

جامعه و محیط زیست

ترجمه‌ی:

منصور حقیقتیان

داریوش احمدیان

www.ketab.ir



نشر ترنگ



- سرشناسه: بار، استوارت، Barr, Stewart ۱۹۷۶ - م.
- عنوان و نام پدیدآور: جامعه و محیط زیست/تالیف استوارت بار؛ ترجمه‌ی منصور حقیقتیان، داریوش احمدیان؛ [به سفارش شرکت بهره برداری راه آهن شهری تهران و حومه].
- موضوعات نشر: تهران: ترنگ، ۱۳۹۵.
- موضوعات ظاهری: ۳۵۴ ص.
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۷۷۶-۵-۱
- رسمیت فهرست نویسی: فیپا
- یادداشت: عنوان اصلی: Environment and society : sustainability, policy and the citizen, c۲۰۰۸
- موضوع: /مشناس انسان
- موضوع: Family ecology
- موضوع: بوم‌شناسی اجتماعی
- موضوع: Social ecology
- موضوع: محیط زیست گرایي -- جنبه‌های اجتماعی
- موضوع: Environmentalism -- Social aspects
- موضوع: توسعه پایدار
- موضوع: Sustainable development
- شناسه افزوده: حقیقتیان، منصور، ۱۳۳۴ -، مترجم
- شناسه افزوده: احمدیان، داریوش، ۱۳۶۰ -، مترجم
- شناسه افزوده: شرکت بهره‌برداری راه آهن شهری تهران و حومه (مؤسسه)
- رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ج۲ ب/۴۴۷ GF
- رده بندی دیویی: ۳۰۴/۲
- شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۱۸۷۴





شرکت بهره‌برداري راه آهن شري تهران و حومه
مديريت ارتباطات و امور بين الملل

کتاب: جامعه زیست با همکاری شرکت بهره برداری راه آهن شهری و حومه
به چاپ رسیده است.

مجله علمی و پژوهشی

جامعه و محیط زیست

ترجمه‌ی: منصور حقیقت زاده دانش احمدیان

حروف چین و صفحه‌آرا: مرتضی موسوی

ناظر چاپ و طرح جلد: داریوش قاسمی

لیتوگرافی و چاپ: مهارت نیس

نوبت چاپ اول: ۱۳۹۵

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۷۷۶-۵-۱

نشانی: خیابان انقلاب، خیابان روانمهر، پلاک ۴۳، طبقه دوم، واحد ۴

تلفن: ۶۶۱۷۶۰۰۴ / ۰۹۱۹۹۶۴۶۲۲۴

حق چاپ محفوظ است

nashretorang@gmail.com



فهرست

پیشگفتار ۱۱

مقدمه ۱۳

فصل ۱

وراثی‌های سبز ۱۵

دیدگاه‌های انتقادی ۱۷

تراژدی مابین جایی ما؟ افراد و جامعه ۲۰

محیط‌زیست، جامعه و سیاست ۲۴

محیط‌زیست و جهان چشم‌انداز قرن بیستم ۲۵

محدودیت‌های رشد ۲۹

نقد محدودیت‌ها ۳۴

محیط‌زیست و جامعه: پایداری، سیاست و شهروندی ۳۵

فصل ۲

پایداری ۴۳

ریشه‌های سیاسی توسعه پایدار ۴۵

مسیری به سوی برانت لندن ۴۸

کمیسیون برانت لندن ۵۱

کنفرانس محیط‌زیست و توسعه سازمان ملل و دستور کار ۲۱ ۵۲

فضای بعد از ریو ۵۷

توسعه پایدار: اصول، مفاهیم و کاربردها ۵۸

مفاهیم مربوط به درک توسعه پایدار ۶۷

کاربردهای توسعه پایدار ۶۹

مدل‌های توسعه پایدار ۷۳

۷۹..... پیاده‌سازی و اجرا

۸۲..... نتیجه‌گیری

فصل ۳

۸۴..... سیاست

۸۶..... پایداری: ساختارهای تغییر

۹۱..... دیدگاه اروپایی

۹۴..... سیاست ملی برای پایداری: انگلستان

۹۶..... قواعد کلی استراتژی به صورت زیر تعیین شده‌اند:

