

بررسی تأثیر مصرف متظاهران بر مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار در شهروندان دارای تحصیلات عالی ۲۰ تا ۶۵ سال شهر زنجان

فاطمه بیات^۱، دکتر شاپور بهیان^۲ و دکتر علی اصغر محمدی^۳

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۱/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۴

چکیده:

این تحقیق با هدف تحلیل تأثیر مصرف متظاهران بر مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار انجام شد. در یک مطالعه پیمایشی در سال ۱۳۹۹، تعداد ۵۰۲ نفر از شهروندان دارای تحصیلات عالی ۲۰ تا ۶۵ سال شهر زنجان از جامعه آماری ۴۶۳۸۶۵ نفری با نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسش‌نامه (آلفای کرونباخ $> 0/80$) است. داده‌ها در نرم‌افزارهای آماری SPSS و PLS در سطح معنی‌داری $P < 0/05$ و خطای ۰/۹۵ تحلیل شدند. طبق یافته‌های توصیفی، وضعیت مصرف متظاهران با میانگین ۱۱۱/۲۳ و وضعیت مؤلفه‌های توسعه‌مدار با میانگین ۲۴۶/۹۹ در سطح متوسط رو به بالا قرار دارند. نتایج تحلیلی، همبستگی قوی و معکوس بین مصرف متظاهران و مؤلفه‌های توسعه‌مدار ($P = 0/01$ و $r = -0/567$) در هر سه بُعد آگاهی ($P = 0/01$ و $r = -0/208$)، نگرش ($P = 0/01$) و رفتار ($P = 0/01$ و $r = -0/609$) توسعه‌مدار را نشان داد. تحلیل رگرسیونی، بخشی از واریانس مؤلفه‌های توسعه‌مدار در جامعه را توسط ابعاد مصرف متظاهران تبیین نمود ($R^2 = 0/403$). یافته‌ها، همبستگی معکوس بین طبقه اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهران را نشان داد ($P = 0/025$) اما با مؤلفه‌های توسعه‌مدار، همبستگی نشان نداد ($P = 0/775$). مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری، اثرگذاری‌ها را تأیید می‌نماید. در مجموع، نتایج تحقیق، اثرگذاری الگوی مصرف متظاهران بر مؤلفه‌های توسعه‌مدار را نشان داد. بنابراین، عمده‌ترین راهکارهای توسعه‌مدار، باید از روزه اصلاح الگوهای مصرفی جامعه، عبور کنند.

مفاهیم کلیدی: مصرف متظاهران، مؤلفه‌های توسعه‌مدار، وضعیت اجتماعی - اقتصادی

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

sfbayat@yahoo.com

^۲ دانشیار گروه جامعه‌شناسی گرایش نظری فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، مبارکه، ایران

sbehyan@yahoo.com (نویسنده مسئول)

^۳ استادیار گروه جامعه‌شناسی گرایش مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، دهقان،

ایران asghar.mo.de.@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

از مهم‌ترین مسائلی که جوامع امروز، با آن مواجه است، مسأله الگوی مصرف نادرست و متظاهرانه^۱ است. این مسأله از یک سو به خاطر محدودیت منابع و از سوی دیگر به خاطر مشکلات زیست‌محیطی ناشی از مصارف نادرست و از بعدی بسیار مهم‌تر به سبب ایجاد مشکلات فرهنگی، اجتماعی و روانی ناشی از آن، به‌عنوان یک مسأله بنیادین مطرح می‌گردد (Shabani and Karimi, 2015: 108). مصرف متظاهرانه^۱، مصرفی است که فقط برای نشان دادن و نمایش یا بازنمایی بصری وضعیت مصرفی افراد به‌کار می‌رود نه برای رفع نیازهای ضروری. اما نوع دیگر مصرف یعنی مصرف غیر تظاهری یا ضروری که بهترین نوع مصرف است، بر لزوم کنترل مصرف‌گرایی در جهت تحقیق پایداری اشاره دارد و الگوی مصرفی است که بتواند نیازهای انسان را برآورده کند، کیفیت زندگی را بهبود بخشد و آلاینده‌ها را در چرخه عمر محصول کاهش دهد (Wang & et al., 2019: 1174). به همین دلیل، مصرف ضروری به‌عنوان اهداف توسعه پایدار (SDG^۲) تلقی می‌شود که طبق آن، ارزیابی چرخه زندگی نیز روشی برای ارزیابی اثرات کلان مصرف محسوب می‌شود (Sala and Castellani, 2019: 1180). تغییرات در ساختار مصرف به‌عنوان مکانیسم توسعه، تلقی می‌گردد (López & Yoon, 2020: 22). نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد که در جامعه مورد مطالعه تحقیق حاضر، نشانه‌هایی از مصرف متظاهرانه و پیامدهای منفی آن، در حال ظهور است. شهروندان زنجان در خریدها و تصمیمات مصرفی خود به‌جای توجه به درآمد واقعی خود و قیمت‌های واقعی کالاها و خدمات، به درآمد اسمی و صوری و قیمت‌های اسمی توجه دارند (Partovi, 2009: 78)، به‌گونه‌ای که درباره برخی کالاها چنانچه قیمت آنها یک درصد تغییر می‌نماید، میزان تقاضای آنها کمتر از یک درصد تغییر می‌نماید (مثلاً با افزایش ۱۰٪ قیمت گروه پوشاک و کفش، تقاضای آنها کمتر از ۳/۳٪ کاهش می‌یابد) و مصرف‌کنندگان نسبت به تغییرات قیمت کالا، حساسیت کمتری نشان داده و به خرید با هر قیمت ادامه می‌دهند (Partovi, 2009: 80-81). تحقیقات دیگر نیز نشان داده‌اند که تعداد قابل‌توجهی از جوانان (در حال تحصیل) در زنجان از مصارف ضروری مانند گروه‌های مختلف مواد غذایی، کمتر از حدود توصیه شده و کافی استفاده می‌کنند (Amini, mojtahedi, mosaiefard, 2009: 25) و منابع مالی مربوط به آن را در زمینه‌های دیگر هزینه می‌کنند.

¹ conspicuous consumption

² sustainable development goal

از سوی دیگر، جامعه‌شناسان اقتصادی، بر این باورند که کنش‌های اقتصادی در جامعه، می‌تواند تأثیر چشمگیری بر متغیرهای اقتصادی کلان مانند رشد و توسعه اقتصادی، تولید، پس‌انداز و غیره داشته باشد (Granovetter, 2005). تاجایی که مصرف‌گرایی مظاهرا نه به‌عنوان یکی از مشکلات پیش روی تحقق توسعه پایدار جهانی معرفی شده است و همین نگرانی از تغییر اوضاع مصرفی در جهان، باعث شده که مطالعات جدید بر امکان‌سنجی توسعه پایدار، با تکیه بر ابعاد متعدد اجتماعی فرهنگی مصرف، متمرکز شود (Partovi, 2009: 22)، زیرا تغییرات اساسی که امروزه در الگوی مصرف به وجود آمده است، ممکن است به‌زودی روند تحقق توسعه پایدار را برای تعداد زیادی از جوامع مصرف‌کننده، مختل نماید. با وجود این، در کشور ما تحقیقات در زمینه توسعه، بیشتر بر روی سطوح کلان متمرکز شده‌اند و بررسی‌های سطح خرد و دلالت‌های سطح خرد و رفتاری توسعه‌مدار که ممکن است نقش بسیار مهمی بر سطوح کلان داشته باشند، کمتر مورد علاقه محققین بوده است.

با درک و پذیرش تأثیرات مخرب مصرف مظاهرا نه در تحقق توسعه پایدار؛ مسأله تحقیق حاضر این است که مصرف مظاهرا نه چه رابطه‌ای با مؤلفه‌های توسعه‌مدار دارد؟ آیا مصرف مظاهرا نه در جامعه ما می‌تواند پیش‌بینی‌کننده توسعه یا به‌عبارتی مؤلفه‌های توسعه‌مدار، باشد؟ این تحقیق صراحتاً ارتباط مصرف با مؤلفه‌های توسعه پایدار را ادعا نموده و فرض می‌کند که نوع مصرف (مظاهرا نه) می‌تواند پیش‌بینی‌کننده توسعه در جامعه باشد. به بیان دیگر، مصرف مظاهرا نه، در قالب رفتار توسعه‌مدار یا ضد توسعه در یک جامعه، نمود پیدا می‌کند و می‌تواند سرنوشت جامعه را رقم بزند. بنابراین، تحقیق و کشف رابطه مصرف با مؤلفه‌های توسعه، دارای اهمیت کوتاه‌مدت و بلندمدت است. تحقیق درباره مسأله مطرح شده از چند جنبه ضرورت دارد. شهر زنجان، به دلیل نزدیکی به پایتخت، قرار گرفتن در موقعیت جغرافیایی که مناطق شمال غرب کشور را به مناطق مرکزی وصل می‌کند و قرار گرفتن در مسیر تقاطع چند کلان‌شهر (البرز، تبریز، تهران، رشت)، در سال‌های اخیر، شاهد رشد چشمگیر مراکز تجاری بوده است که همین پتانسیل‌های موجود و نتایج تحقیقات درباره الگوی مصرف شهروندان، دغدغه بروز مصرف تظاهری در این شهر را تأیید می‌کند و بررسی این وضعیت مصرف و پیامدهای توسعه‌ای آن را نیز حائز اهمیت بسیار می‌سازد. این وضعیت، ممکن است تحقق اهداف توسعه را سست و متزلزل نماید و اثرات منفی عمیقی در زمینه ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی بر جای گذارد و حال و آینده جامعه را تحت تأثیرات نامطلوب قرار دهد و

مؤلفه‌های پایداری توسعه را ضعیف نماید. وانگهی، جامعه‌ی یاد شده، با توجه به منابع طبیعی و موقعیت جغرافیایی، پتانسیل قابل توجهی برای توسعه دارد و رشد صنعت و تجارت در این شهر، خود شاهدهی بر این مدعاست. لزوماً ارتقای مؤلفه‌های مختلف توسعه‌ی پایدار، ضمن اینکه اهمیت تحقیق و شناسایی این مؤلفه‌ها در جامعه‌ی مذکور را برجسته می‌سازد؛ بلکه لزوم احیای آگاهی و نگرش نسبت به پایداری توسعه از طریق نتایج تحقیق را گوشزد می‌کند. درک این وضعیت، پژوهش را به لحاظ نظری و عملی، ضروری می‌نماید. تحقیق حاضر با هدف شناخت ارتباط مصرف متظاهرانه (و ابعادش) با مؤلفه‌های توسعه‌مدار (و ابعادش) و ارتباط وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه و مؤلفه‌های توسعه‌مدار انجام شده است.

ادبیات پژوهش

مفاهیم نظری

مفهوم مصرف متظاهرانه: متغیر مستقل این تحقیق، مصرف متظاهرانه یا نمایشی است. این نوع مصرف به‌عنوان، فرآیند انگیزشی مالی است که افراد از طریق آن تلاش می‌کنند جایگاه اجتماعی خود را بهبود بخشند (O'Cass & McEwen, 2004)، در واقع، افراد باید در درجه اول برای تأمین نیازهای فیزیولوژیکی و ایمنی، کالاها و خدمات را مصرف کنند، اما مشاهده می‌شود که برخی، برای نشان دادن و تأثیرگذاری بر دیگران، مصرف خود را از این نیازها جدا می‌کنند تا جایی که تقاضا برای کالاها و خدمات از نیازهای فیزیولوژیکی و امنیتی فراتر می‌رود و به مصرف متظاهرانه منتهی می‌شود (Hiz, 2004:1309)، بنابراین، مصرف متظاهرانه برخلاف تأمین نیازهای اساسی، صرفاً به‌منظور نمایش عمومی ثروت، به‌صورت خرید کالا یا خدمات (Murphy, 2018:26) و یا شیوه‌های رقابتی اوقات فراغت با هدف نشان دادن عضویت در یک طبقه اجتماعی برتر (Patsiaouras & Fitchett, 2012) انجام می‌گیرد. اگر چه این مفهوم توسط ویلن، مطرح شد؛ لکن، از قدیمی‌ترین مطالعات تجربی در این زمینه، مطالعه مصرف پرستیژی ایستمن^۱ و همکاران (۱۹۹۹) و مصرف متظاهرانه اوکاس^۲ و فروست^۳ (۲۰۰۲) و اوکاس و مک‌اوین^۴ (۲۰۰۴) است.

