

کاهش مصرف انرژی در مدارس ابتدایی با استفاده از فرهنگ سازی در مصرف

حیدر سیدنوری^۱، ساسان شکری^۲، علی حیدری^۳، علیرضا قرشی^۴، جواد عبدالهی^۵،
قادر وظیفه دمیرچی^{۶*}

تاریخ پذیرش: ۲۰ خرداد ۱۴۰۱

تاریخ دریافت: ۲۵ فروردین ۱۴۰۱

چکیده

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است چراکه به دنبال ارزیابی فرهنگ سازی در مصرف در مدارس شهرستان پارس آباد است. با توجه به استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها، تحقیق حاضر از نوع کمی می‌باشد. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه معلمان مقطع ابتدایی بود که بر اساس جدول کرسی مورگان ۲۹۱ نفر به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. برای گردآوری داده‌های مور نیاز تحقیق از ابزار پرسشنامه محقق ساخته یا استفاده از نظر محققان داخلی و خارجی و بر اساس مبانی اسلامی است. برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق از آزمون تی تک متغیره و آزمون تی دو جامعه مستقل با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده گردیده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که کاهش مصرف انرژی در مدارس با استفاده از فرهنگ سازی در مصرف به طور مطلوب وجود دارد. همچنین بین دیدگاه معلمان زن و مرد درباره فرهنگ سازی مصرف تفاوت معنادار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ سازی، مصرف انرژی، فرهنگ، مصرف، مدارس

^۱ آموزش ابتدایی، آموزش و پرورش پارس آباد، مدرسه شهید واحدی، پارس آباد، ایران

^۲ آموزش متوسطه، آموزش و پرورش پارس آباد، دبیرستان المهدی، پارس آباد، ایران

^۳ آموزش ابتدایی، آموزش و پرورش پارس آباد، مدرسه شهدا، پارس آباد، ایران

^۴ آموزش ابتدایی، آموزش و پرورش پارس آباد، مدرسه شهدا، پارس آباد، ایران

^۵ آموزش ابتدایی، آموزش و پرورش پارس آباد، مدرسه شهدا، پارس آباد، ایران

^۶ آموزش ابتدایی، آموزش و پرورش پارس آباد، مدرسه شهدا، پارس آباد، ایران - (نویسنده مسئول) *

۱- مقدمه

مصرف؛ در لغت به معنی محل بازگشت، خرج و صرف، معمولاً «مصرف» به فتح راء تلفظ کنند که به کسر راء است و به معنی. به مصرف رساندن به کاربردن و خرج کردن می‌باشد (Avini, 1998). همچنین، مصرف در اصطلاح اقتصادی عبارت است از ارزش پولی کالاها و خدماتی که توسط افراد خریداری و تهیه می‌شود. گفتنی است از نگاه اقتصاد دانان، مهمترین عامل تعیین کننده مصرف، درآمد است. از نظر ما، باید اعتقادات و باورهای دینی و سطح فکری و فرهنگی آحاد جامعه را نیز از عوامل مهم تعیین کننده مصرف دانست (Tavanayan Fard, 1980).

معمولاً جامعه شناسان افراد را در جامعه بر پایه سه معیار ثروت، قدرت و وجهه (پرستیژ) به سه طبقه بالا، متوسط و پایین تقسیم می‌کنند. این سه معیار، الگوهای متفاوتی از مصرف‌گرایی را برای سه طبقه به بار می‌آورند. هر سه طبقه، مصرف‌گرایی بی‌رویه دارند اما به شکل‌های متفاوت. افراد طبقه بالا با داشتن ثروت، از طریق مصرف کالاهای لوکس به دنبال پرستیژ بالا هستند. اینان خدماتی را که فکرمی‌کنند قدرت و وجهه اجتماعی برایشان به ارمغان می‌آورند را هم به مقدار زیادی مصرف می‌کنند. طبقات اجتماعی بالا با پرستیژ و قدرت بالا، سعی می‌کنند با مصرف‌گرایی مفرط خود را هم طراز ثروتمندان نشان دهند. مصرف‌گرایی مفرط در واقع یک وسیله خود نشان دادن می‌شود و اعضای یک طبقه در مصرف‌گرایی مفرط با یکدیگر رقابت شدید دارند. این رقابت از نوع رقابتهای کاذب است (LahSaiizadeh, 1998).

