

# פרויקט קיימות עירונית

חוות דעת מומחה בנושא:

## היבטים פסיכולוגיים של צריכה ושל צריכה מקיימת

ד"ר קרן מינץ<sup>1</sup>

מרץ 2016

---

<sup>1</sup> פוסט דוקטורנטית, עמיתת מחקר, החוג לפסיכולוגיה אוניברסיטת חיפה  
[kmintz@campus.haifa.ac.il](mailto:kmintz@campus.haifa.ac.il)

## מבוא

להחלטות צרכניות רבות שאנו מקבלים בחיי היום יום יש השפעה על הסביבה ועל משאבי הטבע. מה לקנות, איפה לקנות, כמה לקנות, וגם – איך להגיע לעבודה ומה לאכול. להחלטות אלו ורבות אחרות יש השפעה ישירה או עקיפה על הסביבה. בשנים האחרונות גוברת ההבנה שיצירת שינוי בכמות ובאופן הצריכה של אנשים היא תנאי הכרחי לקידום של עולם בר קיימא.

מהם הגורמים המשפיעים על התנהגויות והחלטות צרכניות? מדוע אנשים מסויימים צורכים יותר מאחרים? מה מסביר הבדלים בין חברות שונות בתחום זה? וכיצד ניתן לקדם אורחות חיים מקיימים? בשאלות אלו עוסקת סקירה זו. הסקירה תיפתח בהצגת המושג התנהגות צרכנית והרעיון של צריכה בת קיימא. בהמשך יוצגו גורמים מרכזיים המשפיעים על החלטות צרכניות והאופן בו צריכה ואורח חיים צרכני משפיעים על תחושת הרווחה הנפשית. בהמשך לכך ולסיכום הסקירה יוצגו מספר הצעות ליצירת שינוי במסגרת מדיניות עירונית, המבוססות על הידע המצטבר לגבי גורמים לצריכה.

### 1. צריכה, משאבי טבע, וצריכה בת קיימא (Sustainable Consumption)

התנהגות צרכנית מוגדרת ככל פעולה הקשורה לרכישה, חיפוש, שימוש והערכה של מוצרים או שירותים שמצופים לענות על צרכיו של האדם. שדה המחקר בתחום זה עוסק בשאלות כגון- איך מקבלים אנשים החלטות לגבי מה לקנות, באיזו תדירות וכמה, ומדוע להעדיף מוצר מסויים על אחר (Schiffman, Kanuk, & Hansen, 2008). המונח "צריכה" מתייחס למגוון רחב של מוצרים ושירותים: מוצרים מוחשיים, כגון בגדים, מזון, ומוצרי חשמל לבית; שירותים, כגון תחבורה, חינוך, אספקת חשמל ושירותי טלויזיה, וכן שירותים שונים מבעלי מקצוע שונים. לפיכך, ניתן לומר שהחלטות כאלו או אחרות בנושאי צריכה קיימות אצל כל אדם (Schiffman et al., 2008).

מה בין צריכה לבין משאבי טבע וסביבה? לכל פעולה של צריכה יש השפעה על משאבי הטבע. ההשפעה יכולה לנבוע הן מתהליכי הייצור בהם נעשה שימוש במשאבי טבע מתחדשים או מתכלים, והן מתהליכי האריזה, השיווק והשינוע שמשלעצמם הינם בעלי השפעה גדולה על משאבי הטבע, שמתעצמת ככל שהמוצר מגיע ממקומות רחוקים יותר. בהצטברות סך הצריכה של סך האנשים מתקבל כי הצריכה הנוכחית בעולם המודרני היא בעלת השפעה בלתי הפיכה על הסביבה הטבעית ועל משאבי הטבע (Jackson, 2005a). לאור הקשרים הללו בין צריכה חומרית למצב משאבי כדור הארץ, מתחווה בשנים האחרונות ההבנה אודות חשיבות מציאת דרכי צריכה אחרות- צריכה בת קיימא. בהתאם להגדרה של פיתוח בר קיימא כפיתוח המאפשר מתן מענה לצורכי הדור הנוכחי מבלי להתפשר על יכולת הדורות הבאים לספק את צורכיהם (WCED, 1987), צריכה בת קיימא מוגדרת כצריכה אשר עונה על צורכי הדור הנוכחי מבלי לפגוע ביכולת הדורות הבאים לספק את צורכיהם (Thøgersen, 2005). ואולם, כפי שהמושג פיתוח בר קיימא זוכה לפרשנויות רבות וגם לביקורת לגבי העמימות שלו, המשאירה מקום לפרשנויות, כך גם המושג צריכה בת קיימא: יש המתמקדים בצריכה של מוצרים שבתהליכי הייצור שלהם נעשה מאמץ להפחית את זיהום האוויר והמים ולהשתמש בחומרים משומשים או ממוחזרים, יש המתמקדים בהפחתת הצריכה, ויש המתמקדים ביצירת שינוי בנורמות ובערכים המובילים