۹۷..... مزب کار جدید: استراتژی جدید؟

۱۰۳..... یک فرصت واقعی برای تغییر؟

۱۰۴..... متعهد به پایداری: سیاست پایداری ملی فعلی

۱۱۱..... سیاست پایداری ملی: خلاصه و ارزیابی

۱۱۳..... ابعاد منطقه‌ای و محلی

۱۱۳..... پایداری منطقه‌ای

۱۱۹..... سازمان‌هایی برای توسعه پایداری محلی

۱۲۱..... واقعیت دستور کار محلی ۲۱

۱۲۳..... تأکید به دستور کار محلی ۲۱

۱۲۵..... دستور کار محلی ۲۱ و مشارکت

۱۲۴..... نتیجه‌گیری: از دولت به حاکمیت

فصل ۴

۱۲۹..... دستور کار «تغییر»

۱۳۲..... متعهدسازی شهروندان: سیاست تغییر رفتار در انگلستان

۱۳۲..... خط مشی زندگی سبز

۱۳۴..... کمک به حفظ زمین از خانه شروع می‌شود

۱۳۵..... آیا شما به اندازه توان تان کاری انجام می‌دهید؟

۱۳۶..... اقدام جمعی ۲۰۲۰- ما با هم می‌توانیم

۱۳۸..... نقد سیاست محیط‌زیستی و رویکردهای تغییر رفتار

۱۳۹..... یک رویکرد داوطلبانه و مدنی

۱۴۰.....	اقدام عقلانی و فردی
۱۴۱.....	«چهارچوب» جغرافیایی کنش محیط‌زیستی
۱۴۲.....	تردیدگرایی سیاسی
۱۴۳.....	گفتمان‌های بومی محیط‌زیست
۱۴۵.....	اثر بخشی مسئولانه و مسئولیت‌پذیری محیط‌زیستی
۱۴۷.....	جغرافیا و سیاست
۱۴۹.....	دیدگاه روان‌شناختی - اجتماعی
۱۵۱.....	نظریه‌ی کنش معقولانه و نقایص آن

فصل ۵

۱۵۳.....	ارتباط سیاست و ارزش
۱۵۷.....	پژوهش رفتار محیط‌زیستی و میراث آمریکایی
۱۶۰.....	رفتار محیط‌زیستی، جاسوس
۱۶۱.....	ذخیره‌ی انرژی
۱۶۲.....	صرفه‌جویی در آب
۱۶۳.....	بازیافت و مدیریت زباله‌ها
۱۶۴.....	مصرف سبز
۱۶۶.....	نتیجه‌گیری
۱۶۷.....	ارزش‌ها
۱۶۸.....	ابعاد ارزش اجتماعی
۱۶۹.....	ارزش‌های ارتباطی
۱۷۱.....	ارزش‌های عملکردی
۱۷۲.....	نقش ارزش‌ها
۱۷۴.....	متغیرهای موقعیتی
۱۷۸.....	نتیجه‌گیری
۱۷۹.....	متغیرهای روان‌شناختی
۱۷۹.....	نفوذ اجتماعی و هنجارهای ذهنی
۱۸۱.....	انگیزه‌ی درونی (ذاتی)
۱۸۲.....	تهدید زیست‌محیطی و شدت ادراک شده آن

۱۸۳.....	اثر پاسخ
۱۸۴.....	اثر بخشی
۱۸۵.....	مسئولیت زیست محیطی: قوانین، مسئولیت ها و اعتماد
۱۸۶.....	نگرش های ویژه رفتاری و باورهای مصرفی
۱۸۷.....	نتیجه گیری
۱۸۷.....	مفهوم سازی رفتار محیط زیستی: نیت ها و عمل ها
۱۹۱.....	بخش ۳: رویکردها

فصل ۵

۱۸۹.....	چهارچوب بندی فعالیتهای زیست محیطی
۱۹۲.....	کنش محیط زیستی در خانه و اطراف آن
۱۹۳.....	اهداف تحقیق
۱۹۳.....	رویکرد روی شناختی
۱۹۴.....	حوزه ی تحقیق
۱۹۶.....	چهارچوب نمونه گیری
۱۹۷.....	ابزار تحقیق
۱۹۸.....	سنجش رفتار
۲۰۱.....	نیت رفتاری
۲۰۳.....	ارزش های اجتماعی و زیست محیطی
۲۰۴.....	متغیرهای موقعیتی
۲۰۶.....	متغیرهای روان شناختی
۲۰۸.....	پرسش نامه ی نهایی و پیمایش
۲۰۹.....	رفتار گزارش شده
۲۱۰.....	صرفه جویی در مصرف انرژی
۲۱۳.....	حفاظت از آب
۲۱۶.....	مصرف سبز
۲۱۸.....	مدیریت ضایعات
۲۲۰.....	رفتارهای مهم
۲۲۰.....	رفتارهای پیوند دهنده: چهارچوب بندی عملکردها