¹ Eastman

² Aron O'Cass

³ Hmily Frost

⁴ McEwen

مفهوم مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار: در ارائه یک تعریف نظری جامع از «مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار» باید به بررسی چندین مفهوم اقدام شود. مؤلفه‌های توسعه‌مدار، شامل نوعی رفتار پایدار است. رفتار پایدار یا رفتار مبتنی بر توسعه (رفتار توسعه‌مدار) به‌عنوان جنبشی نرم برای نگرهبانی از عدالت اجتماعی، اقتصادی و محیطی جوامع، مطرح شده است. رفتارهای پایدار مجموعه‌ای از اقدامات مؤثر پیشگیرانه و هدفمند در راستای حفاظت از منابع از جمله تمامیت زندگی انسانی و طبیعی و همچنین در نظر گرفتن رفاه فردی و اجتماعی نسل فعلی و آینده بشر است. این مفهوم، شامل اقدامات فرد و گروهی با هدف استفاده منطقی از منابع مطرح شده است و تعادل فرد و طبیعت را تضمین می‌نماید (Carrete & et. al., 2012). همچنین، می‌تواند در برگیرنده صرفه‌جویی در مصرف و تعادل در استفاده از منابع مادی و طبیعی با هدف دستیابی به سطوح بالای رفاه اقتصاد، سیاسی، اجتماعی زیست محیطی باشد (Gadenn & et. al., 2012). مؤلفه‌های توسعه‌مدار، طی یک مدل سه‌بعدی پایدار، بیان گردیده که در یک الگوی توسعه‌مدار، این سه بعد (زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی؛ و نیز آگاهی، نگرش و رفتار) در هم تنیده شده‌اند. شت^۱ و همکاران (۲۰۱۱)، الگوهای مصرف پایدار را به‌عنوان مصرفی آگاه توصیف کرده‌اند که توسط یک ذهنیت نادیدنی، هدایت و پشتیبانی می‌شود که منعکس‌کننده احساس جدی مراقبت از خود و جامعه و طبیعت است. به‌عنوان مثال، مراقبت از طبیعت به مواردی از قبیل حفاظت از محیط زیست و استفاده اندک از منابع طبیعی اشاره دارد. مراقبت از جامعه شامل تقدیر از شبکه‌های اجتماعی و حمایت از کالاهای عمومی و مراقبت از خود در یک امر مسئولیت‌پذیری مسکن، رضایت خاطر از زندگی و تعادل زندگی کاری و ... اشاره دارد. این مدل سه‌بعدی، شامل ابعاد اقتصادی رفتار توسعه‌مدار نیز می‌شود. بعد اقتصادی به بهترین وجه می‌تواند به‌عنوان احساس آگاهانه به مراقبت از بهزیستی اقتصادی و شخصی درازمدت توصیف شود (Balderjahn & et. al., 2012: 282-284). مثلاً مصرف‌کننده با چنین آگاهی و احساس، باید کالاهای سبز و تجارت عادلانه را انتخاب کند. همچنین، رفتارهایی که به منظور کمک یا نفع رساندن به افراد یا گروه‌های دیگری از افراد باشد. به‌عنوان مثال، خرید محصولات با تجارت عادلانه، توجه به استانداردها و رعایت نکات انسانی، انجام کار و شرایط مناسب در امور تولیدی و تجاری در شرکت‌ها و مطابقت تولید و مصرف با مراقبت از جامعه (Balderjahn & et. al., 2012: 282-284). به‌نظر بالدرجان و همکاران (۲۰۱۳)، آگاهی مصرف‌کننده برای خرید

¹ Sheth

پایدار اقتصادی توسط سه وجه منعکس می‌شود که شامل سادگی، بهره‌گیری مشارکتی، رعایت رابطه سود و زیان در خریدها و مصرف‌ها نه برای خود فرد بلکه برای نسل بشر. همچنین، مؤلفه مسئولیت اجتماعی فرد در قبال دیگر افراد در زمان حال و آینده، توجه به عدالت در مصرف، رعایت برابری در مصرف برای حال و آیندگان را در نظر دارد. همچنین، علاوه بر مصرف و خرید محصولاتی که در تولید آنها عدالت و تجارت عادلانه رعایت شده باشد، آموزش در خصوص حقوق شهروندی، تساوی حقوق زن و مرد و قومیت‌ها و نژادها و ... در این بعد جای دارند (Michalos & et. al., 2011). از مهم‌ترین مطالعات در این زمینه مطالعه میکارلوس و همکاران (۲۰۰۹)، بالدرجان و همکاران (۲۰۱۳)، و در ایران، آقایی هیر و همکاران (۱۳۹۵) است.

چهارچوب نظری پژوهش

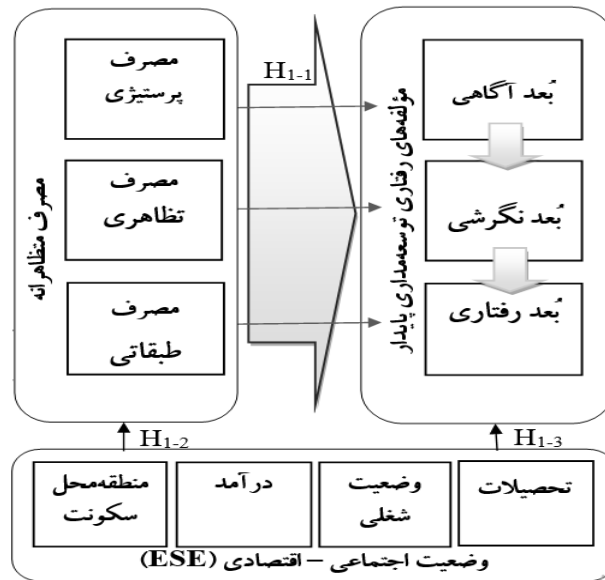
در تحقیق حاضر، از نظریه‌های تورستن وبلن^۱، مارک گرانووتر^۲ و گونار میردال^۳ به‌عنوان الگوهای راهنما و پشتوانه‌های نظری مفروضات تحقیق، استفاده شده است. تورستن وبلن معتقد است که پایگاه فرد، بینش و عادات فکری‌اش را تعیین می‌کند. به همین‌سان، عادات و رسوم و شیوه‌های عملکرد و اندیشیدن، در چهارچوب اجتماع‌هایی رشد می‌کنند که انسان‌ها در نبرد برای فراچنگ آوردن معاش‌شان از طبیعت، به درون آنها کشیده می‌شوند (Kozer, 2003:367). با این تلقی، وبلن در نظریه خود، در کنار سایر مفاهیم، دو مفهوم برجسته را به ادبیات علم اقتصاد، معرفی کرده است که از موضوعات قابل تأمل امروز به شمار می‌رود. یکی فراغت تظاهری و دوم مصرف تظاهری. از نظر وبلن، هر دو مفهوم، برای نشان دادن ثروت و قدرت در جامعه است (Mashhadi, 2014: 113). به نظر وبلن، مصرف چشمگیر (تظاهری)، تن‌آسانی چشمگیر و نمایش چشمگیر، همگی لوازمی هستند که انسان‌ها با آنها می‌کوشند تا در چشم همسایگان‌شان برتر جلوه کنند (Kozer, 2003:367). این وضعیت مصرف (چشمگیر و متظاهرانه)، می‌تواند از یک سو به خاطر محدودیت منابع و از سوی دیگر به خاطر مشکلات زیست‌محیطی ناشی از مصارف نادرست و به سبب ایجاد مشکلات فرهنگی، اجتماعی و روانی ناشی از آن، به یک مسأله تبدیل می‌گردد (Lopez & Yoon; 2020: Shabani & Karimi, 2015:108).

¹ Thorstein Veblan

² Mark Granovetter

³ Gunnar Myrdal

22). چرا که افراد، از ترس رسوایی و بی‌حرمتی، خود را با صرف هزینه‌های مضاعف، با الگوی رفتار اجتماعی، هم‌نوا می‌کنند (PasebaniSomeeh & Motevasseli, 2012: 230)؛ و این سطوح افراطی، منجر به عادت، رفتار ترجیحی و در نتیجه کاهش عملکرد افراد می‌شود (Andersen, 2011:1). ویلن معتقد است که رفتار اقتصادی انسان‌ها را مانند هر گونه فعالیت انسانی دیگر، باید بر حسب زمینه اجتماعی این رفتار، مورد تحلیل قرار داد (Kozler, 2003). گرانووتر، شخصیت مؤثر در احیای جامعه‌شناسی اقتصادی نیز، معتقد است، چگونگی تأثیرپذیری رفتار و نهادها از روابط اجتماعی یکی از سوالات کلاسیک نظریه اجتماعی است و حتی در جوامع مدرن، رفتارها و نهادها، چنان با روابط اجتماعی محدود شده‌اند که جدا کردن آنها به‌عنوان پدیده‌های مستقل ازهم، سوء تفاهم جدی است (Granovetter, 1985:481). او با همین تفکر، در مقاله‌ای تأثیر ساختارهای اجتماعی بر پیامدهای اقتصادی، به تشریح ارتباط روابط انسانی و پیامدهای کلان اقتصادی برای جوامع پرداخته و نشان می‌دهد که روابط و رفتارهای فی‌مابینی انسان‌ها، سرنوشت اقتصادی جوامع را تعیین می‌کند (Granovetter, 2005). این تفکر و تحقیقات گرانووتر، تمام کنش‌های انسانی از جمله کنش مصرفی را به ابعاد و سطوح کلان و توسعه‌ای جوامع، گره می‌زند. در بحث ارتباط بین مصرف و توسعه در این تحقیق، از آراء نهادگرایانی همچون گونار میردال و گرانووتر الهام گرفته شده است. میردال نیز نگرش نهادگرایی را اساس مطالعات توسعه اقتصادی به حساب می‌آورد. او حوزه‌های خواسته‌های انسانی و سازمانی را ملاک توضیح پویایی‌های اجتماعی فرض می‌کند و تلاش می‌کند تا دیدگاهی کلی از منطق سازوکار توسعه و عدم توسعه ارائه دهد. درک میردال از شرایط کشورها، وجود یک نظام اجتماعی است که در آن شرایط بسیاری به‌طور علی با هم مرتبط هستند و تغییر در یکی موجب تغییرات علی در سایر شرایط می‌شود که به‌طور کلی تولید و درآمد؛ شرایط تولید؛ سطح زندگی؛ طرز تلقی و نگرش نسبت به کار و زندگی؛ نهادها؛ و سیاست‌ها همگی با هم در ارتباط نزدیک قرار دارند (Ramezani Baseri, Mirfardi, 2014: 124).



شکل ۱: مدل مفهومی رابطه بین مصرف متظاهرانه، وضعیت اجتماعی - اقتصادی و مؤلفه‌های توسعه‌مداری

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

از میان تحقیقات اندکی که درباره مصرف متظاهرانه و درباره رفتارهای مبتنی بر توسعه در ایران انجام شده است می‌توان به تحقیقات زیر اشاره نمود.

پرتوی (۱۳۸۸)، در «تحلیل اقتصادی رفتار مصرف‌کنندگان در استان زنجان با استفاده از تابع تقاضای تقریباً ایده‌آل» به‌روش تحلیل ثانویه اطلاعات، دریافت که مصرف‌کنندگان در بیشتر موارد با تغییر قیمت کالاها، تقاضا را تغییر نمی‌دهند و حتی به رغم افزایش قیمت، گرایش به خرید و مصرف، ادامه می‌یابد.

حبیب‌پور گتابی و بابایی همتی (۱۳۹۳)، در بررسی «رابطه بین دینداری و مصرف نمایشی زنان شهر تهران» به روش پیمایشی، دریافتند که میزان مصرف در قریب به یک چهارم افراد، در حد بالا است و بین دینداری و ابعاد آن با مصرف نمایشی، همبستگی معکوس ضعیف و گاه فقدان همبستگی وجود دارد.

آزادارمکی و سلیمان‌پور (۱۳۹۴)، به مطالعه «مصرف مظاهرانه معلم‌های منطقه ۴ شهر تهران» به روش کیفی اقدام نموده و نتیجه گرفتند که الگوی مصرف معلم‌ها، تظاهری است که مشخصه گروه جدید ایجاد شده در اثر این مصرف، گرایش به زندگی تجملاتی است و معلم‌ها هر چند خود را جزو طبقه متوسط می‌دانند، اما تلاش زیادی می‌کنند تا بر اساس هنجارهای مصرفی و ارزش‌های مادی طبقات بالای جامعه، رفتار کنند.

آقایاری‌هیر، علیزاده‌اقدام و هنرور (۱۳۹۵)، طی یک پیمایش اجتماعی به بررسی «رابطه بین سواد محیط زیستی و مصرف مسئولانه و پایدار در بین شهروندان ارومیه» اقدام نموده و نشان دادند که بین سواد محیط زیستی، نگرش محیط زیستی و رفتار محیط زیستی با مصرف مسئولانه و پایدار، رابطه وجود دارد.

ب) تحقیقات خارجی

از میان تحقیقات خارج از ایران، می‌توان به تحقیقات تجربی و مقیاس‌سازی مصرف مظاهرانه و توسعه‌ی پایدار اشاره نمود.

اوکاس و مک‌اوین^۱ (۲۰۰۴)، یکی از تحقیقات پیمایشی در زمینه مصرف مظاهرانه را با عنوان «بررسی وضعیت مصرف و مصرف تظاهری» انجام داده و دریافته‌اند که وضعیت مصرف امروز، مظاهرانه است. مصرف تحت تأثیر نظارت خود و تأثیرات اجتماعی، اما مصرف مظاهرانه تحت تأثیرات بین‌فردی و مارک کالاها قرار دارد.

میکالوس^۲ و همکاران (۲۰۰۹)، تحقیقی با عنوان «سنجش دانش، گرایش و رفتار معطوف به توسعه پایدار» به روش پیمایش انجام داده و دریافته‌اند که سطوح دانش، گرایش و رفتار معطوف به توسعه پایدار در سطح قابل انتظار نیست و سطح دانش، بالاتر از نگرش و رفتار است.

گولای هز^۳ (۲۰۱۱)، به «تحقیق زمینه‌ای در مورد گرایش به مصرف تظاهری در موغلائی ترکیه» به روش پیمایشی اقدام نموده و مصرف پرتحرک و تظاهری و سبک‌های مختلف مصرف پرستیژی و تجملاتی را مشاهده نمود.

بالدرجان^۴ و همکاران (۲۰۱۳)، تحقیقی با عنوان «آگاهی، برای مصرف پایدار: توسعه مقیاس و بینش‌های جدید در بعد اقتصاد پایداری مصرف‌کنندگان» به روش پیمایشی به

¹ Hmily McEwen

² Michalos

³ Gülay Hiz

⁴ Bulderjan

انجام رسانده و در نهایت الگوی اندازه‌گیری برای آگاهی مصرف‌کننده در مصرف پایدار بر اساس سه بعد پایداری اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی مطابق با خطوط اصلی سه‌گانه توسعه را تدوین نمودند.

قوqاب و محمد^۱ (۲۰۱۶)، تحقیقی با عنوان «مصرف پایدار، فداکاری برای آینده» به روش اسنادی انجام داده و نشان دادند که پنج دستورالعمل اساسی برای مصرف پایدار وجود دارد که عبارتند از: تلاش‌های آگاهانه برای تأمین نیازهای اساسی، تعدیل در هزینه‌ها، تمرکز بر زندگی با کیفیت به جای ماتریالیسم، مراقبت برای نسل آینده و مراقبت از پیامدهای زیست‌محیطی.

جان مورفی^۲ (۲۰۱۸)، در «اندازه‌گیری رفتار متظاهران» به روش پیمایشی، نشان داد که ناتوانی در صرفه‌جویی با مصرف متظاهران و خطرات اقتصادی مانند ناامنی مالی در ارتباط است.