مصرف افزون بر اینکه به عنوان هدف تولید و توزیع مطرح است، تغییرهای آن، تاثیر قابل توجهی بر دیگر متغیرهای کلان اقتصادی مانند: سطح تولید، پس انداز، اشتغال، بیکاری و تورم دارد. عامل‌های متعددی در شکل‌گیری الگوی مصرف در هر جامعه ای دخالت دارد که مهمترین آنها فرهنگ است (Mosaei, 2009).

فرهنگ بستری است که تمامی رفتارهای پایدار اجتماعی انسان در درون آن شکل می‌گیرد. منظور از بستر، محیط غیر مادی ساخته شده توسط بشر در مدتی طولانی است که شامل ارزش‌ها، باورها، آداب و رسوم و... است که توسط اکثریت جامعه پذیرفته می‌شود و مهم‌ترین ویژگی آن، پایداری و چسبندگی است. در حقیقت رفتارهای پایدار انسان نتیجه فرهنگ خاصی است که دارد. تفاوت رفتارها، نتیجه تفاوت فرهنگ‌هاست. بر این اساس، تغییر رفتارهای پایدار تنها در صورت تغییر فرهنگ ممکن است؛ بنابراین برای تغییر رفتار مصرفی جامعه باید برای عامل فرهنگ اعتبار خاصی قائل گردید (Mosaei, 2009). فرهنگ یک مفهوم گسترده‌است که شامل ارزش‌های اجتماعی و هنجارهای موجود در جوامع بشری و همچنین دانش، باورها، هنرها، قوانین، آداب و رسوم، توانایی‌ها و عادت‌های افراد گروه یا جامعه می‌شود (Tylor, 1871). بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد فرهنگ آن جامعه است اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه در بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد (Alizadeh & Fateh, 2020; Rad & Vazifeh Damirchi, 2021).

ادوارد بارنت تایلور (۱۹۱۷-۱۸۳۲) فرهنگ را، مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرامی‌گیرد تعریف می‌کند. هر منطقه از هر کشوری می‌تواند فرهنگ متفاوتی با دیگر مناطق آن کشور داشته باشد (Kroeber, 1952 & Kluckhohn).

هنگام بررسی فرهنگ باید به دو نکته توجه داشت:

نخست پهنه فرهنگی است و دیگری قدرت فرهنگ‌هاست. هر سیستم فرهنگی در یک زیستگاه طبیعی رشد می‌کند. از این رو بی‌تردید محیط بر فرهنگ تأثیر خواهد گذاشت. چنین تأثیرگذاری‌ای را پهنه فرهنگی می‌نامند.

از سویی دیگر ما دو نوع فرهنگ داریم؛ یکی فرهنگ قدرتمند است که پایه‌های استواری دارد و در نتیجه باقی می‌ماند و دیگری فرهنگی است که سست و ناتوان است و از بین می‌رود. در این میان، آن فرهنگی می‌تواند باقی بماند که نیرومند باشد. دلیل نابودی برخی فرهنگ‌ها را باید در توجیه‌نشدن عقلانی و کاربردی آن فرهنگ‌ها دانست؛ اما مسئله این‌جاست که فرهنگ‌هایی نیز وجود دارند که با آن‌که توجیه کاربردی دارند، اما در حال از بین رفتن‌اند؛ چون ریشه‌های آن‌ها بیرون کشیده نشده و نیرومندی آن بروز نیافته‌است. از سویی دیگر اگر محتوای فرهنگ‌ها سنگین و بدل به قوانینی دست و پاگیر شود، آن‌گاه خطر از بین رفتن آن افزایش می‌یابد (Behmardi, 2011).