۲۲۱.....	تحلیل عامل
۲۲۳.....	جمع‌آوری داده‌های پیمایش
۲۲۶.....	عملکردهای محیط‌زیستی
۲۲۸.....	عملکرد محیط‌زیستی به‌عنوان عملکرد روزانه
۲۲۹.....	نتیجه‌گیری: عملکرد محیط‌زیستی معاصر

فصل ۷

۲۳۱.....	تعریفی برای پایداری
۲۳۷.....	تقسیم‌بندی عملکردهای زیست‌محیطی
۲۳۹.....	گروه‌های سبک زندگی شماره ۱
۲۳۹.....	محیط‌زیست گرایان متعهد
۲۴۰.....	محیط‌زیست گرایان معمولی
۲۴۱.....	محیط‌زیست گرایان وفادار
۲۴۱.....	غیر محیط‌زیست گرایان
۲۴۲.....	نتیجه‌گیری
۲۴۲.....	گروه‌های سبک زندگی شماره ۲
۲۴۵.....	گروه‌های سبک زندگی شماره ۳
۲۴۸.....	گروه سبک زندگی شماره ۴
۲۴۸.....	روان‌شناسی عملکرد زیست‌محیطی
۲۵۲.....	تقسیم‌بندی روان‌شناسی عملکرد زیست‌محیطی
۲۵۵.....	از گروه‌های رفتاری به گروه‌های سبک زندگی؟
۲۵۶.....	محیط‌زیست گرایان متعهد
۲۵۶.....	محیط‌زیست گرایان معمولی
۲۵۷.....	محیط‌زیست گرایان موقعیتی
۲۵۷.....	غیر محیط‌زیست گرایان

فصل ۸

۲۵۹.....	نیات و رفتار
۲۶۲.....	تحلیل شکاف

۲۶۶	تحلیل مسیر: تبیین عملکردهای زیست محیطی
۲۷۵	تصمیم خرید
۲۸۰	رفتارهای عاداتی
۲۸۵	رفتار بازیافت
۲۸۹	نتیجه گیری: تقسیم بندی شکاف ارزش - عمل
۲۸۹	تبیین عملکردهای زیست محیطی
۲۹۱	گروه های سبک زندگی و تحلیل تبیینی

فصل ۹

۲۹۵	نظریه سیاست و بازاریابی اجتماعی
۲۹۸	روش مناسب بازاریابی اجتماعی
۳۰۱	تحلیل بحث گروهی
۳۰۳	تجربه کنش و نقش راه کانات (موضوع ۲)
۳۰۵	هزینه و راحتی
۳۰۷	برند
۳۰۹	رفتار نیت مند و رفتار واقعی
۳۱۰	آگاهی و تاثیر سیاست گذاری از راه کنترل و انگیزه
۳۱۲	نتایج تحلیل بحث های گروهی
۳۱۳	دلالت های سیاستی تحقیق
۳۱۵	دلالت های یافته های تحقیق
۳۱۵	اهمیت پذیرش اجتماعی
۳۱۶	شکاف نیت - رفتار
۳۲۰	دلالت های سیاستی: نتیجه گیری
۳۲۰	نتیجه گیری: تغییر رفتار از طریق بازاریابی اجتماعی ؟
۳۲۱	مفهوم استفاده از «کنش جمعی» برای تغییر
۳۲۱	استفاده از تکنیک های بازاریابی و برند برای بهبود تغییر
۳۲۵	منابع

پیشگفتار

این کتاب در جستجوی واکاوی یکی از پرسش‌های مهم و پیچیده آغاز قرن بیست و یکم است: تشویق به تغییر رفتار برای خلق یک «جامعه پایدار» چگونه است؟ با اتخاذ یک رویکرد انتقادی نسبت به نیروهای میان‌پایداری، سیاست و تعهد شهروندی، کتاب حاضر تاکید می‌کند که سیاست با داری بازمند تغییر مفهومی اساسی است و این امر با تغییر رویکرد منفی تغییر رفتار به رویکرد مثبت، نسبت به آن، با بهره‌گیری از تکنیک‌های شناخته شده تفکیک و بازاریابی اجتماعی صورت می‌گیرد. ممکن است چنین حمایت گسترده‌ای از سبک زندگی پایدار تنها شیوه موثر برای الزام سبز انسان به ورود به بحث محیط‌زیستی باشد. این امر از آنجا ناشی می‌شود که جامعه مصرفی نفوذ زیادی بر تمنیات و باورهای فرد دارد.