سالا و کاستلانی^۳ (۲۰۱۹)، مطالعه‌ای با عنوان «ردپای مصرف‌کننده: نظارت بر هدف توسعه پایدار با ارزیابی چرخه زندگی مبتنی بر فرآیند» به روش تحلیل ثانویه اطلاعات انجام داده و نتیجه گرفتند که تولید و مصرف مواد غذایی، مهم‌ترین نقطه مصرف محرک (منفی) اثرات محیطی است.

شییل، دوپاچو و آلویس^۴ (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان «تولید، توسعه پایدار و رفتار مصرف‌کنندگان سبز» به بررسی مفهوم نگرانی از آینده به‌عنوان مؤلفه توسعه پایدار و به‌طور خاص در رابطه با مصرف پرداخته و از مجموعه‌ای از داده‌های یک نظرسنجی نتیجه گرفتند که همبستگی مثبتی بین تولید و مقادیر مصرف سبز و همچنین بین تولید و رفتار خرید و تولید و نگرش اجتماعی وجود دارد.

فرضیه‌های پژوهش

۱- مصرف متظاهران (و ابعادش) با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار (و ابعادش) رابطه معنادار دارد (فرضیه اول، H_{1-1}).

۲- وضعیت اجتماعی اقتصادی با مصرف متظاهران رابطه معنادار دارد (فرضیه دوم، H_{1-2}).

¹ Farzana Quoquab, Jihad Mohammad

² John L. Murphy

³ Serenella Sala, Valentina Castellani

⁴ Chris Shiel, Arminda doPaço, Helena Alves

۳- وضعیت اجتماعی اقتصادی با مؤلفه‌های توسعه‌مداری پایدار رابطه معنادار دارد (فرضیه سوم، H_{1-3}).

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه به صورت مقطعی و توصیفی - تحلیلی و به روش پیمایش اجتماعی^۱ در سال ۱۳۹۹ انجام شده است. جمعیت آماری تحقیق، شهروندان دارای تحصیلات عالی ۱۹ تا ۶۵ سال شهر زنجان است که مطابق نتایج تفصیلی آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن، جمعیت کل شهرستان زنجان (نقاط شهری) ۴۶۳۸۶۵ نفر گزارش شده است که برای محاسبه حجم نمونه با استفاده از جایگذاری جمعیت کل نقاط شهری شهر زنجان، به جای جمعیت شهر زنجان در فرمول کوکران ($q \& p = 0.4$) حجم نمونه، ۵۰۲ نفر برآورد شد. برای انتخاب نمونه‌ها از مناطق مختلف مسکونی شهر، از روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای بر اساس نقشه شهرداری مناطق چهارگانه شهر زنجان استفاده شد که طی آن تمامی مناطق مسکونی شهر، وارد چارچوب نمونه‌گیری شدند و سپس مناطق، خیابان‌های اصلی و فرعی و کوچه‌ها و منازل به صورت تصادفی ساده (قرعه‌کشی) وارد نمونه شدند و در نهایت، برای انتخاب افراد در منازل، با باز شدن درب منزل، یک عضو منزل به شرط داشتن شرایط جمعیت کل و نمونه، به صورت داوطلبانه مورد مصاحبه قرار گرفت و در غیر این صورت یکی دیگر از اعضای مقیم در آن کد پستی، جایگزین شد. تمامی اطلاعات به شیوه مصاحبه‌ی حضوری ساختارمند و خودایفا^۲ (خودارزیاب یا خودناظر^۳) در منزل و با رعایت نکات اخلاقی و بهداشتی با ۳ پرسش‌نامه به شرح ذیل جمع‌آوری شده است.

برای سنجش مصرف مظاهرانه با مجموعاً ۵۲ گویه از ترکیب مقیاس مصرف پرستیژی^۴ ایستمن^۵ و همکاران (۱۹۹۹)، مقیاس مصرف مظاهرانه و مقیاس مصرف پایگاهی - طبقاتی اوکاس و همکاران (۲۰۰۲ و ۲۰۰۴)، و بخشی از مقیاس مصرف نمایشی حبیب‌پور کتابی و بابایی همتی (۱۳۹۳)، ۵ گویه برگرفته از تحقیق حسینی و احمدی (۱۳۹۳) و چند گویه‌ی محقق ساخته استفاده شده است. برای نمره‌گذاری پرسشنامه مصرف مظاهرانه در این تحقیق از طیف مجموع نمرات لیکرت با ۵ گزینه پاسخ از «خیلی

¹ Social Survy

² Self-Relate

³ self-administered

⁴ Consumption prestige

⁵ Eastman

کم»، «کم»، «متوسط»، تا «زیاد»، و «خیلی زیاد» استفاده شده است. برای سنجش مؤلفه‌های توسعه‌مدار با مجموعاً ۶۰ گویه از ترکیب مقیاس میکارلوس و همکاران (۲۰۰۹) و مقیاس بالدرجان و همکاران (۲۰۱۳)، استفاده شده است. برای نمره‌گذاری پرسشنامه مؤلفه‌های توسعه‌مدار از طیف مجموع نمرات لیکرت با ۵ گزینه‌ی پاسخ از «خیلی کم» تا «خیلی زیاد» استفاده شده است. نام، نقش و ابعاد متغیرها و پایایی مقیاس‌های تحقیق به صورت زیر است.

جدول ۱: نام، نقش و ابعاد متغیرها و پایایی مقیاس‌های تحقیق

متغیرها	ابعاد متغیر	نقش	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ		دو نیمه‌سازی
				زیر مقیاس	کل مقیاس	
مصرف متظاهرانه	مصرف پرستیزی	مستقل	۶	۰/۶۳	۰/۹۷	نیمه اول: ۰/۹۳
	مصرف تظاهری		۳۴	۰/۹۷		نیمه دوم: ۰/۹۶
	مصرف طبقاتی		۱۲	۰/۹۴		همبستگی دو نیمه: ۰/۸۷
مؤلفه‌های توسعه‌مدار	آگاهی از توسعه پایدار	وابسته	۱۳	۰/۶۹	۰/۹۲	نیمه اول: ۰/۸۶
	نگرش به توسعه پایدار		۱۳	۰/۸۹		نیمه دوم: ۰/۸۸
	رفتار توسعه‌مدار پایدار		۳۴	۰/۹۱		همبستگی دو نیمه: ۰/۷۲
	طبقه اجتماعی - اقتصادی (مجموع شاخص‌ها)	مستقل	۴	-	۰/۶۲	-

داده‌ها در نرم‌افزارهای آماری *SPSS* و *PLS* تحلیل شدند. حداکثر سطح معنی‌داری آزمون‌ها $P < 0/05$ و حداکثر خطای آزمون‌ها ۰/۹۵ در نظر گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به مشخصات جمعیتی و اجتماعی - اقتصادی

دامنه سنی نمونه مورد مطالعه ۲۲ تا ۶۲ سال (حداقل ۲۲ و حداکثر ۶۲ سال) است. میانگین سن جمعیت نمونه ۳۸/۸۵ با ۹۰/۵۶ واریانس و ۹/۵۶ انحراف معیار است. بیشترین تعداد پاسخگویان (به دلیل تصادفی بودن انتخاب نمونه‌ها) در سن ۳۰ تا ۴۹ سال و کمترین تعداد در سن ۶۰ تا ۶۲ سال هستند. ۲۵۴ نفر (۵۰/۶) از پاسخگویان، زن و ۲۴۸ نفر (۴۹/۴)، مرد هستند. توزیع‌ها بر حسب تحصیلات نشان می‌دهد ۲۶ نفر (۵/۲ درصد) کاردانی یا فوق دیپلم، ۲۷۴ نفر (۵۴/۶ درصد) با بیشترین فراوانی، دارای تحصیلات

لیسانس، ۱۹۹ نفر (۳۹/۶ درصد) فوق لیسانس و ۳ نفر (۰/۶ درصد) از افراد نمونه با کمترین فراوانی نیز دارای تحصیلات دکتری هستند. متغیر وضعیت شغلی یا فعالیت شغلی در ۹ وضعیت یا فعالیت، گروه‌بندی شده است. ۴۲ نفر (۸/۴ درصد) از نمونه، بیکار؛ ۹۶ نفر (۱۹/۱) خانه‌دار؛ ۴۱ نفر (۸/۲) در حال تحصیل؛ ۱۷ نفر (۳/۴) آزاد کارگری؛ ۱۵ نفر (۰/۳)، آزاد کارفرما؛ ۳۴ نفر (۶/۸) آزاد خویش فرما، ۱۸۶ نفر (۳۷/۱) کارمند (معمولی)؛ ۴ نفر (۰/۰۸) کارکنان عالی‌رتبه (رییس، مدیر یا ...) و ۴۸ نفر (۹/۶) نیز در سایر وضعیت‌ها (حق‌التدریس، مشاغل فصلی و ...) هستند. بیشترین تعداد، کارمند معمولی و کمترین تعداد، کارکنان عالی‌رتبه است. توزیع‌های میزان درآمد خانواده (به تومان)، نشان می‌دهد که میانگین درآمد ۶۳۵۸۸۷۶/۴۰ یعنی، شش میلیون و سیصد و پنجاه و هشت هزار و چهار صد و بیست و شش تومان است که ۳۶۹۲۰۵۳/۰۱۹ درصد انحراف از معیار و ۱۳۶۴۹۹۵۶/۳۶۱ واریانس دارد. حداقل میزان درآمد (بنا بر اظهار پاسخگویان) صفر و حداکثر درآمد ۴۰ میلیون تومان گزارش شده است. از آنجا که در خصوص درآمد، آماره‌ی میانگین، نمی‌تواند مبنای قضاوت باشد، لذا برای بررسی دقیق‌تر از تقسیم درآمد بر دهک‌ها، استفاده شد. منطقه محل سکونت، از مهم‌ترین شاخص‌های طبقه اجتماعی - اقتصادی، در جامعه مورد مطالعه به ۴ منطقه شهرداری، تقسیم شده است. ۱۱۳ نفر (۲۲/۵ درصد) از نمونه، ساکن منطقه ۱؛ ۱۱۴ نفر (۲۲/۷) در منطقه ۲؛ و ۱۱۳ نفر (۲۲/۵) ساکن منطقه ۳ و ۱۰۵ نفر معادل ۲۰/۹ درصد از نمونه در منطقه ۴ سکونت دارند (جدول ۲).

جدول ۲: آماره‌های توزیع فراوانی مشخصات جمعیتی و اجتماعی - اقتصادی در نمونه مورد مطالعه

Table 2: Frequency Distribution Statistics of Demographic and Socio-Economic in the Study Sample

حداکثر	حداقل	واریانس	انحراف معیار	میانگین	درصد معتبر	درصد	فراوانی			
62	22	90.562	9.516	38.85	23.3	22.5	113	زیر ۳۰	سن (به سال)	
					30.2	29.3	147	۳۰ تا ۳۹		
					31.5	30.5	153	۴۰ تا ۴۹		
					14.4	13.9	70	۵۰ تا ۵۹		
					.6	.6	3	۶۰ و بالاتر		
-	-	-	-	-	50.6	50.6	254	مرد	جنس	
-	-	-	-	-	49.4	49.4	248	زن		
-	-	-	-	-	5.2	5.2	26	کاردانی	تحصیلات	
-	-	-	-	-	54.6	54.6	274	لیسانس		
-	-	-	-	-	39.6	39.6	199	فوق لیسانس		
-	-	-	-	-	.6	.6	3	دکتری و بالاتر		
-	-	-	-	-	8.7	8.4	42	بیکار		
-	-	-	-	-	19.9	19.1	96	خانه‌دار	فعالیت شغلی حرفه‌ای	
-	-	-	-	-	8.5	8.2	41	در حال تحصیل		
-	-	-	-	-	3.5	3.4	17	آزاد کاریگری		
-	-	-	-	-	3.1	3.0	15	آزاد کارفرما		
-	-	-	-	-	7.0	6.8	34	آزاد خویش فرما		
-	-	-	-	-	38.5	37.1	186	کارمند معمولی		
-	-	-	-	-	.8	.8	4	کارکنان عالی‌رتبه		
-	-	-	-	-	9.9	9.6	48	سایر		
-	-	-	-	-	25.4	22.5	113	منطقه ۱		منطقه مسکونی
-	-	-	-	-	25.6	22.7	114	منطقه ۲		
-	-	-	-	-	25.4	22.5	113	منطقه ۳		
حداکثر	حداقل	واریانس	انحراف معیار	میانگین	23.6	20.9	105	منطقه ۴		
40000000	0	13649 956.36 1	36920 53.01 9	635887 6.40						
دهک‌های درآمد										
دهک 90	دهک 80	دهک 70	دهک 60	دهک 50	دهک 40	دهک 30	دهک 20	دهک 10		
100000 00	800000 0	7500 000	68000 00	6000000	5000000	45000 00	3500000	3000000		
100.0										
مجموع										

یافته‌های توصیفی مربوط به وضعیت مصرف مظاهرانه و مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار

مقیاس مصرف مظاهرانه به‌عنوان متغیر مستقل مدل، با سه زیر مقیاس و مجموعاً با ۵۲ سؤال (۶ سؤال مصرف پرستیژی، ۳۴ سؤال مصرف تظاهری و ۱۲ سؤال مصرف طبقاتی) در طیف لیکرت (بین ۱ تا ۵ نمره) و در سطح سنجش فاصله اندازه‌گیری شده است. نمرات این مقیاس می‌تواند در دامنه ۵۲ تا ۲۶۰ در نوسان باشد. طبق یافته‌های مرقوم در جدول ۲ و نگاه به میانگین مقیاس کل مصرف مظاهرانه (۱۱۱/۲۳) و مقایسه میزان‌های حداقل جدول (۶۶) که بالاتر از حداقل مقیاس و حداکثر جدول (۲۴۲) که بسیار نزدیک به حداکثر مقیاس است، مشخص شد که مصرف مظاهرانه در نمونه مورد مطالعه در سطح متوسط رو به بالا قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۳۵/۸۷۰ و واریانس آن ۱۲۸۶/۶۴۱ است. زیر مقیاس مصرف پرستیژی می‌تواند بین ۶ تا ۳۰ نمره در نوسان باشد. نگاه به میانگین مصرف پرستیژی (۱۷/۰۲) و مقایسه میزان‌های حداقل (۶) و حداکثر (۳۰) این متغیر، مشخص شد که مصرف پرستیژی در نمونه مورد مطالعه در سطح بالا قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۴/۱۵۲ و واریانس آن ۱۷/۲۳۷ است. زیر مقیاس مصرف تظاهری یا نمایشی می‌تواند در دامنه بین ۳۴ نمره تا ۱۷۰ نمره قرار داشته باشد. میانگین مصرف تظاهری (۶۸/۷۶) و میزان‌های حداقل (۳۶) و حداکثر (۱۶۱) مشخص می‌کند که مصرف تظاهری در نمونه مورد مطالعه در سطح متوسط قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۲۵/۶۳۱ و واریانس آن ۶۵۶/۹۳۱ است. زیر مقیاس مصرف طبقاتی یا پایگاهی نیز می‌تواند در دامنه بین ۱۲ تا ۶۰ نمره در نوسان باشد. میانگین این زیرمقیاس (۲۵/۹۱) و مقایسه آن با میزان‌های حداقل (۱۲) و حداکثر (۶۰) این بُعد مشخص می‌کند که این بُعد از مصرف مظاهرانه در نمونه مورد مطالعه در سطح متوسط رو به پایین قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۸/۹۱۳ و واریانس آن ۷۹/۴۴۳ است (جدول ۳).