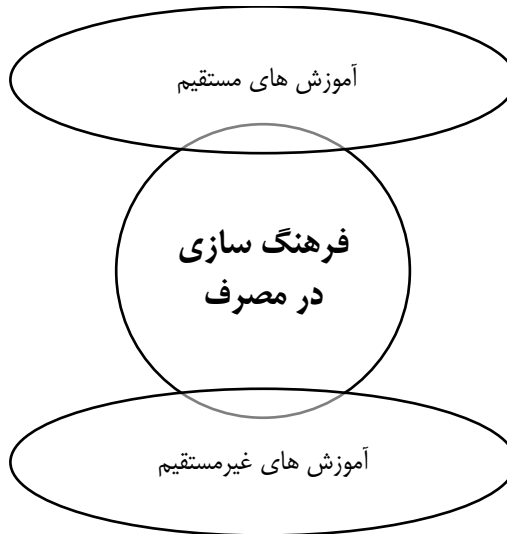
همانطور که بیان شد، انرژی یکی از مهمترین شاخص‌های اقتصادی بوده و و تامین آن از ابزارهای سیاسی دولت‌ها بشمار می‌رود. با توجه به محدودیت منابع انرژی و هزینه‌های ناشی از استخراج و بهره‌برداری، با روند رو به رشد بهای انرژی مصرفی روبرو هستیم. اکنون فرهنگ استفاده صحیح انرژی بعنوان یک اصل اساسی در کشورهای توسعه یافته مدنظر قرار گرفته و آنها با هدایت و مدیریت صحیح انرژی تا حدود زیادی به اهداف عالی خود در کنترل و تأمین به موقع انرژی دست یافته‌اند. بدون شک تمام افراد به دنبال تهیه وسایل با کیفیت مطلوب و بهینه جهت استفاده در زندگی روزمره خود بوده و تهیه چنین وسایلی خصوصا وسایل برقی با توجه به تنوع ساخت در تکنولوژی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اطمینان از ایمنی، کیفیت، بازدهی و میزان مصرف انرژی وسایل مورد نظر با توجه به خدمات ارائه شده از طرف سازندگان برای مصرف‌کنندگان ضروری و مورد لزوم است (Cheraghi, 2011).

امروزه از صرفه‌جویی در مصرف انرژی به عنوان رفتاری زیست محیطی سخن گفته می‌شود (Fazeli, 2006: 15)؛ چنان‌چه سبک زندگی خانوار در مصرف انرژی می‌تواند منعکس کننده درک خانوار از مسؤولیت‌های زیست محیطی خود و نیز نگرانی درباره منابع انرژی باشد. استفاده بی‌رویه از انرژی در منازل، استفاده از تولیدات یک‌بار مصرف، استفاده از وسایل نقلیه شخصی، استفاده از انواع آفت‌کش‌ها، دفع مواد زائد به روش غیر بهداشتی، جمع‌آوری و تفکیک نکردن زباله به منظور بازیافت و بسیاری از رفتارهای مخرب زیست محیطی دیگر همگی نتیجه رفتارهای محیطی انسان است (Salehi and Imam, 2012).

به اعتقاد جامعه‌شناسان محیط‌زیستی، مسائل زیست‌محیطی به صورت گسترده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای سنتی یک جامعه معین ریشه دارند شکل‌دهنده رفتار انسان نسبت به محیط‌زیست هستند و در مجموع می‌توان از آن‌ها با عنوان «فرهنگ زیست‌محیطی» نام برد (Akbari et al., 2016).

۲- چارچوب نظری و فرضیه‌های تحقیق

متغیر کاهش مصرف انرژی در مدارس با استفاده از فرهنگ سازی در مصرف در تحقیق حاضر بر اساس متون و مبانی داخلی و خارجی و مبانی اسلامی بر اساس نوبخت و قدیمی (۱۳۹۲) با دو بعد آموزش‌های مستقیم و آموزش‌های غیرمستقیم مورد استفاده قرار گرفته است. در شکل شماره (۱) مدل مفهومی فرهنگ سازی در مصرف ارایه شده است.



شکل شماره (۱): مدل مفهومی فرهنگ سازی در مصرف

بر اساس مدل مفهومی فوق فرضیه‌های تحقیق به صورت زیر بیان شده است.
فرضیه یک: آموزش‌های مستقیم و غیر مستقیم در فرهنگ سازی مصرف برای کاهش مصرف انرژی به طور مطلوب وجود دارد.
فرضیه دوم: تفاوت معنی داری بین درک از فرهنگ سازی مصرف در بین معلمان مقطع ابتدایی شهرستان پارس آباد وجود دارد.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است چراکه به دنبال ارزیابی فرهنگ سازی در مصرف در مدارس شهرستان پارس آباد است. با توجه به استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها، تحقیق حاضر از نوع کمی می‌باشد. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل کلیه معلمان مقطع ابتدایی در سال ۱۴۰۱ می‌باشد که تعداد آن‌ها حدود ۱۲۰۰ نفر گزارش شده است. بر اساس جدول کرسی مورگان (۲۹۱) نفر به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند.

روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از ابزار پرسشنامه محقق ساخته یا استفاده از نظر محققان داخلی و خارجی و بر اساس مبانی اسلامی است که مجموعاً ۲۱ سوال می‌باشد.

در این تحقیق به‌منظور تعیین روایی از روایی صوری و برای تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که عدد به دست آمده ۰/۹۲ می‌باشد. این اعداد نشان دهنده آن است که پرسشنامه‌های مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نمونه‌ها هم از روش‌های آمار توصیفی و هم از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش توصیفی از؛ درصد و درصد تجمعی و در بخش استنباطی از آزمون تی تک متغیره و آزمون تی دو جامعه مستقل با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده گردیده است.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- یافته‌های توصیفی

بر اساس نتایج حاصل شده از آمار توصیفی پژوهش، بیشترین فراوانی معادل ۶۲ درصد مربوط به گروه مردان و کمترین فراوانی معادل ۳۸ درصد مربوط به گروه زنان، بیشترین فراوانی معادل ۶۷ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی کارشناسی و کمترین فراوانی معادل ۳۳ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی کارشناسی ارشد و بالاتر از آن می‌باشد؛ به طور کلی، ۱۰۰ درصد از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی می‌باشد که به نوع خود حائز اهمیت است و بیشترین فراوانی معادل ۴۸ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری ۱۶ تا ۲۰ سال و کمترین فراوانی معادل ۱۱ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری پایین‌تر از ۵ سال و ۱۱ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری بیشتر از ۲۵ سال می‌باشد.

۴-۲- یافته‌های استنباطی

در این قسمت فرضیات تحقیق مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل آماری در این قسمت انجام گرفته است. در این قسمت نتایج تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در نمونه به کل جامعه تعمیم داده می شود. در این قسمت سؤالات تحقیق با استفاده از آزمون آماری t تک نمونه ای و دو نمونه ای مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. لازم به ذکر است که در بررسی سؤالات با استفاده از آزمون t تک گروهی مبنای مطلوبیت وضعیت متغیرها بالا بودن میانگین تجربی از میانگین نظری و واقع شدن میزان t به دست آمده در سطح معناداری می باشد. شرط معناداری مقدار t محاسبه شده در آزمون های دو دامنه؛ بزرگتر بودن از مقدار بحرانی t (۱/۹۶) می باشد. با توجه به طیف بندی ارایه شده در پرسشنامه مورد مطالعه (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) و نمره گذاری گزینه ها از کاملاً مخالفم با عدد ۱ و کاملاً موافقم با عدد ۵؛ مبنای تعیین میانگین نظری ۶۰٪ بیشترین نمره ممکن برای هر گویه در نظر گرفته شده است. به این ترتیب با توجه به اینکه حداکثر نمره فرض شده برای گزینه یک گویه عدد ۵ می باشد، بنابراین ۶۰ درصد ۵ که همان عدد ۳ می باشد؛ به عنوان میانگین نظری هر گویه در نظر گرفته شده است.

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضها و تجزیه و تحلیل آنها لازم است تا از وضعیت نرمال بودن متغیرها اطلاع حاصل شود تا براساس نرمال بودن یا نبودن متغیرها از آزمونهای پارامتریک یا ناپارامتریک استفاده شود. استفاده از آزمون های آماری ناپارامتریک به هیچ پیش فرض های مشخصی نیاز ندارد، ولی آزمون های پارامتریک به پیش فرض های مشخصی نیاز دارند و در صورتی که این پیش فرض ها محقق نشوند نمی توان آنها را بکار برد. یکی از مهمترین پیش فرض های آزمون پارامتریک، نرمال بودن توزیع داده های متغیر می باشد.