کتاب با تمرکز بر سه «دوراهی سبز» ناشی از تضادهای میان امر حفاظت و رشد، طیف‌های گسله‌ای تغییر جهانی و عمل‌گرایی شخصی و تنش بین «تیارهای» افراد، جامعه آغاز می‌شود. با استفاده از این سه دوراهی به عنوان بسترهای چهارچوب‌بندی، توسعه افلاکونی اهمیت «فرد» در مباحث پایداری از جهت توسعه مفهومی و سیاسی سیاست پایداری مشخص می‌شود. به لحاظ مفهومی، اهمیت فرد در پایداری قدر دان اهمیت رویکردهای «پایین» در حل دوراهی‌های محیط‌زیستی است در حالی که به لحاظ سیاسی، روشن است که شهروندان در برخورد با اهداف محیط‌زیستی ضروری با تغییر سبک زندگی شان، مهم است.

سپس کتاب به واکاوی بنیان‌های علمی برای بررسی «کنش محیط‌زیستی» یعنی مجموعه مغایری از واکنش‌های رفتاری از باز یافت خانگی تا «خرید سبز» حرکت می‌کند که این طیف از رفتارها از سوی سیاست‌گذاران به عنوان موثرترین شیوه‌ی کمک شهروندان به حفظ محیط‌زیست تشویق می‌شوند. این ارزیابی انتقادی جدید پژوهش حاضر را در سیاست و جغرافیا برای ترویج

تغییر رفتار را تشریح می کند و تاکید دارد که اختلافات روش شناختی و هستی شناختی میان این رویکردها باید کنار گذاشته شوند. براین اساس، این کتاب فراخوانی است برای همکاری نزدیک تر جغرافی دانان و سیاست گذاران با روان شناسان اجتماعی که پیوندهای میان نگرش های محیط زیستی و رفتار را با استفاده اصولی از روش های کمی و دیدگاهی جامع بررسی می کنند. بر اساس این رویکرد، یک چهارچوب مفهومی رفتار محیط زیستی بررسی و با استفاده از داده های گردآوری شده با دو طرح تحقیق اصلی، یک دیدگاه جدید درباره کشف و ترویج سبک زندگی پایدار مورد بحث قرار گرفت.

نسل های ۶ تا ۹ سودمندی اتخاذ یک رویکرد جامع نسبت به چهارچوب بندی، بخش بندی، تبیین و ترویج کنونی محیط زیستی از طریق داده های گردآوری شده در دو طرح تحقیق انجام شده بین سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۶ نشان داده اند. پژوهش انجام شده شاهدهی است بر این که عملکردهای محیط زیستی ادراک با عملکردهای روزانه در خانه و اطراف آن رابطه دارد و نیز یک روش مفید کشف چنین تعاملی، استفاده از بررسی سبک های زندگی مختلف است که ویژگی های رفتاری و نگرشی خاص را مورد تاکید قرار می دهد. این گروه ها را می توان به منظور بررسی نمودن نفوذ عملکردهای محیط زیستی معین و نیز با به کارگیری یک رویکرد بازاریابی اجتماعی تغییر رفتار سبک های زندگی مختلف مورد استفاده قرار داد.

براین اساس، کتاب یک دستور کار عملی و مفهومی جدید را برای کشف تعهدات شخصی به محیط زیست فراهم می کند و بر اهمیت رابطه میان محیط زیستی با رویه روزمره و لزوم داشتن سیاست موثر و هدفمند نسبت به دستور کار پژوهشی جدید تاکید می کند تا نقش بازاریابی اجتماعی در ترویج رفتار محیط زیستی و لزوم بررسی بودن ماهیت بلند مدت تغییر رفتار در لایه لای مجموعه ای از عملکردهای محیط زیستی بررسی شود.

مقدمه

طی سال‌های اخیر و به ویژه در ماه‌های منتهی به چاپ این کتاب، مسائل محیط‌زیستی برجستگی خاصی در رسانه‌ها پیدا کرده‌اند. به نظر می‌رسد که هم پیش‌بینی‌های آینده تغییر آب‌وهوا و تأثیرات بالقوه آن موجب اهمیت یافتن نقش و سهم شهروندان در کاهش اثرات تغییر جهانی آب‌وهوا شده است. البته کانس‌رسانه‌ها معطوف به ثابت ساختن تغییر است: در سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ کانون رسانه «دالهی» استفاده از خطوط هوایی کم‌هزینه بود. ما فقط می‌توانیم مشخص کنیم که مساله بنیدین است. در هر صورت، هرچه پیش آید قطعاً نقش شهروندان در تعیین آینده محیط‌زیست‌مان در دستور کار سیاسی قرار دارد.