مقیاس مؤلفه‌های توسعه‌مدار که متغیر وابسته‌ی مدل می‌باشد؛ در این تحقیق با سه زیرمقیاس و مجموعاً با ۶۰ سؤال (۱۳ سؤال آگاهی از توسعه پایدار، ۱۳ سؤال نگرش به توسعه پایدار و ۳۴ سؤال رفتار توسعه‌مدار پایدار) در طیف لیکرت (بین ۱ تا ۵ نمره) در سطح سنجش فاصله اندازه‌گیری شده است. بنابراین، نمرات کل مقیاس می‌تواند در دامنه بین ۶۰ تا ۳۰۰ نمره در نوسان باشد. طبق یافته‌های مرقوم در جدول ۲ و با نگاه میانگین مقیاس کل مؤلفه‌های توسعه‌مدار (۲۴۶/۹۹) و مقایسه آن با حداقل (۱۴۵) و حداکثر (۲۹۳) نمره، مشخص می‌شود که مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار در نمونه مورد مطالعه نیز در سطح متوسط رو به بالا قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۲۳/۰۵۹ و

واریانس آن ۵۳۱/۷۰۶ است. زیرمقیاس آگاهی از توسعه پایدار می‌تواند بین ۱۳ تا ۶۵ نمره در نوسان باشد. نگاه به میانگین آگاهی (۵۱/۴۰) و مقایسه آن با حداقل (۳۰) و حداکثر (۶۵) نمره‌ی آگاهی مشخص می‌کند که بعد آگاهی در نمونه مورد مطالعه در سطح بالایی گزارش شده است. انحراف معیار این بعد ۵/۲۱۷ و واریانس آن ۲۷/۲۱۸ است. نمره زیرمقیاس نگرش به توسعه پایدار می‌تواند در دامنه ۱۳ تا ۶۵ نمره قرار داشته باشد. میانگین نگرش (۵۶/۲۹) و مقایسه آن با میزان‌های حداقل و حداکثر (به ترتیب ۳۳ و ۶۵) نشان می‌دهد که نگرش به توسعه پایدار در سطح بالایی قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۶/۷۷۰ و واریانس آن ۴۵/۸۳۹ است. زیرمقیاس رفتار توسعه‌مدار پایدار نیز در دامنه ۳۴ نمره تا ۱۷۰ نمره قرار دارد. میانگین رفتار توسعه‌مدار (۱۳۸/۴۸) و مقایسه میزان‌های حداقل و حداکثر این زیرمقیاس که به ترتیب ۴۵ و ۱۶۸ است، نشان می‌دهد که رفتار توسعه‌مدار در سطح بالا قرار دارد. انحراف معیار این مقیاس ۱۶/۹۴۷ و واریانس آن ۲۸۷/۱۸۵ است (جدول ۳).

جدول ۳: آماره‌های توزیع فراوانی مصرف متظاهرانه و مؤلفه‌های توسعه‌مدار و زیرمقیاس‌ها در نمونه مورد مطالعه

Table 3: Demonstration Frequency Distribution Statistics and Development-Oriented Components and Subscales in the Study Sample

حداکثر	حداقل	کشیدگی	چولگی	واریانس	انحراف معیار	میانگین	مقیاس کل و زیرمقیاس‌ها	
242	66	1.853	1.030	1286.641	35.870	111.23	مصرف متظاهرانه	مقیاس مصرف متظاهرانه و زیرمقیاس‌های آن
30	6	1.645	.801	17.237	4.152	17.02	مصرف پرستیژی	
161	36	1.078	1.845	656.931	25.631	68.76	مصرف تظاهری	
60	12	1.282	1.451	79.443	8.913	25.91	مصرف طبقاتی	
293	145	1.003	-1.306	531.706	23.059	206.99	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	مقیاس مؤلفه‌های توسعه‌مدار و زیرمقیاس‌های آن
65	30	1.781	-.725	27.218	5.217	51.40	آگاهی از توسعه پایدار	
65	33	2.003	-1.171	45.839	6.770	56.29	نگرش به توسعه پایدار	
68	45	1.862	-1.964	287.185	16.947	138.48	رفتار توسعه‌مدار	

یافته‌های تحلیلی

در این تحقیق، از دو نرم‌افزار مکمل *SPSS* برای بررسی فرضیات و *PLS* برای بررسی مدل، استفاده شده است. استنباط‌های آماری براساس نتایج نرم‌افزارها به صورت زیر است.

رابطه مصرف مظاهرا نه با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار (H_{1-1}):

برای بررسی وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌های مصرف مظاهرا نه و مؤلفه‌های توسعه‌مدار، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف^۱ استفاده شد که سطح معنی‌داری به دست آمده از اجرای آزمون، بزرگ‌تر از مقدار ۰/۰۵ به دست آمد و فرض H_1 رد و H_0 مبنی بر نرمال بودن داده‌ها، تأیید شد. ضرایب همبستگی پیرسون^۲ و تحلیل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد و استنباط‌های آماری، بر پایه دو حالت کواریانس (هم‌تغییری)^۳ یا استقلال^۴ متغیرها، دنبال شد. فرض محقق، وجود هم‌تغییری یا رابطه (منفی یا معکوس) و معنادار بین مصرف مظاهرا نه و ابعاد آن با مؤلفه‌های توسعه‌مدار و ابعاد آن است که در فاصله اطمینان ۰/۹۵ محاسبه و در ماتریس همبستگی نشان داد شده است.

در بررسی نتایج محاسبه ضریب همبستگی بین مصرف مظاهرا نه و مؤلفه‌های توسعه‌مدار، سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است. بنابراین، H_0 مبنی بر عدم هم‌تغییری، ابطال و H_1 مبنی بر وجود هم‌تغییری تأیید می‌شود. شدت هم‌تغییری نیز با توجه به قدر مطلق ضریب همبستگی که برابر است با $r=۰/۵۶۷$ نسبتاً قوی می‌باشد و با توجه به علامت منفی آن، جهت هم‌تغییری معکوس است. مصرف مظاهرا نه، این نوع هم‌تغییری را با ابعاد آگاهی، نگرش و رفتار توسعه‌مدار به ترتیب با ضریب ۰/۲۰۸- و ۰/۳۳۸- و ۰/۶۰۹- در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ دارد (جدول ۲). از میان هم‌تغییری‌های دیگر، ضریب همبستگی بین مصرف پرستیژی با مجموع مؤلفه‌های توسعه‌مدار، برابر با ۰/۵۰۱- در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰؛ همبستگی مصرف پرستیژی با ابعاد آگاهی از توسعه، نگرش به توسعه پایدار و رفتار توسعه‌ای پایدار، به ترتیب برابر با ۰/۲۷۴- و ۰/۲۳۳- و ۰/۵۱۳- در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ است. ضریب همبستگی بین مصرف تظاهری با مجموع مؤلفه‌های توسعه‌مدار، ۰/۴۹۱- در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰؛ همبستگی مصرف تظاهری با ابعاد آگاهی از توسعه، نگرش به توسعه پایدار و رفتار توسعه‌ای پایدار، به

¹ Kolmogorov-Smirnov

² Pearson

³ Covariation

⁴ independence

ترتیب برابر با ۰/۱۶۱- و ۰/۲۹۹- و ۰/۵۵۰- در سطح معنی داری حداکثر ۰/۰۰۱ است. ضریب همبستگی بین مصرف پایگاهی (طبقاتی) با مجموع مؤلفه‌های توسعه‌مدار، برابر با ۰/۵۲۵- در سطح معنی داری ۰/۰۰۰؛ همبستگی مصرف پایگاهی یا طبقاتی با ابعاد آگاهی از توسعه، نگرش به توسعه‌ی پایدار و رفتار توسعه‌ای پایدار، به ترتیب برابر با ۰/۱۷۴- و ۰/۳۷۶- و ۰/۵۴۵- در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است (جدول ۳).

با توجه به سطوح معناداری حداکثر کمتر از ۰/۰۰۱، مشخص می‌شود که H_0 قابل ابطال و H_1 قابل تأیید است. بین مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف پایگاهی (طبقاتی) با مجموع مؤلفه‌های توسعه‌مداری پایدار و ابعاد آگاهی از توسعه‌ی پایدار، نگرش به توسعه‌ی پایدار و رفتار توسعه‌مدار پایدار، هم‌تغییری معناداری وجود دارد و جهت هم‌تغییری‌ها، معکوس است. یک یافته‌ی جانبی نشان می‌دهد که یک همبستگی قوی بین آگاهی نسبت به توسعه، و نگرش نسبت به توسعه، وجود دارد (ضریب همبستگی ۰/۶۱۹ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰). در حالی که ارتباط بین آگاهی و نگرش با رفتار توسعه‌مدار، چنان قوی نیست (ضریب همبستگی ۰/۴۱۳ و ۰/۴۵۵ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰) (جدول ۴).

جدول ۴: ماتریس همبستگی برای بررسی رابطه بین مصرف متظاهرانه با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار و ابعاد

Table 4: Correlation matrix to Investigate the Relationship Between Demonstrative Consumption with Sustainable Development Components and Dimensions

ابعاد متغیر			۵	ابعاد متغیر			۱		
۸	۷	۶		۴	۳	۲			
.609*	-.338**	-.208**	-.567**	.914**	.991**	.670**	1	ضریب همبستگی	۱. مجموع مقیاس مصرف متظاهرانه
.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		سطح معناداری	
449	453	432	424	458	458	458	458	تعداد نمونه	
.513*	-.233**	-.274**	-.501**	.491**	.632**	1	.670**	ضریب همبستگی	۲. مصرف پرستیژی
.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	سطح معناداری	
475	480	449	440	480	463	485	458	تعداد نمونه	
.550*	-.299**	-.161**	-.491**	.872**	1	.632**	.991**	ضریب همبستگی	۳. مصرف تظاهری
.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	سطح معناداری	
467	473	443	435	471	478	463	458	تعداد نمونه	
.545*	-.376**	-.174**	-.525**	1	.872**	.491**	.914**	ضریب همبستگی	۴. مصرف طبقاتی (پایگاهی)
.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	سطح معناداری	

ابعاد متغیر			۵	ابعاد متغیر			۱				
۸	۷	۶		۴	۳	۲					
482	490	455	446	495	471	480	458	تعداد نمونه			
912**	.741**	.670**	1	.525*	.491*	.501*	.567*	ضریب همبستگی	۵. مجموع مقیاس مؤلفه های توسعه مدار		
.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	سطح معناداری			
450	450	450	450	446	435	440	424	تعداد نمونه			
413**	.619**	1	.670**	.174*	.161*	.274**	.208*	ضریب همبستگی	۶. آگاهی از توسعه پایدار		
.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	سطح معناداری			
452	457	459	450	455	443	449	432	تعداد نمونه			
455**	1	.619**	.741**	.376*	.299*	.233*	.338*	ضریب همبستگی	۷. نگرش به توسعه پایدار	ابعاد متغیر مؤلفه های توسعه مدار	
.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	سطح معناداری			
484	497	457	450	490	473	480	453	تعداد نمونه			
1	.455**	.413**	.912**	.545*	.550*	.513*	.609*	ضریب همبستگی	۸. رفتار توسعه مدار پایدار		
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	سطح معناداری			
489	484	452	450	482	467	475	449	تعداد نمونه			

* ۰/۱۰ < P < (۲ طرفه) ، ** ۰/۰۵ < P < (۲ طرفه)

نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه

رگرسیون و همبستگی، دو آزمون به هم نزدیک هستند. اما رگرسیون، چگونگی بازگشت نمرات Y (در اینجا نمرات مربوط به مؤلفه های توسعه مدار) به نمره های X (در اینجا مصرف مظاهرا نه) یا میزان و ضریب وابستگی نمرات Y به نمرات X را نشان می دهد (کرلینج، ۲۴:۱۳۸۴). مهم ترین مزیت محاسبه ضرایب همبستگی نشان دادن جهات هم تغییری دو متغیر است. به دلیل برتری های دو آزمون، داده ها تحت تحلیل رگرسیون قرار گرفت.