آزمون های پارامتریک عموماً بر میانگین و انحراف معیار بنیان گذارده شده اند و در حالتی که توزیع داده ها نرمال نباشد، این شاخص ها نمایی واقعی از وضعیت داده ها را به تصویر نمی کشند. برای بررسی نرمال بودن توزیع داده های متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. در آزمون کولموگروف - اسمیرنوف فرض صفر نرمال بودن توزیع داده ها با فرض مقابل غیر نرمال بودن داده ها آزمون می شود. در صورتی که سطح معنی داری بیشتر از مقدار خطای آزمون باشد فرض نرمال بودن داده ها پذیرفته می شود.

نتایج آزمون «کولموگروف-اسمیرنوف» در بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج آزمون «کولموگروف-اسمیرنوف» در بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیر	Sig (سطح معنی داری)	α (مقدار خطا)	نتیجه آزمون
آموزش های مستقیم	۰/۰۸۷	۰.۰۵	توزیع داده ها نرمال است
آموزش های غیر مستقیم	۰/۳۱۲	۰.۰۵	توزیع داده ها نرمال است

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون کولموگروف - اسمیرنوف بزرگتر از مقدار خطای ۰.۰۵ است بنابراین آزمون نرمال بودن برای متغیرهای مورد آزمون در سطح ۰.۰۵ معنی دار نیست. بنابراین می توان نتیجه گرفت که داده های مورد بررسی از شرایط نرمال بودن برخوردار هستند و شرایط برای استفاده از آزمون های «پارامتریک» آماده است، و از میانگین به عنوان شاخص مرکزی در تصمیم گیری های آماری می توان استفاده نمود. در نتیجه می توان برای آزمون فرضیات از آزمون تی استودنت تک نمونه ای و دو نمونه ای می توان استفاده نمود.

فرضیه یک: آموزش های مستقیم و غیر مستقیم در فرهنگ سازی مصرف برای کاهش مصرف انرژی به طور مطلوب وجود دارد.

جدول (۲): شاخص های آمار توصیفی تمامی مولفه ها

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد
آموزش های مستقیم	۲۹۱	۴.۴۱	۰.۷۳۲۷۱	۰.۱۴۱۰۱
آموزش های غیر مستقیم	۲۹۱	۴.۳۷	۰.۸۱۶۳۶	۰.۱۵۷۱۱

جدول (۳): آزمون t تک نمونه ای برای مقایسه میانگین نمونه و میانگین جامعه تمام مولفه ها

متغیر	مقدار مورد آزمون = ۳				
	t	درجه آزادی	معناداری (دو دامنه)	میانگین	تفاوت از میانگین
آموزش های مستقیم	۹.۹۸۱	۲۹۰	۰.۰۰۰	۱.۴۲	فاصله اطمینان ۰.۹۵٪
آموزش های غیر مستقیم	۸.۷۲۲	۲۹۰	۰.۰۰۰	۱.۳۷	تفاوت از میانگین کمینه بیشینه

چون t محاسبه شده برای متغیر آموزش های مستقیم (۹.۹۸۱) آموزش های غیر مستقیم (۸.۷۲۲) با درجه آزادی ۲۹۰ برای آزمونهای دو دامنه در سطح ۰.۰۵ بزرگتر از مقدار بحرانی t (۱.۹۶) بوده و همچنین سطح معنی داری کمتر از ۰.۰۵ می باشد، بنابراین فرض صفر در این آزمون مبنی بر عدم تفاوت بین میانگین نمونه و میانگین جامعه (نظری) رد و با اطمینان ۰.۹۵٪ و بر اساس داده های مشاهده شده می توان گفت که میانگین نمونه با میانگین جامعه تفاوت معناداری دارد. و چون میانگین نمونه بزرگتر از میانگین نظری است، در نتیجه از دیدگاه معلمان به میزان بالا دارای اهمیت است. لذا می توان گفت، کاهش مصرف انرژی در مدارس با استفاده از فرهنگ سازی در مصرف به طور مطلوب وجود دارد.

فرضیه دوم: تفاوت معنی داری بین درک از فرهنگ سازی مصرف در بین معلمان مقطع ابتدایی شهرستان پارس آباد وجود دارد.

