی، سعید و خسروانی، عباس. (۱۳۹۰)، «عوامل مؤثر در جهت‌گیری ارزشی (مادی/فرا مادی) دانشجویان (دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک در سال ۱۳۹۰)»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران، سال اول، شماره ۳: ۱۲۳-۱۴۳.

– وبلن، تورشتهاین. (۱۳۸۲)، نظریه طبقه مرفه، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

– نبوی، عبدالحسین؛ رضا دوست، کریم و بهرامی نژاد، زهرا. (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر حمایت اجتماعی بر سلامت عمومی سالمندان»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره دهم، شماره ۴: ۷۳-۱۰۴.

- Besagni, Giorgio, and Marco Borgarello. (2018). "The determinants of residential energy expenditure in Italy." *Energy*, 165, 369-386.
- Bedir, Merve, and Emre C. Kara. (2017). "Behavioral patterns and profiles of electricity consumption in dutch dwellings." *Energy and Buildings*, 150, 339-352.

- Cabeza, Luisa F., et al. (2014). "Investigating greenhouse challenge from growing trends of electricity consumption through home appliances in buildings." *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 36, 188-193.
- Fan, Bo, Wenting Yang, and Xingchen Shen. (2019). "A comparison study of 'motivation-intention-behavior' model on household solid waste sorting in China and Singapore." *Journal of Cleaner Production*, 211, 442-454.
- Hu, Shan, et al. (2017). "A survey on energy consumption and energy usage behavior of households and residential building in urban China." *Energy and Buildings*, 148, 366-378.
- Mutua, John, and P. Kimuyu. (2015). "Household energy conservation in Kenya: estimating the drivers and possible savings." *Environment for Development Discussion Paper-Resources for the Future (RFF)*, 15-04.
- Kim, Min-Jeong. (2018). "Electricity Consumption by Age of Single-Person Households in Korea." *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 47 (1), 42-55.
- *Sciences Research Journal*, 47 (1), 42-55.
- Riche, Yann, Jonathan Dodge, and Ronald A. Metoyer. (2010). "Studying always-on electricity feedback in the home." *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1995-1998.
- Wang, Yandong, et al. (2019). "Analysis of the environmental behavior of farmers for non-point source pollution control and management: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory." *Journal of environmental management*, 237, 15-23.

استناد به این مقاله: فرمیتی، فاطمه؛ مقصودی، سوده و دانشوری نسب، عبدالحسین. (۱۴۰۱). تبیین جامعه شناختی الگوی مصرف برق شهروندان شهر کرمان. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۴(۵۳)، ۱۶۱-۱۹۲.



Social Development and Welfare Planning Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.