از بارزترین شاخص های آماری تحلیل رگرسیون، ضریب همبستگی چندمتغیری یا R و مجذور ضریب همبستگی چندمتغیری یا R^2 هستند. در تحلیل حاضر، ضریب همبستگی چندمتغیری (R) با مقدار ۰/۶۳۵ به معنای یک همبستگی بین چند متغیر است اما وقتی که R^2 به مقدار ۰/۴۰۳ به دست آمده است؛ یعنی ۰/۴۰۳ درصد از واریانس Y (مؤلفه های توسعه مدار) توسط ابعاد مصرف مظاهرا نه تعیین می شود. ضریب تعیین به دست آمده برابر با $R^2 = ۰/۴۰۳$ بدین معناست که متغیر مستقل (مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) به میزان ۰/۴۰۳ توانایی تبیین متغیر وابسته (مؤلفه های توسعه مدار پایدار) را دارد (جدول ۵).

جدول ۵: خلاصه مدل رگرسیونی پیش‌بینی مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار بر اساس ابعاد مصرف متظاهران

Table 5: Summary of the Regression Model for Predicting Sustainable Development Components Based on Demonstrative Consumption Dimensions

خطای استاندارد	ضریب تعدیل یافته	ضریب تعیین (R^2)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
17.109	.399	.403	.635
متغیرهای پیش‌بین: ابعاد مصرف متظاهران (مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) متغیر وابسته: مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار			

برای بررسی همواری مدل رگرسیونی چندگانه از آزمون *ANOVA* استفاده شد. این آزمون معنی‌دار بودن مدل آماری در تحلیل رگرسیون (چه ساده و چه چندمتغیره) مشابه آزمون‌های معنی‌دار بودن مدل آماری در تحلیل واریانس، بر نسبت معنی‌دار F بر وجود تفاوت بین میانگین‌ها، در ورای عامل شانس، دلالت دارد. در تحلیل حاضر، مقدار F ($F = 94/494$) و سطح معنی‌داری آن ($Sig = 0/000$) در فاصله اطمینان $0/95$ مقبولیت و همواری قابل قبول مدل تحلیلی (اثر $X_{1.2.3}$ بر Y)، را ورای عامل شانس، تأیید می‌کند (جدول ۶).

جدول ۶: نتایج آزمون *ANOVA* برای بررسی همواری مدل رگرسیونی پیش‌بینی مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار بر اساس ابعاد مصرف متظاهران

Table 6: ANOVA Test Results to Evaluate the Smoothness of the Regression Model for Predicting Sustainable Development Components Based on Demonstrative Consumption Dimensions

مدل	مجموع مجزورات	Df	میانگین مجزورات	F	$Sig.$
ضریب رگرسیونی	82985.342	3	27661.781	94.494	.000
ضریب پسمانده	122948.599	420	292.735		
مجموع	205933.941	423			
متغیرهای پیش‌بین: ابعاد مصرف متظاهران (مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) متغیر وابسته: مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار					

بررسی وزن‌ها و ضرایب رگرسیونی نشان می‌دهد که مقدار ثابت با عرض از مبدأ این مدل برابر با $307/519$ است. b وزن معلوم رگرسیون در نمونه آماری که از آن برای برآورد

β استفاده می‌شود برای مصرف پرستیژی ۲/۰۰۵، برای مصرف تظاهری ۰/۱۶۰ و برای مصرف طبقاتی ۱/۴۷۲ به دست آمده است. β (بتا) وزن نامعلوم رگرسیون یا ضریب تأثیر برای مصرف پرستیژی ۰/۳۶۶، برای مصرف تظاهری ۰/۱۷۵ و برای مصرف طبقاتی ۰/۵۵۱ به دست آمده است که نشان می‌دهد، در ازای یک انحراف معیار تغییر در هر یک از ابعاد متغیر مستقل، متغیر وابسته (مؤلفه‌های توسعه‌مدار) به اندازه میزان‌های فوق افزایش می‌یابد (جدول ۷).

جدول ۷: اوزان و ضرایب رگرسیونی مربوط به مدل پیش‌بینی‌شده

Table 7: Weights and Regression Coefficients Related to the Predicted Model

Sig	t	ضرایب رگرسیونی	ضرایب رگرسیونی استاندارد		مدل
		استاندارد شده	نشده	B	
		Beta			
.000	77.720		3.957	307.519	مقدار ثابت (Constant)
.000	-7.499	-.366	.267	-2.005	مصرف پرستیژی
.041	2.053	.175	.078	.160	مصرف تظاهری
.000	-7.337	-.551	.201	-1.472	مصرف طبقاتی
متغیر وابسته: مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار					

با توجه به نتایج رگرسیون خطی چندگانه، متغیر وابسته با استفاده از معادله خطی رگرسیون پیش‌بینی می‌شود. با عنایت به نتایج معادله رگرسیونی برای پیش‌بینی مقادیر متغیر وابسته (مؤلفه‌های توسعه‌مدار) بر اساس ابعاد متغیر مستقل (مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) معادله‌ای به صورت زیر نوشته می‌شود:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3$$

مؤلفه‌های توسعه‌مدار = Y

a = مقدار ثابت/عرض از مبدأ

+bx₁ = مصرف پرستیژی

+bx₂ = مصرف تظاهری

+bx₃ = مصرف طبقاتی

$$Y (\text{مؤلفه‌های توسعه‌مدار}) = a(307.519) + bx_1(2/0.05) + bx_2(0/160) + bx_3(1/472)$$

رابطه وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه (H_{1-2})

شاخص‌های طبقه اجتماعی - اقتصادی شامل تحصیلات، شغل، درآمد، منطقه محل سکونت، ترکیب و یک متغیر در سطح سنجش فاصله‌ای ایجاد شد. لذا با عنایت به سطح سنجش فاصله‌ای متغیر وضعیت اجتماعی - اقتصادی و مصرف متظاهرانه، برای بررسی روابط این دو متغیر، یکبار از ضرایب همبستگی، و یکبار برای بررسی ارتباط بین شاخص‌های طبقه اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه از آزمون‌های متناسب با سطح سنجش هر شاخص، استفاده شده است. همچنین، برای بررسی وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌های وضعیت اجتماعی - اقتصادی، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد که سطح معنی‌داری بدست آمده از اجرای آزمون، بزرگ‌تر از مقدار $0/05$ به دست آمد فرض H_1 تأیید و H_0 رد شد که نشان داد داده‌های مربوط به وضعیت اجتماعی - اقتصادی از توزیع نرمال، پیروی نمی‌کنند. به همین دلیل برای بررسی روابط و تأثیرات وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه (و همچنین با مؤلفه‌های توسعه‌مدار) از ضریب همبستگی ناپارامتریک رو اسپیرمن^۱ در فاصله اطمینان $0/95$ بهره گرفته شد. شاخص‌های طبقه اجتماعی - اقتصادی شامل تحصیلات، شغل، درآمد، منطقه محل سکونت، ترکیب و یک متغیر در سطح سنجش فاصله‌ای ایجاد شد. در بررسی ضریب همبستگی بین طبقه اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه، این ضریب برابر با $0/114$ - در سطح معنی‌داری $0/025$ ؛ همبستگی طبقه اجتماعی - اقتصادی با بعد مصرف تظاهری، برابر با $0/154$ - در سطح معنی‌داری $0/002$ است. اما طبقه اجتماعی - اقتصادی با ابعاد مصرف پرستیژی و مصرف طبقاتی، معنادار نیست (جدول ۸).

¹ Spearman's rho

جدول ۸: ماتریس همبستگی بین طبقه اجتماعی - اقتصادی با مصرف مظاهرانه و ابعاد آن

Table 8: Correlation Matrix between Socio-Economic Class with Demonstrative Consumption and Its Dimensions

ابعاد متغیر			مصرف مظاهرانه	طبقه اجتماعی - اقتصادی				
مصرف طبقاتی	مصرف تظاهری	مصرف پرستیژی						
				1	ضریب همبستگی	طبقه اجتماعی - اقتصادی		
-.045	-.154**	.029	-.114*	.	سطح معناداری			
.358	.002	.562	.025	428	تعداد نمونه			
			1	-.114*	ضریب همبستگی	مصرف مظاهرانه		
.741**	.942**	.383**	.	.025	سطح معناداری			
.000	.000	.000	.458	389	تعداد نمونه			
			.383**	.029	ضریب همبستگی	مصرف پرستیژی	ابعاد مصرف مظاهرانه	
.092*	.313**	1	.000	.562	سطح معناداری			
.044	.000	.	.458	414	تعداد نمونه			
			.942**	-.154**	ضریب همبستگی	مصرف تظاهری		
.643**	1	.313**	.000	.002	سطح معناداری			
.480	.463	.485	.458	407	تعداد نمونه			
			.741**	-.045	ضریب همبستگی	مصرف طبقاتی		
.000	.	.000	.000	.358	سطح معناداری			
.471	.478	.463	.458	421	تعداد نمونه			
			.092*	.044	ضریب همبستگی			
1	.643**	.092*	.741**	-.045	سطح معناداری			
.	.000	.044	.000	.358	تعداد نمونه			
.495	.471	.480	.458	421				

رابطه وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار (H_{1-3})

برای بررسی روابط متغیر وضعیت یا طبقه‌های اجتماعی - اقتصادی و مؤلفه‌های توسعه‌مدار از ضریب همبستگی ناپارامتریک رو - اسپیرمن، بهره گرفته شده و نتایج آن نشان می‌دهد که بین طبقه اجتماعی - اقتصادی با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار و هیچ‌کدام از ابعاد آن ارتباط معنی‌دار وجود ندارد، اما این ارتباط معکوس (ولو غیر معنی‌دار) است. نتیجه به‌دست آمده نشان می‌دهد که با توجه به سطوح معناداری بیشتر از H_0 ، $0/05$ در خور تأیید و H_1 قابل ابطال است (جدول ۹).

جدول ۹: ماتریس همبستگی بین طبقه اجتماعی - اقتصادی با مؤلفه‌های توسعه پایدار و ابعاد آن

Table 9: Correlation Matrix between Socio-Economic Class and Components of Sustainable Development and Its Dimensions

ابعاد متغیر			مؤلفه‌های توسعه‌مدار	طبقه اجتماعی - اقتصادی		
رفتار توسعه‌مدار	نگرش به توسعه	آگاهی از توسعه				
.071	-.017	-.034	.015	1	ضریب همبستگی	طبقه اجتماعی - اقتصادی
.149	.735	.506	.776	.	سطح معناداری	
418	423	393	386	428	تعداد نمونه	
.646**	.610**	.574**	1	.015	ضریب همبستگی	مؤلفه‌های توسعه‌مدار
.000	.000	.000	.	.776	سطح معناداری	
450	450	450	450	386	تعداد نمونه	
.064	.514**	1	.574**	-.034	ضریب همبستگی	آگاهی از توسعه‌مدار
.177	.000	.	.000	.506	سطح معناداری	
452	457	459	450	393	تعداد نمونه	
.064	1	.514**	.610**	-.017	ضریب همبستگی	نگرش به توسعه‌مدار
.161	.	.000	.000	.735	سطح معناداری	
484	497	457	450	423	تعداد نمونه	
1	.064	.064	.646**	.071	ضریب همبستگی	رفتار توسعه‌مدار
.	.161	.177	.000	.149	سطح معناداری	
489	484	452	450	418	تعداد نمونه	

ارزیابی مدل

بررسی مدل تحقیق با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس (PLS)^۱ انجام شده و ابتدا دو مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) و مدل ساختاری (مدل درونی) آزمون شد. مدل بیرونی: معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به‌عنوان معیار کلاسیک برای سنجش پایایی و مناسب برای ارزیابی پایداری درونی مدل، محاسبه گردید. معیار دوم در بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، روایی همگرا (AVE)^۲ به بررسی میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود پرداخت و در نهایت میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود مشخص گردید. مقادیر زیر، همبستگی هر

¹ Partial Least Squares (PLS)

² Average Variance Extracted (AVE)

سازه با سؤالات خود را ارائه می‌دهد و همبستگی‌های بیشتر، برازش بیشتر را نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هر متغیر بیشتر از ۰/۷ است که نشان‌دهنده پایایی ابزار است. نتایج آزمون *AVE* نیز نشان داد متوسط واریانس استخراج شده هر بُعد مدل دارای مقدار بیشتر از ۰/۵ است پس، روایی همگرایی مدل نیز تأیید می‌شود. برای بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری از شاخص اشتراک استفاده شد. مقادیر مثبت شاخص اشتراک نشان می‌دهند که مدل اندازه‌گیری، کیفیت مطلوب دارد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: بررسی پایایی مدل تحقیق

Table 10: Assessing the Reliability of the Research Model

شاخص اشتراک	میانگین واریانس استخراجی $(AVE) > 0.4$	پایایی ترکیبی $(CR) > 0.7$	ضریب آلفای کرونباخ $(a) > 0.7$	سازه
.215	.508	.902	.693	بعد آگاهی
.294	.528	.964	.912	بعد رفتاری
.225	.588	.921	.812	بعد نگرشی
.294	.502	.973	.915	مؤلفه‌های توسعه‌مدار
.132	.504	.713	.658	طبقه اجتماعی
.449	.582	.984	.918	مصرف تظاهری
.213	.599	.950	.938	مصرف طبقه‌ای
.459	.599	.987	.972	مصرف مظاهرانه
.571	.543	.831	.652	مصرف پرستیژی

برای بررسی روایی واگرایی مدل از روش ماتریس فورنل و لارکر^۱ استفاده شد. در این روش میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه شد. در قطر اصلی این ماتریس، جذر *AVE* متغیرها وارد شد و جهت تأیید روایی واگرایی، این مقدار بیش از همبستگی میان آن متغیر با سایر متغیرها بررسی شد. نتایج جدول نشان داد که جذر *AVE* که در قطر اصلی ماتریس، بیش از میزان همبستگی هر سازه با دیگر متغیرهاست نشان‌دهنده روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق است.