جدول (۵): شاخص های آمار توصیفی متغیر فرهنگ سازی مصرف به تفکیک جنسیت

متغیر	سمت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد
فرهنگ سازی	مرد	۱۸۰	۴.۱۴	۰.۷۵۹۸۶	۰.۱۷۴۳۲
مصرف	زن	۱۱۱	۴.۷۸	۰.۲۰۸۴۸	۰.۰۷۳۷۱

در جدول ۵، شاخص های آمار توصیفی متغیر فرهنگ سازی مصرف از دیدگاه معلمان زن و مرد ارائه شده است. بر اساس اطلاعات جدول مشاهده می شود که از دیدگاه تعداد ۱۸۰ مرد پاسخگو، فرهنگ سازی مصرف دارای مقدار میانگین ۴.۱۴ با انحراف استاندارد ۰.۷۵۹۸۶ بوده و از دیدگاه تعداد ۱۱۱ زن پاسخگو، فرهنگ سازی مصرف دارای مقدار میانگین ۴.۷۸ با انحراف استاندارد ۰.۲۰۸۴۸ می باشد.

جدول (۶): آزمون t دو نمونه‌ای برای مقایسه میانگین متغیر فرهنگ سازی مصرف از دیدگاه معلمان

زن و مرد

متغیر	فرض یکنواختی واریانس ها	آزمون لوین برای برابری واریانس ها	مقادیر آزمون t دو نمونه ای مقایسه میانگین ها	F	سطح معنادار	t	درجه آزادی	سطح معناداری (دو دامنه)	تفاوت از میانگین خطای استاندارد	تفاوت فاصله اطمینان ۹۵٪
فرهنگ سازی مصرف	با فرض برابری واریانس ها	۰.۰۰۷	۲.۳۱۱	۸.۷۲	۰.۰۰۷	۲.۳۱۱	۲۸۸	۰.۰۲۹	۰.۶۳۷۰	۱.۲۰۴۸
	بدون فرض برابری واریانس ها	۸	۳.۳۶۶	۸	۰.۰۰۳	۳.۳۶۶	۲۸۰	۰.۰۰۳	۰.۶۳۷۰	-
									۰.۲۴۵۶	۰.۲۴۵۶
									۰.۲۴۵۶	۰.۲۴۵۶

آزمون t دو نمونه‌ای برای مقایسه میانگین فرهنگ سازی مصرف در بین معلمان زن و مرد در جدول شماره ۶ نشان داده شده است. مقادیر و اطلاعات آزمون در دو حالت با فرض برابری واریانس ها و بدون فرض برابری واریانس ها ارائه شده است. در این آزمون سطح معنی داری آزمون لوین برابر با ۰.۰۰۷ می باشد که از ۰.۰۵ کمتر بوده و فرض یکنواختی واریانس ها پذیرفته می شود. بنابراین مقدار t محاسبه شده با فرض برابری واریانس ها مناسب است.

چون t محاسبه شده با فرض برابری واریانس ها (۲.۳۱۱) برای فرهنگ سازی مصرف با درجه آزادی ۲۸۸ برای آزمونهای دو دامنه در سطح ۰.۰۵ بیشتر از قدر مطلق مقدار بحرانی t (۱.۹۶) بوده و همچنین سطح معنی داری کمتر از ۰.۰۵ می باشد، بنابراین فرض صفر در این آزمون مبنی بر عدم تفاوت بین دیدگاه معلمان زن و مرد درباره فرهنگ سازی مصرف رد شده و با اطمینان ۹۵٪ و بر اساس داده های

مشاهده شده می توان گفت که بین دیدگاه معلمان زن و مرد درباره فرهنگ سازی مصرف تفاوت معنادار وجود دارد.

۳.۲.۳.۱. فرضیه دوم

بر اساس نتایج حاصل شده از آمار توصیفی پژوهش، بیشترین فراوانی معادل ۶۲ درصد مربوط به گروه مردان و کمترین فراوانی معادل ۳۸ درصد مربوط به گروه زنان، بیشترین فراوانی معادل ۶۷ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی کارشناسی و کمترین فراوانی معادل ۳۳ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی کارشناسی ارشد و بالاتر از آن می باشد؛ به طور کلی، ۱۰۰ درصد از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی می باشد که به نوع خود حائز اهمیت است و بیشترین فراوانی معادل ۴۸ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری ۱۶ تا ۲۰ سال و کمترین فراوانی معادل ۱۱ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری پایین تر از ۵ سال و ۱۱ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری بیشتر از ۲۵ سال می باشد.