این امور نسبتاً سریع ظاهر شده‌اند. در طی پژوهشی که بنای این کتاب است (شش سال پیش شروع شد) «موضوع کنش محیط‌زیستی» اصولاً بر مسائل محیط‌زیستی محلی مانند بازیافت متمرکز بود. در حال حاضر ما با یک گریز سیاسی جدید به طرف ترویج اعتبارات سبز احزاب سیاسی مواجهه هستیم و این رقابت سبز خواهد شد. نه فقط زمانی آزمون می‌شود که انتخاباتی سبز پیش رو باشد به عبارتی سبز شدن در راهروهای مجلس آسان است و کمتر از زمانی که آراء در جهت معکوس است.

بنابراین چشم‌انداز در نظر گرفته شده برای دستور کار سبز نوین چیست؟ یک دیدگاه این است که استدلال می‌شود اثر یک انتخابات عمومی دستور کار محیط‌زیستی را به بی‌راهه می‌کشاند چیزی که معمولاً اتفاق می‌افتد - به عبارتی این اقتصاد است، احق! همان طور که یکی از روسای جمهور آمریکا آن را بیان کرد. یا آیا ما کمی بیشتر از این وضعیت پیشرفت خواهیم کرد؟ آیا ما به حدی می‌رسیم که نقطه بدون بازگشت به سوی دستور کار محیط‌زیستی باشد؟ ممکن است این چیزی باشد که برای اولین بار در تاریخ ما اتفاق می‌افتد، جنبش محیط‌زیست

نیروی کافی برای حرکت دست کم در میان مدت ایجاد کرده است. تا حدودی، این امر به واسطه‌ی توجه رسانه‌ها به مسائل محیط‌زیستی و به ویژه گرمایش جهانی است. در هر صورت این نتیجه‌ی مسلط شدن جنبش محیط‌زیستی و افزایش سطح تخصص‌گرایی سازمان‌های سبز است.

این نکته دوم یعنی جریان اصلی (یک اصطلاح زشت اما محبوب در هیئت حاکمه انگلستان) احتمالاً رمز موفقیت برای آنهایی است که دستور کار محیط‌زیستی را دنبال می‌کنند. در صورتی که دولت واقعا متعهد به تغییر سبک زندگی مردم باشد تا آن را پایدارتر بسازد پس می‌توان با گروه‌های بیشتری از جامعه که پیشتر درباره مزایای زندگی در یک سبک زندگی سبزتر متقاعد شدند صحبت کرد. باید با اکثریت سخن گفت. اما صحبت کردن با اکثریت به معنی تغییر صحبت با زبانی متفاوت و نسبت انتقادی درباره ارزش‌ها و تمنیات مردم است. ما باید از پیام‌هایی که تاکید دارند ابزارهای سبز استاندارد پایین‌تری دارند دوری کنیم. در جامعه مصرفی، افراد به پیام‌های متقاعدکننده می‌گویند. می‌دهند که از منابع قابل اعتماد باشند. جنبش محیط‌زیستی، بازار و دولت بایستی پیامی را به دست دهند که برای جامعه مصرفی گفته می‌شوند. شواهد از پیش موجود درباره موفقیت جنبش «تجارت عادلانه» نشان می‌دهد که این هدف دست یافتنی است. با این حال، این هدف در رابطه با رفتار و دولت به معنی تغییر نیز است. بی‌اعتمادی به سیاستمداران و «تجارت بزرگ» مهم است و این نهادها می‌بایست ثابت کنند که آنها در رابطه با تغییر عملکردهایشان صادق هستند.

بنابراین پیام مثبت است. برای ترویج تغییر رفتار در میان افراد فرصت‌های واقعی وجود دارد. با این حال، تنها علوم اجتماعی تبیین‌کننده تغییر رفتار می‌بهم است اما علم تغییر محیط‌زیستی و توسعه فنی به سرعت در حال گسترش و در معرض تحول قرار گرفته است. بنابراین در حالی که «تغییر رفتار» در حال حاضر در دستور کار سیاست کوتاه مدت تا میان مدت است، بایستی بپذیریم که پیشرفت‌ها و کشف‌های جدید ممکن است استدلال‌های امروزی را به گونه‌ای تغییر دهد (در یک روز شرجی ماه جولای در سال ۲۰۰۷ در اکستر بودن) که ما پیش‌بینی نکردیم. با این حال یک چیز قطعی می‌ماند: درک رفتار انسانی مانند هر نوع بررسی محیط طبیعی چالش برانگیز و پیچیده باقی می‌ماند.