¹ Fornell & Larcker

مدل درونی: از آنجا که مدل ساختاری، برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان، همراه با روابط میان آنها را بررسی می‌کند؛ لذا در بررسی مدل ساختاری، ضرایب معناداری z مقادیر t -value) معیار $R2$ و معیار $Q2$ مدل ساختاری بررسی شد. ضرایب تعیین $R2$ مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است که سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی $R2$ در نظر گرفته می‌شوند. با توجه به جدول ۹ و شکل ۱ (اعداد درون دایره‌ها)، مقادیر $R2$ برای ابعاد آگاهی، رفتاری، نگرشی، رفتار توسعه‌ای، مصرف متظاهرانه، مصرف طبقه‌ای در سطح متوسط و بالاست و در متغیرهای مصرف تظاهری و پرستیژی در سطح متوسط است. معیار دیگر معیار $Q2$ است. این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌سازد. در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به‌عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین می‌شود. با توجه به نتایج جدول ۱۱، مقدار $Q2$ قدرت پیش‌بینی متغیر بعد رفتاری در سطح قوی و متغیرهای ابعاد آگاهی، نگرشی، رفتار توسعه‌ای پایدار، مصرف طبقه‌ای و پرستیژی، مصرف تظاهری و متظاهرانه در سطح متوسط است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱: مقادیر معیارهای $R2$ و $Q2$ در برازش مدل ساختاری

Table 11: The Values of Criteria $R2$ and $Q2$ in the Fit of the Structural Model

معیار $Q2$	معیار $R2$	سازه
.238	.330	بعد آگاهی
.368	.839	بعد رفتاری
.286	.442	بعد نگرشی
.290	.882	مؤلفه‌های توسعه‌مدار
-	-	طبقه اجتماعی
.112	.145	مصرف تظاهری
.202	.451	مصرف طبقه‌ای
.119	.341	مصرف متظاهرانه
.216	.153	مصرف پرستیژی

برای بررسی برازش مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF^1 وجود دارد. وتزلس و همکاران^۲ (۲۰۰۹)، سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند. در بررسی مدل تحقیق حاضر، معیار GOF برابر ۰/۵۰۲ به‌دست آمد که نشان دهنده برازش قوی مدل کلی تحقیق است. بارعاملی، مقادیر t و سطح معنی‌داری روابط متغیرها نیز تأییدکننده این یافته هستند (جدول ۱۱). در برازش مدل ساختاری در صورتی که ضرایب معناداری t بیش از ۱/۹۶ باشد، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ دارد. جدول ۱۲ و شکل ۱ مقادیر t را نمایش می‌دهند. نتایج نشان می‌دهد مصرف متظاهرانه و ابعاد آن با ابعاد رفتار توسعه‌ای پایدار رابطه معنی‌داری از نظر آماری دارد ($P < ۰/۰۵$).

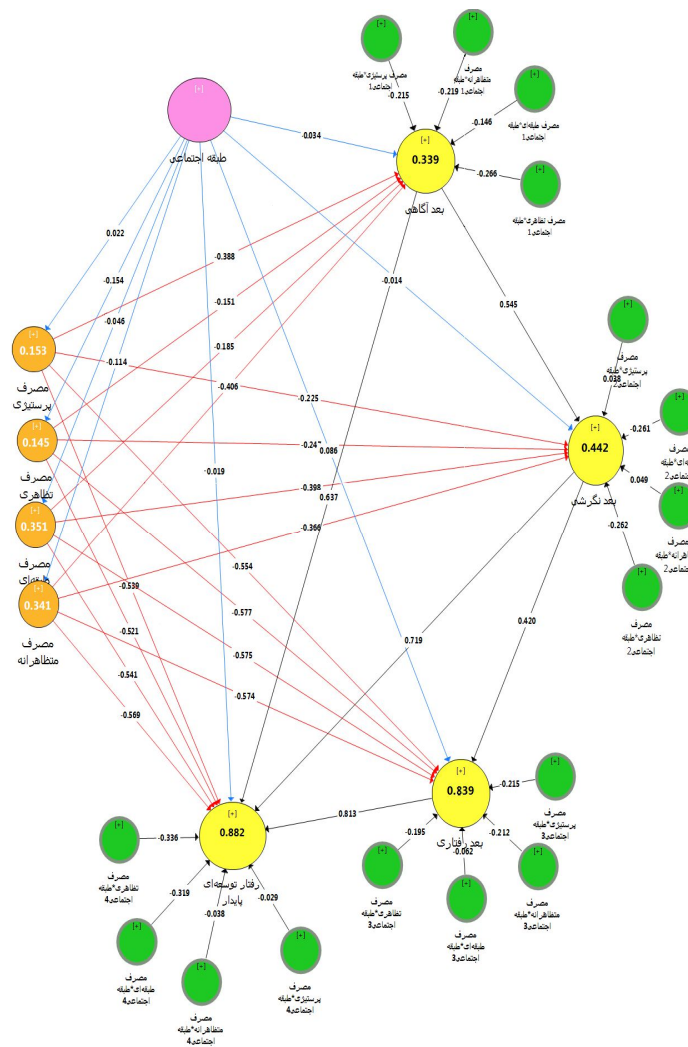
جدول ۱۲: مقادیر معیارهای برازش مدل ساختاری

Table 12: Structural Model Fit Criteria Values

سازه‌های پیش‌بین	سازه ملاک	ضریب مسیر (β)	مقدار t	سطح معنی‌داری
مصرف پرستیژی ←	بعد آگاهی	-۰.۳۸۸	۳.۱۱۷	.۰۰۱
مصرف تظاهری ←	بعد آگاهی	-۰.۱۵۱	۲.۶۶۳	.۰۰۱
مصرف طبقه‌ای ←	بعد آگاهی	-۰.۱۸۵	۲.۶۸۴	.۰۰۱
مصرف متظاهرانه ←	بعد آگاهی	-۰.۴۰۶	۳.۳۹۰	.۰۰۱
مصرف پرستیژی ←	بعد نگرشی	-۰.۲۲۵	۲.۵۴۸	.۰۰۱
مصرف تظاهری ←	بعد نگرشی	-۰.۲۴۷	۲.۱۱۴	.۰۰۱
مصرف طبقه‌ای ←	بعد نگرشی	-۰.۳۹۸	۵.۶۱۲	.۰۰۱
مصرف متظاهرانه ←	بعد نگرشی	-۰.۳۶۶	۵.۹۱۷	.۰۰۱
مصرف پرستیژی ←	بعد رفتاری	-۰.۵۵۴	۴.۱۸۵	.۰۰۱
مصرف تظاهری ←	بعد رفتاری	-۰.۵۵۷	۶.۳۳۹	.۰۰۱
مصرف طبقه‌ای ←	بعد رفتاری	-۰.۵۷۵	۶.۷۶۷	.۰۰۱
مصرف متظاهرانه ←	بعد رفتاری	-۰.۵۷۴	۶.۶۷۸	.۰۰۱
مصرف پرستیژی ←	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	-۰.۵۳۹	۵.۱۸۶	.۰۰۱
مصرف تظاهری ←	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	-۰.۵۲۱	۵.۲۲۵	.۰۰۱
مصرف طبقه‌ای ←	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	-۰.۵۴۱	۵.۴۴۱	.۰۰۱
مصرف متظاهرانه ←	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	-۰.۵۶۹	۵.۱۴۵	.۰۰۱

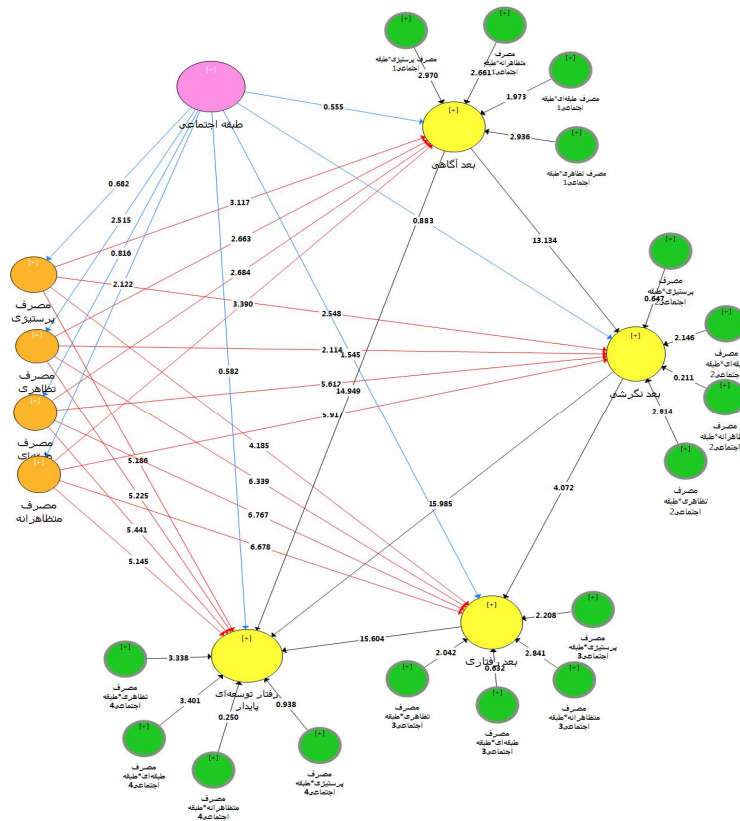
¹ Goodness of Fit² Wetzells & et. al.

نمودار مسیر تحقیق



شکل ۱: بارهای عامل متغیرها در حالت تخمین استاندارد

Figure 1: Operating Loads of Variables in Standard Estimation Mode



شکل ۲: مقادیر t روابط مدل اصلی تحقیق (مقادیر t در سطح ۰/۰۵)
 Figure 2: T-Values of the Main Research Model Relationships (T Values at the Level of 0.95)

در بررسی تأثیرگذاری طبقه اجتماعی با متغیرهای مدل، یافته‌های مشابه با نتایج پیشین (جدول ۸ و ۹) به دست آمد. اما بررسی نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی در روابط بین متغیرها یافته‌های قابل توجهی را نشان داد. تأثیر متغیر مصرف مظهرانه و ابعاد آن بر بعد آگاهی با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی منفی و از نظر آماری معنی‌دار است ($P < 0/05$). همچنین تأثیر مصرف تظاهری و طبقه‌ای بر بعد نگرشی با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار است ($P < 0/05$) اما تأثیر متغیرهای مصرف

پرستیژی و مصرف متظاهرانه بر بعد نگرشی با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار نیست ($P > 0/05$). تأثیر متغیرهای مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و متظاهرانه بر بعد رفتاری با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار است ($P < 0/05$) اما تأثیر متغیر مصرف طبقه‌ای بر بعد نگرشی با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار نیست ($P > 0/05$). تأثیر متغیرهای مصرف مصرف تظاهری و طبقه‌ای بر بعد رفتاری با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار است ($P < 0/05$) اما تأثیر متغیرهای مصرف پرستیژی و مصرف متظاهرانه بر بعد نگرشی با نقش تعدیل‌گری طبقه اجتماعی از نظر آماری معنی‌دار نیست ($P > 0/05$).

جدول ۱۳: بررسی نقش تعدیل‌گری متغیر طبقه اجتماعی در بررسی روابط بین متغیرهای مدل
Table 13: Investigating the Moderating Role of Social Class Variables in Examining the Relationships between Model Variables

سطح معنی‌داری	مقدار t	ضریب مسیر (β)	سازه ملاک	سازه‌های پیش‌بین
.001	2.970	-.215	بعد آگاهی	مصرف پرستیژی × طبقه اجتماعی ←
.001	2.936	-.266	بعد آگاهی	مصرف تظاهری × طبقه اجتماعی ←
.045	2.973	-.146	بعد آگاهی	مصرف طبقه‌ای × طبقه اجتماعی ←
.001	2.936	-.219	بعد آگاهی	مصرف متظاهرانه × طبقه اجتماعی ←
.396	.547	-.038	بعد نگرشی	مصرف پرستیژی × طبقه اجتماعی ←
.001	2.146	-.262	بعد نگرشی	مصرف تظاهری × طبقه اجتماعی ←
.001	2.814	-.261	بعد نگرشی	مصرف طبقه‌ای × طبقه اجتماعی ←
.652	2.211	-.049	بعد نگرشی	مصرف متظاهرانه × طبقه اجتماعی ←
.001	2.208	-.215	بعد رفتاری	مصرف پرستیژی × طبقه اجتماعی ←
.013	2.042	-.195	بعد رفتاری	مصرف تظاهری × طبقه اجتماعی ←
.402	.632	-.062	بعد رفتاری	مصرف طبقه‌ای × طبقه اجتماعی ←
.001	2.814	-.212	بعد رفتاری	مصرف متظاهرانه × طبقه اجتماعی ←
.214	.938	-.029	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	مصرف پرستیژی × طبقه اجتماعی ←
.001	3.338	-.336	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	مصرف تظاهری × طبقه اجتماعی ←
.001	3.401	-.319	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	مصرف طبقه‌ای × طبقه اجتماعی ←
.648	.250	-.038	مؤلفه‌های توسعه‌مدار	مصرف متظاهرانه × طبقه اجتماعی ←

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق با هدف کلی تحلیل تأثیر مصرف متظاهران بر مؤلفه‌های توسعه‌مدار در بین شهروندان دارای حداقل تحصیلات عالی ۲۰ تا ۶۵ سال شهر زنجان انجام شد. نتایج توصیفی نشان داد وضعیت مصرف متظاهران در سطح متوسط رو به بالا؛ مصرف پرستیژی در سطح بالا؛ مصرف تظاهری در سطح متوسط و مصرف طبقاتی (پایگاهی) در سطح متوسط رو به پایین قرار دارد. مؤلفه‌های توسعه‌مدار، همچنین هر سه بُعد آگاهی، نگرش و رفتار توسعه‌مدار در سطح بالایی اظهار شده‌اند. به چند دلیل باید به نتایج توصیفی تحقیق خصوصاً در زمینه مؤلفه‌های توسعه‌مدار، با تردید نگریسته شود: از آنجا که گویه‌های مؤلفه‌های توسعه‌مدار (خصوصاً بعد آگاهی و نگرش) از بار ذهنی و ارزشی برخوردارند؛ لذا حتی اگر فرد، در عمل نیز این مؤلفه‌ها را رعایت نکند، به دلیل جلوگیری از انگ (اسراف‌گری)، تمایل دارد گزارش مثبتی از توسعه‌مداری خود، اظهار کنند. در حالی که مقیاس مصرف متظاهران آنچه فرد در عمل انجام می‌دهد را می‌سنجد و نیز پاسخگو با علم به رواج این نوع مصرف در جامعه، پاسخ واقعی‌تری را اظهار نموده‌اند، اما از آنجایی که در این مقیاس نیز از فرد پرسیده می‌شود که آیا به‌خاطر نمایش دادن به دیگران، این مصرف انجام می‌شود یا خیر؟؛ لذا این مقیاس نیز بار ارزشی پنهانی را با خود حمل می‌کند. مهم‌تر از آن، افراد با علم به نادرست بودن مصرف متظاهران و نادرست بودن اهمال مؤلفه‌های توسعه‌مدار (که بنابر فرهنگ آرمانی دینی ما از مصادیق اسراف و اترافند)، در ارائه پاسخی که انگ اسراف و اتراف بدان‌ها وارد کند، آگاهانه مقاومت نشان داده‌اند. لذا از آنجا که روش گردآوری داده‌ها نیز به‌صورت خودایفا یا خودگزارش بود، لذا ممکن است نمرات مربوط به مصرف متظاهران از سوی پاسخگویان، پایین‌تر از حد مورد انتظار و نمرات مربوط به مؤلفه‌های توسعه‌مدار، بالاتر از حد مورد انتظار، گزارش شده باشد. اینجا می‌توان نقش عامل فرهنگی در پاسخ افراد را جستجو کرد. پاسخگویان بنا بر آموزه‌های فرهنگی دینی خود، از قبح عمل خود مطلع و لذا از دادن پاسخ واقعی امتنا نموده‌اند.