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده های متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. بر اساس نتایج به دست آمده با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون کولموگروف - اسمیرنوف بزرگتر از مقدار خطای ۰.۰۵ است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که داده های مورد بررسی از شرایط نرمال بودن برخوردار هستند و شرایط برای استفاده از آزمون های «پارامتریک» آماده است، و از میانگین به عنوان شاخص مرکزی در تصمیم گیری های آماری می توان استفاده نمود. در نتیجه می توان برای آزمون فرضیات از آزمون تی استودنت تک نمونه ای و دو نمونه ای می توان استفاده نمود.

بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه اول مقدار تی محاسبه شده برای مولفه های فرهنگ سازی در مصرف با درجه آزادی ۲۹۰ برای آزمونهای دودامنه در سطح ۰.۰۵ بزرگتر از مقدار بحرانی تی (۱.۹۶) بوده و همچنین سطح معنی داری کمتر از ۰.۰۵ می باشد، بنابراین از دیدگاه معلمان متغیر به میزان بالا دارای اهمیت است. لذا می توان گفت، کاهش مصرف انرژی در مدارس با استفاده از فرهنگ سازی در مصرف به طور مطلوب وجود دارد.

بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه دوم از دیدگاه تعداد ۱۸۰ مرد پاسخگو، فرهنگ سازی مصرف دارای مقدار میانگین ۴.۱۴ با انحراف استاندارد ۰.۷۵۹۸۶ بوده و از دیدگاه تعداد ۱۱۱ زن پاسخگو، فرهنگ سازی مصرف دارای مقدار میانگین ۴.۷۸ با انحراف استاندارد ۰.۲۰۸۴۸ می باشد. چون t محاسبه شده با فرض برابری واریانس ها (۲.۳۱۱) برای فرهنگ سازی مصرف با درجه آزادی ۲۸۸ برای آزمونهای دو دامنه در سطح ۰.۰۵ بیشتر از قدر مطلق مقدار بحرانی t (۱.۹۶) بوده و همچنین سطح معنی داری کمتر از ۰.۰۵ می باشد، بنابراین فرض صفر در این آزمون مبنی بر عدم تفاوت بین دیدگاه معلمان زن و مرد درباره فرهنگ سازی مصرف رد شده و با اطمینان ۹۵٪ و بر اساس داده های مشاهده شده می توان گفت که بین دیدگاه معلمان زن و مرد درباره فرهنگ سازی مصرف تفاوت معنادار وجود دارد.

یافته های تحقیق نوبخت و تقدیمی (۱۳۹۲) بیان می کند که مدیران آموزش های مستقیم را موثر ارزیابی می کنند و دبیران تاثیرش را کمتر می دانند. تفاوت معنی دار است، معلمان و مدیران اثر آموزش های

غیرمستقیم را همانند هم ارزیابی می کنند، توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش های مستقیم به تفکیک میزان تحصیلات تفاوت معناداری با هم ندارند و توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش های مستقیم به تفکیک سابقه کاری (تجربه) تفاوت معناداری هست. نتیجه گیری: برای الگوی مصرف، با رعایت معیارها می توان مصرف دانش آموزان مدارس را اصلاح کرد زیرا در ارتباط با خانواده و جامعه هستند در نتیجه با رعایت معیارهای زیر به اصلاح الگوی مصرف در سطح کل جامعه تاثیرگذار خواهد بود و به اعتدال و میانه روی نزدیک شد. آموزش های غیرمستقیم نسبت به آموزش های مستقیم اثربخش تر هستند بنابراین با قاطعیت می توان گفت آموزش از طریق فرهنگ سازی به عبارت دیگر آموزش های فرهنگی و آموزش غیرمستقیم مهم تر و غنی ترین منبع در آموزش محسوب می شود. یافته های این تحقیق با یافت های آنها سنخیت و مشابهت دارد.