یافته‌های تحلیلی در بررسی رابطه مصرف متظاهران و ابعاد آن با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار و ابعاد آن (H_{1-1})، هم‌تغییری و همبستگی نسبتاً قوی و معکوس دو متغیر را نشان داد. همچنین هر سه بُعد مصرف متظاهران با هر سه بُعد مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار، رابطه‌ی قوی و معکوس دارند. یعنی هر چه مصرف متظاهران (و مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) در جامعه، بالاتر می‌رود؛ به همان‌سان مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار (و آگاهی نسبت به توسعه، نگرش نسبت به توسعه و رفتار توسعه‌مدار)

کاهش می‌یابد. این نتایج با تحلیل رگرسیون خطی چندگانه، نیز مورد تأیید قرار گرفت و نشان داد که بخشی از واریانس مؤلفه‌های توسعه‌مدار در جامعه، همواره توسط مصرف متظاهران (مصرف پرستیژی، مصرف تظاهری و مصرف طبقاتی) تعیین می‌شود و تعیین‌کنندگی نوع مصرف طبقاتی و مصرف پرستیژی، بیشتر از مصرف تظاهری است. این یافته‌ها توسط متون پیشین (تحقیقات تجربی نزدیک به موضوع و نظریه‌های چارچوب)، حمایت می‌شوند.

در خصوص نتایج توصیفی این تحقیق درباره وضعیت مصرف می‌توان به نتایج حبیب‌پور گتایی و بابایی همتی (۱۳۹۳)، مراجعه نمود. نتایج این محققین در بررسی مصرف نمایشی زنان منطقه ۵ تهران، میزان مصرف نمایشی بین بیشتر افراد نمونه را پایین و کمتر از حد میانگین نشان داد. در حالی که آنچه در عینیت (تعدد فروشگاه‌ها و لوازم مصرفی و لوکس وارداتی و ... در جامعه) مشاهده می‌شود، با هر دو این نتایج، مغایر می‌نماید. این نتایج، ضمن اینکه تولید ابزارهای حساس‌تری را برای سنجش مصرف تظاهری را می‌طلبد؛ نشان می‌دهد که ممکن است افراد، وضعیت مصرف خود را چنانکه در عمل هست، اظهار نکنند. آزادارمکی و سلیمان‌پور (۱۳۹۴)، در بررسی مصرف متظاهران معلم‌های منطقه ۴ تهران، به این نتیجه رسیدند که الگوی مصرف، تظاهری با گرایش به زندگی تجملاتی است. ارمکی و سلیمان‌پور، نتایج تحقیق خود را با تأثیر تحولات فرهنگی و اجتماعی دهه‌های اخیر و تغییر ارزش‌ها فراتر از نیازها، مرتبط می‌دانند. نتایج تحقیق حاضر و حبیب‌پور گتایی و بابایی همتی (۱۳۹۳)، که میزان مصرف نه‌چندان بالا را به دست آوردند نیز می‌تواند از زاویه‌ای دیگر، به فرهنگ آرمانی جامعه که پرهیز از مصرف‌گرایی را ترویج می‌دهد، ارتباط یابد. این فرهنگ آرمانی موجب می‌شود که متظاهرتین افراد نیز در مقام پاسخگویی، به انکار کار خویش پرداخته و از بیان میزان واقعی مصرف خود امتنا ورزند. چنانکه جهانیان (۱۳۸۸) و شعبانی و کریمی (۱۳۹۴)، بیان می‌کنند، جامعه ایرانی، فرهنگ (آرمانی - اسلامی) با ویژگی‌های معنوی همچون اتراف‌ستیزی و اسراف‌ستیزی را به‌عنوان الگوی بهینه‌ای برای مصرف فرد مسلمان ترویج می‌کند؛ اما افراد جامعه، آگاهانه (و به‌زعم آزادارمکی و سلیمان‌پور (۱۳۹۴)، تحت تأثیر تحولات فرهنگی و اجتماعی) این الگوی بهینه را در عمل زیر پا می‌گذارند و از سوی دیگر تبعیت از فرهنگ آرمانی - اسلامی، مانع از افشای وضعیت مصرفی متظاهران‌شان می‌شود.

در تحقیقات خارج از ایران، چنین نتایجی یافت نمی‌شود. در مقایسه نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات خارجی، فقط می‌توان شواهدی از ارتباط بین مصرف و توسعه را

یافت. اوکاس و مکاوین (۲۰۰۴)، نتیجه گرفتند که مصرف تظاهری تحت تأثیرات بین‌فردی قرار دارد. هز (۲۰۱۱)، به تأثیر سبک زندگی بر سبک‌های مصرف و ارتباط رفتار مصرف‌کننده و نگرش در مورد وضعیت مصرف و نیز وجود عقلانیت و مصرف آگاهانه دست یافتند. مورفی (۲۰۱۸)، ضمن اینکه میزان این مصرف مظاهرا نه را در جامعه به‌ویژه در بین طبقات پایین و اقلیت‌ها (نسبت به درآمدشان) بالا ارزیابی کرد، بلکه نشان داد که ناتوانی این افراد در صرفه‌جویی با نوع از مصرف مظاهرا نه‌شان، ارتباط دارد. در تحقیق میکالوس و همکارانش (۲۰۰۹)، اگر چه سطوح دانش، نگرش (گرایش) و رفتار معطوف به توسعه پایدار در سطح قابل انتظار نبود، لکن سطح دانش بالاتر از نگرش و رفتار بوده است. در حالی که در تحقیق حاضر، گرایش یا نگرش نسبت به توسعه، بالاتر از آگاهی و رفتار توسعه‌مدار اظهار شده است. این موضوع از پایین بودن سطح آگاهی و دانش توسعه‌مدار در جامعه ما حکایت می‌کند.

تحقیقات بیشتر در جهان انجام شده است که به نتایج مشابه مبنی بر ارتباط بین مصرف (تظاهری) یا فرصت‌های توسعه، صحه گذارده‌اند. از جمله بالدرجان و همکاران (۲۰۱۳)، نشان داد که اندازه‌گیری جدید با ابعاد اجتماعی، زیستی و اقتصادی می‌تواند نتایج توسعه پایدار را آشکار کند. قوقاب و محمد (۲۰۱۶)، نشان دادند که تلاش‌های آگاهانه برای تأمین نیازهای اساسی (یعنی مصرف غیر مظاهرا نه)، تعدیل در هزینه‌ها، تمرکز بر کیفیت زندگی به جای مادی‌گرایی، محافظت از نسل‌های آینده و از زیست محیطی، به‌عنوان ابعاد و ارکان و دستورالعمل‌های مصرف پایدار (مصرف غیر مظاهرا نه یا سودمند)، شباهت بسیار زیادی با شاخص‌های توسعه پایدار دارند. یین و شی (۲۰۱۹)، نیز در بررسی‌های خود شواهدی از ارتباط متغیرهای اجتماعی همچون شبکه‌های اجتماعی با میزان مصرف خانگی را یافتند که می‌تواند از نتایج تحقیق ما حمایت کند. فان، خیا، زانگ و چن (۲۰۱۹)، نیز به نتایج جالبی درباره اینکه روندها و تعاملات اجتماعی می‌تواند بر توسعه پایدار تأثیر گذارد، رسیدند. نتایج قوقاب و محمد (۲۰۱۶)، یین و شی (۲۰۱۹) فان، خیا، زانگ و چن (۲۰۱۹)، و سایر تحقیقات پیشین، قرابت نظری و عملی بسیار زیادی با نتایج تحقیق حاضر دارد.

در زمینه تأثیرپذیری توسعه از عناصر مختلف، گونارمیردال بر وجود یک نظام اجتماعی با شرایط علی درهم تنیده، معتقد است که تغییر در یکی شرط موجب تغییرات علی در سایر شرایط می‌شود. نتایج تحقیق حاضر، همسو با این نظر، نشان داد که شرایط توسعه (مؤلفه‌های فردی توسعه‌مدار) می‌تواند به شرایط مصرف (مظاهرا نه یا غیر

متظاهرانه) وابسته باشد. توجه میردال به تأثیر محیط اجتماعی بر رفتار انسانی و تأکید او بر ماهیت پویایی نظام اجتماعی و تبیین علت دوری در نظام اجتماعی، همه با موضع نهادگرایانی (که نظر آنها چارچوب این تحقیق است) و نتایج تحقیق حاضر، سازگار است. همچنین نتایج تحقیق، با نظر گرانووتر درباره تأثیرپذیری رفتار و نهادها از اجتماع و این اعتقاد که روابط و رفتارهای فی‌مابینی انسان‌ها، سرنوشت اقتصادی خرد و کلان آنها را تعیین می‌کند، سازگار است.

نتایج تحقیق، همبستگی بین وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مصرف متظاهرانه را نشان داد (H_{1-2}). با این حال، نکته حائز اهمیت ارتباط معکوس بین دو متغیر است. طبق نتایج تحقیق، مصرف متظاهرانه به‌ویژه بُعد تظاهری در طبقه‌ی اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر، بیش از طبقات بالاتر است. این نتیجه غیر قابل انتظار است، اما از سوی تحقیقات داخلی و هم تحقیقات خارجی، حمایت می‌شود. در ایران، نتایج آزادارمکی و سلیمان‌پور (۱۳۹۴)، نشان داد معلمان منطقه ۴ تهران که خود را جزو طبقه متوسط می‌دانند، تلاش زیادی می‌کنند تا بر اساس هنجارهای مصرفی و ارزش‌های مادی طبقات بالای جامعه، رفتار کنند. همسو با نتایج تحقیق حاضر، طبقات متوسط یا پایین، تلاش زیادتری [نسبت به طبقه‌ی اجتماعی خود] برای پیروی از الگوی مصرف‌گرایانه از خود نشان می‌دهند. مورفی (۲۰۱۸)، هم مصرف متظاهرانه در بین طبقات پایین و اقلیت‌ها (نسبت به درآمدشان) را بالا ارزیابی کرد. تا جایی که برخی افراد به دلیل کمبود پس‌انداز و برخی به دلیل نرخ مصرف زیاد، در معرض خطر هستند. سیاه‌پوستان و لاتین‌ها نسبت به درآمدشان، نرخ پس‌انداز کمتری دارند که بخشی از آن به‌دلیل مصرف متظاهرانه است. بین و شی (۲۰۱۹)، نیز در تحلیل خود نشان دادند که تحصیل‌کردگان (به‌عنوان یک شاخص مهم از طبقه اجتماعی) رفتارهای بهتری در مصرف را به نمایش می‌گذارند و مقیاس‌های مختلف همچون درآمد و میزان مصرف ماهانه، اندازه مسکن و منطقه زندگی تأثیرات قابل توجهی بر رفتارهای خانوار در مصرف انرژی نشان می‌دهد.

رابطه معکوس بین طبقه اجتماعی - اقتصادی و مصرف متظاهرانه، به لحاظ نظری نیز بسیار قابل تأمل است. به نظر وبلن، مصرف متظاهرانه، نماد پایگاه برتر و پدیده‌ای است که انسان‌ها با آن می‌کوشند تا در چشم دیگران و خود، برتر جلوه کنند. بنابراین، چنین استنباط می‌شود که در یک جامعه‌ی غیر مصرف‌گرا، قاعدتاً این نوع مصرف باید با وضعیت طبقاتی فرد، همبسته (و مستقیم) باشد و افراد فقط با توجه به وضعیت طبقاتی خود از نوع خاص مصرف برای نمایش وضعیت خود، بهره‌گیرند. در حالی که طبق نتایج تحقیق حاضر

- که تأییدکننده نظریه وبلن است - تحت یک رابطه معکوس بین طبقه و مصرف، نشان می‌دهد که همه افراد جامعه، فارغ از وضعیت طبقاتی‌شان، در یک روند چشم و هم‌چشمی و مصرف متظاهرانه قرار دارند و آن را سرمنشأ آبرومندی خود می‌دانند. در جامعه ما به دلیل رشد شاخص‌های مصرف تظاهری (مادی‌گرایی، مصرف‌گرایی، چشم و هم‌چشمی و ...) همه افراد اعم از طبقات پایین و بالا، دچار مصرف متظاهرانه و نمایشی شده‌اند. بنابراین، چنین استنباط می‌شود که نحوه مصرف، متأثر از فرهنگ و هنجارهای جامعه و اجتماع است. وضعیت مصرفی متظاهرانه، در جامعه ما تبدیل به هنجار فرهنگی شده است و همه طبقات (اعم از بالا و پایین) تلاش می‌کنند تا با آن هم‌نوا گردند. طبقات پایین، در الگوی مصرف خود، بدون توجه به وضعیت طبقاتی خود، دنباله‌رو طبقات بالا می‌شوند و چه‌بسا مصرف خود را آشکارتر نمایند. این فرهنگ در جامعه ما موجب شده که افراد (خصوصاً افراد طبقات پایین‌تر) تلاش بیشتری برای تظاهر مصرف خود کنند تا با این نوع مصرف، برای خود آبروی مشابه با طبقات بالای اجتماعی کسب کنند. بنابراین، رابطه معکوس بین وضعیت اجتماعی - اقتصادی، خود می‌تواند هم شاهدی عینی (به‌رغم اظهارات پاسخگویان که پیرامون آن در بالا بحث شد) برای وجود و شدت مصرف متظاهرانه خصوصاً در طبقات پایین جامعه باشد؛ و هم شاهدی زنده بر اثرپذیری کنش‌های اقتصادی (مصرف) از عناصر فرهنگی و اجتماعی باشد. این یافته، نظریه گرانووتر را نیز تأیید می‌کند. گرانووتر تأکید می‌کند که کنش اقتصادی مصرف، اسیر مناسبات غیر اقتصادی است. چنانکه تحقیق حاضر نشان داد، وضعیت مصرف فرد را نه وضعیت اقتصادی او، بلکه عوامل غیر اقتصادی (اجتماعی - فرهنگی) تعیین می‌کند، تا جایی که افراد با وضعیت اقتصادی (اجتماعی) پایین‌تر، تلاش بیشتری برای تظاهر مصرف نشان می‌دهند.

رابطه وضعیت اجتماعی - اقتصادی با مؤلفه‌های توسعه‌مدار پایدار (H_{1-3}) در این تحقیق، اثبات نشد. محقق در تحقیقات پیشین با چنین نتیجه‌ای برخورد نکرده است. اما می‌توان چنین استنباط کرد که رعایت مؤلفه‌های توسعه‌مدار، در تمام طبقات اجتماعی، به یک میزان، رعایت می‌شود. به عبارت دیگر، در جامعه مورد مطالعه تحقیق، مؤلفه‌های توسعه‌مدار از طبقات اجتماعی استقلال دارند. بررسی و ارزیابی مدل تحقیق (با نرم‌افزار *PLS*) نیز صحت یافته‌ها را به لحاظ آماری و مطلوبیت مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری، روایی و اگرایی و همگرایی را تأیید شد.

نتایج توصیفی، بالا (تر از متوسط) بودن مصرف متظاهرانه را نشان داد، یعنی مصرف فراتر از نیازها و صرفاً برای نمایش در جامعه، جاری است. بر اساس این یافته نامطلوب،

پیشنهاد می‌شود، تدابیری برای نشان دادن قُبح رفتارهای تظاهری و کاهش این‌گونه رفتارها، صورت بپذیرد. نتایج توصیفی، پایین بودن مؤلفه آگاهی نسبت به مؤلفه‌های نگرشی و رفتاری توسعه‌ی پایدار را نشان داد، این در حالی است که آموزش (دانش، آگاهی و ...)، طبق رهنمودهای سازمان ملل از مهم‌ترین و نخستین شاخص‌های توسعه پایدار است. همچنین یک یافته جانبی در تحقیق حاضر نشان داد که همبستگی قوی بین آگاهی نسبت به توسعه، و نگرش نسبت به توسعه، وجود دارد. این موضوع (مشابه با یافته‌های میکالوس و همکاران، ۲۰۰۹) نشان می‌دهد که آگاهی منجر به نگرش مثبت به توسعه و سپس نگرش (و آگاهی) مثبت، منجر به رفتار توسعه‌مدار در عمل می‌گردد. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد در زمینه آموزش نسبت به توسعه پایدار، سرمایه‌گذاری‌ها و تلاش‌های بسیار بیشتری صورت گیرد. حتی پیشنهاد می‌گردد آموزش توسعه پایدار جزئی از برنامه درسی تمام مقاطع تحصیلی در مدارس و دانشگاه‌ها باشد. این آموزش باید بر زندگی پایدار نسل‌ها، مهارت‌های زندگی پایدار در اجتماع، تعادل رفاه اقتصادی و انسانی با سنت‌های فرهنگی و منابع کره زمین، کاهش فقر و ... تأکید ورزد. یافته‌ها، سازگار با نتایج پیشین و چارچوب نظری، مصرف بر مؤلفه‌های توسعه‌مدار قویاً اثرگذار است. بر این اساس نیز مقابله با تولید و مصرف تظاهری برای ارتقای مؤلفه‌های توسعه‌مدار، پیشنهاد می‌گردد. یافته‌ها، رابطه معکوسی بین وضعیت اجتماعی - اقتصادی و مصرف متظاهران را نشان دادند؛ که حاکی از جریان یافتن مصرف متظاهران در طبقات اجتماعی پایین‌تر است. این امر در بلند مدت می‌تواند به تبعات فرهنگی و سلامتی (مشابه با یافته‌های مورفی، ۲۰۱۸) بیانجامد. لذا لازم است در راستای مقابله با فراگیری مصرف متظاهران در طبقات اجتماعی، تلاش‌های بیشتری صورت گیرد. در تمام موارد، رسانه‌های گروهی می‌توانند در کاهش مصرف تظاهری منجر به افزایش مؤلفه‌های توسعه‌مدار، یاری‌رسان باشند. مصرف متظاهران و رواج آن در تمامی طبقات اجتماعی، خود مسأله‌ای است که توسط جامعه، هدایت می‌شود (رابطه معکوس بین طبقه اجتماعی - اقتصادی و مصرف، شاهدی بر این مدعاست)؛ بنابراین، عمده‌ترین راهکارهای توسعه‌مدار، باید از روزه اصلاح الگوهای مصرفی جامعه، عبور کنند.

References:

- Aghayarihir, T.; Alizadehaghdam, M. B., Honarvar H. (2016). "The relationship between environmental literacy and responsible-sustainable consumption (the case of urmia citizens)", journal of environmental education and sustainable development fall 2016 , V. 5 , N. 1; page: 53-65.
- Amini K., Mojtahedi S.Y., Mosaie Fard M. (2009). "Consumption of fruits, vegetables, dairy products and meat among high school students in zanzan province", journal of school of public health and institute of public health research summer 2009 , volume 7 , number 2; page(s) 25 to 39. (Persian).
- Andersen, K. V. (2011). "Optimal Levels of Embeddedness The Contingent Value of Networked Collaboration". copenhagen business school. ISSN 0906-6934 Print ISBN: 978-87-92842-06-0 Online ISBN: 978-87-92842-07-7
- Azadarmaki, T. and Soleimanopour, Sh. (2015). "Demonstrative consumption: a study of teachers in district 4 of tehran", journal of society, culture, media, fifth year, Vol. 17, pages 11 to 30. (Persian).
- Balderjahn, I.; Buerke, A.; Kirchgeorg, M.; Mathias, P. Barbara Seegebarth, E. (2013). "Consciousness for sustainable consumption: scale development and new insights in the economic dimension of consumers", sustainability. AMS Rev , 3:181-192.
- Carrete, L.; Castaño , Reto, F., Raquel; Centeno, E.; González, E. (2012). Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility. Journal of Consumer Marketing, Publication date: 26 October 2012
- Fan, Y.; Xia, M.; Zhang, Y.; Chen, Y. (2019). "The influence of social embeddedness on organizational legitimacy and the sustainability of the globalization of the sharing economic platform: Evidence from Uber China", Resources, Conservation and Recycling, Vol. 151, December, 104 490.
- Granovetter, M. (1985). "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", American Journal of Sociology, Vol. 91, No. 3 (Nov., 1985), pp. 481-510.
- Granovetter, M. (2005). "The impact of social structure on economic outcomes", Journal of economic perspectives. Vol. 19. No.1. pp: 33-50.

Habibpourgetabi, K. and Babaei Hemmati, Z. (2014). "The relationship between religiosity and theatrical consumption of women in Tehran (case study of Tehran region 5)", quarterly journal of women and family socio-cultural council, vol. 17, N. 65, p. 37 to 67. (Persian).

Hiz, G. (2011). "A field survey on the conspicuous consumption trend in turkey (case study of mugla province)", International journal of social sciences and humanity studies, Vol 3, No 2, p: 1309-8063.

Hosseini, S. H. and Ahmadi, L. (2015). Student, media and fashion: a study of the role of domestic and foreign mass media in student fashion. Sixth national conference on hidden injuries of student biology. 4 June (Persian).

Kozer, L. (2003). Life and thought of sociological elders, translated by mohsen thalasi, scientific publications. (Persian).

López, Ramón E.; Yoon, Sang W. (2020). "Sustainable development: Structural transformation and the consumer demand", Structural Change and Economic Dynamics, Vol. 52, March 2020, Pages 22-38.

Mashhadi, A. M. (2014). "Veblen's institutionalism a challenge against methodologica and theoretical foundations of economics", Journal of economic research review spring 2014, volume 14, number 52; page(s) 87 to 122. (Persian).

Michalos, Alex C.; Creech, Heather; McDonald, Christina & Kahlke, P. M. (2011). "Knowledge, Attitudes and Behaviours. Concerning Education for Sustainable Development: Two Exploratory Studies", Social Indicators Research 100(3):391-413

Murphy, J. L. (2018). "Measuring Conspicuous Consumption", Journal of Social Science for Policy Implications December, 2018, Vol. 6, No. 2, pp. 26-33.

O'Cass, A. & Frost, H. (2002). "Status brands: examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption", journal of product & brand management, V. 11, N. 2, pp. 67-88.

O'Cass, A. & McEwen, H. (2004). "Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption", Journal of Consumer Behaviour 4(1): 25-39.

Partovi, B. (2009). "An analysis of consumers' behavior in the urban areas of zanzan province", journal of behavioral sciences fall 2009 , vol. 1, N. 1; page: 65 to 89. (Persian).

- Pasebani, A. & Motevasseli, M. (2012). "Conspicuous consumption in veblen's opinions and the saving problem", *journal of tahghighat-e-eghtesadi* spring 2012, V. 47, N. 98; page: 205-241. (Persian).
- Patsiaouras, G. and Fitchett, J. (2012). "The evolution of conspicuous consumption", *Journal of Historical Research in Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp. 154-176.
- Quoquab, F.; Jihad, M. (2016). "Sustainable Consumption: Sacrificing for the Future", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 224, 15 June 2016, Pages 599-604.
- Ramezani Baseri, A.; Mirfardi, A. (2014). "Explaining institutionalism and its tendency to development", *economic journal*, nos. 3 and 4, june and july 2014, pages 121 to 138. (Persian).
- Sala, S.; Valentina. C. (2019). "The consumer footprint: Monitoring sustainable development goal 12 with process-based life cycle assessment", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 240, 10 December 2019.
- Shabani, A. and Karimi, A. A. (2015). "A comparative study of the concept of dignity in the consumption pattern of the muslim and the theory of demonstrative consumption, islamic economics studies, spring 7 and summer 2015, no. 2 (14 consecutive). (Persian).
- Shiela, Ch.; Arminda, D., Helena A. (2019). "Generativity, sustainable development and green consumer behavior", *Journal of Cleaner Production*, Available online 13 October 2019, 118865.
- Shipman, D.; Durmus, B. (2017). "The Effect of Culture on Food Consumption; a Case of Special Religious Days in Turkey", *Journal of Food Research*, Vol. 6, No. 2.
- Wang, Zh.; Mengtianxue, Y., Malin Song, Sh., Ricardo A. Daziano, BoWang, Guanhua Ma, Ke Chen, XiangtaoLi, Bin Zh. (2019). "Big data: New tend to sustainable consumption research", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 236, 1 No. 2019, 117499.
- Yin, Jianhua & Shi, Sh. (2019). "Analysis of the mediating role of social network embeddedness on low-carbon household behaviour: Evidence from China", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 234, 10: 858-866.

The Analysis of the Effect of Demonstrative Consumption on Development-Oriented Components among Citizens with Higher Education Aged 20 to 65 in Zanjan

Fatemeh Bayat¹, Shapour Behyan (Ph.D)², Asghar Mohammadi (Ph.D)³

DOI: 10.22055/QJSD.2021.17056

Abstract:

The aim of this study was to analyze the effect of demonstrative consumption on the components of sustainable development. In a survey study in 2020, 502 citizens with higher education aged 20 to 65 in Zanjan 463865 people were selected from a statistical population by sampling multi-stage clusters. The research tool is a questionnaire (Cronbach's alpha > 0.80). Data were analyzed in SPSS and PLS statistical software at the significance level of $P < 0.05$ and error of 0.95. According to descriptive findings, demonstrative consumption status (average=111.23) and the status of development-oriented components (average=246.99) they are at an intermediate level. Results show a strong and inverse correlation between demonstrative consumption and developmental components ($r = -0.567$ & $P = 0.01$). Development in all three dimensions of awareness ($r = -0.208$ & $P = 0.01$), attitude ($r = -0.338$ & $P = 0.01$) and behavior ($r = -0.609$ & $P = 0.01$) showed the circuit. Regression analysis explained part of the variance of developmental components in society by demonstrative consumption dimensions ($R^2 = 0.403$). Findings showed an inverse correlation between socio-economic class and demonstrative consumption ($P = 0.025$) but it did not show a correlation with development-oriented components ($P = 0.775$). The measurement model and the structural model confirm the effects. Overall, the results showed the effect of demonstrative consumption pattern on developmental components. Therefore, the most important development-oriented strategies should be to reform the consumption patterns of society.

Key Concepts: *Developmental Components, Demonstrative Consumption, Socio-Economic Status*

¹ PhD Student in Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran, sfbayat@yahoo.com

² Associate Professor, Department of Sociology, Theoretical and Cultural Orientation, Islamic Azad University, Mobarakeh Branch, Mobarakeh, Iran (Corresponding Author), sbehyan@yahoo.com

³ Assistant Professor, Department of Sociology, Department of Social Issues, Iran, Islamic Azad University, Dehaghan Branch, Dehaghan, Iran, asghar.mo.de.@gmail.com