لذا با توجه به یافته های تحقیق پیشنهاد می شود:

- ایجاد شرایط تحصیل هم با همت خود معلمان هم همکاری مدرسه.
- تجدید نظر در برنامه های آموزشی معلمان تا به درجه کمال دست یابند و اندیشه و خیال را نسبت به محیط های آموزشی گسترش دهند.
- امکان استقرار واحد های الگوی مصرف جهت نظارت بر تغییر و تحول روشهای آموزشی معلمان در جهت نزدیک کردن اهداف آموزشی و دانش آموزان.

References

- Akbari, N., Talebi, H., Jalaei, A., 2016. Investigating the social and cultural factors affecting household energy consumption after the implementation of the law on targeted subsidies (Case study: Isfahan). *Applied Sociology*, 27 (4), 1-26. [In Persian]
- Alizadeh A., Fateh P., (2020). A comparative study of the relationship between national culture and Islamic work ethic among private and public banks in Parsabad, *Scientific Journal of Cultural Leadership Studies*, 1(1), 17-28. [In Persian]
- Avini, S. M., 1998. *Fundamentals of Development and Western Civilization*, Nashrsaghi, Ch III, September. . [In Persian]
- Behmardi A., 2011, *The roots of the word culture in the Middle Ages*, Specialized meeting of Jamshid Jamasian Cultural and Artistic Institute, Iran Book News, www.ibna.ir. [In Persian]
- Cheraghi, M. H., 2011, *The Impact of Culture and Public Information and the Role of Management in Optimizing Energy Consumption*, The First Conference and Exhibition of Energy Management in the Oil and Energy Industries, Tehran . [In Persian]
- Fazeli, M .; Hat, M .; Salehabadi, A. And leadership, Z. ,2016, *A Comparative Study of the Impact of Different Energy Information Methods on Motivating Electricity Consumers to Saving*, First

- Report: Theoretical and Methodological Foundations, Tehran: Niroot Research Institute. . [In Persian]
- Kroeber A.L. and C. Kluckhohn (1952). Culture: a critical review of concepts and definitions
- Lahsaiizadeh A., 1998, Social Inequality and Stratification. Shiraz: Shiraz University Press. . [In Persian]
- Mosaei, M., 2009, The role of culture on consumption patterns, Islamic Economics Research Quarterly, Vol. 34, pp. 125-150. . [In Persian]
- Rad S.E., Vazifeh Demirchi Q., (2021). Investigating the differences between the current and desired situation of factors affecting the reading culture in cyberspace, Scientific Journal of Cultural Leadership Studies, 3(2), 27-45. [In Persian]
- Salehi, p. And Imam Qoli, L., 2012, Experimental study of the relationship between environmental awareness and behaviors (study of urban and rural areas of Sanandaj)", Social Issues of Iran, Vol. 1, pp. 121-147. . [In Persian]
- Tavanayan Fard, H., 1980. Theories: Distribution in Islam, Consumption in Islam, Nashr-e-Qast, Bija, December. . [In Persian]
- Tylor, Edward. (1871). Primitive Culture. Vol 1. New York: J.P. Putnam's Son

Reducing energy consumption in primary schools by using a culture of consumption

Haidar Seyed Nouri, Sasan Shokri, Ali Heidari, Alireza Ghorashi, Javad Abdollahi, Qader Vazifeh Demirchi

Abstract

The present study is applied in terms of purpose because it seeks to evaluate the culture of consumption in schools in Parsabad. Due to the use of a researcher-made questionnaire to collect data, the present study is a quantitative one. In terms of data collection, the present study is a descriptive correlational description. The statistical population included all primary school teachers, which according to Chrissy Morgan's table, 291 people were considered as a statistical sample. Simple random sampling method was used for sampling. To collect Moore Dunya data, the research tool is a researcher-made questionnaire or used by domestic and foreign researchers based on Islamic principles. To analyze the research hypotheses, univariate t-test and independent t-test of two populations were used using SPSS software. Findings showed that there is a reduction in energy consumption in schools by using a culture of consumption in a favorable way. There is also a significant difference between the views of male and female teachers about the culture of consumption.

Keywords: culture building, energy consumption, culture, consumption, schools