לצורה המוגברת (Jackson, 2005b). צריכה בת קיימא נחשבת למושג כללי המקבץ יחד מספר נושאים, כגון: צרכים, איכות חיים, שימוש יעיל במשאבים וצדק חברתי, ומקובל כיום להגדירה בעיקר במונחים שלא מדגישים בהכרח הפחתה בצריכה, אלא שינוי באופני הצריכה, תוך שיפור איכות החיים (שרצקי, 2010). בתוך כך, צריכה בת קיימא כוללת בתוכה מגוון אפשרי של התנהגויות והרגלים כגון: אימוץ דפוסי רכישה חדשים, שיפור איכות החיים לא כתלות ברמת הצריכה אלא בדגש על שירותים פנאי ובילוי, ועידוד מעבר לדפוסי צריכה של סחורות ושירותים חסכוניים באנרגיה (שרצקי, 2010).

## 2. תהליכים פסיכולוגיים וחברתיים הקשורים לצריכה ולצריכה מקיימת

לצריכה תפקידים רבים בחברה המודרנית, ובכללם סיפוק צרכים של מזון, דיור, תחבורה, בילוי, ועוד. ואולם, לצריכה תפקידים נוספים, תרבותיים ופסיכולוגיים שהם מעבר לצרכים הפיסיים הבסיסיים, ובתוך כך: עיצוב זהות, השתייכות חברתית, נורמות חברתיות, ומענה על צרכים פסיכולוגיים שונים (Jackson, 2005b). להלן יתוארו הגורמים העיקריים המובילים, במודע או שלא במודע, להחלטות והתנהגויות צרכניות, וכן להתנהגויות של צריכה בת קיימא. הגורמים שלהלן מתמקדים בעיקר בהיבטים פסיכולוגיים, אשר נמצאים במוקד הסקירה. מובן שהספרות במדעי החברה סוקרת גם גורמים אחרים לצריכה בעולם המודרני - היסטוריים, כלכליים, תרבותיים ומדיניים, שחשוב לדון בהם בהקשר של צריכה, אך הם מעבר לתחומה של הסקירה הנוכחית.

### 2.1 חומרניות וגורמיה

חומרניות מוגדרת כאמונה שמה שחשוב בחיים זה הצלחה כלכלית, והחזקה ברכוש. בנוסף, לאנשים בעלי גישה חומרנית חשוב להיות בעלי מעמד חברתי גבוה ולקבל הכרה חברתית מאנשים אחרים, והם מודדים הצלחה אישית – הן של עצמם והן של אחרים - במונחים של הצלחה כלכלית (Kasser, 2002). החומרנות מוצגת כסוג של ערך. השימוש במושג ערך מכוון לכך שאדם מעריך את אותו הדבר כבעל חשיבות יחסית גבוהה עבורו. אנשים שערך החומרנות מרכזי אצלם מחשיבים את החומרנות כדבר חשוב יותר מדברים אחרים (Kasser, 2002).<sup>2</sup> מה מוביל לכך שהנטייה לחומרנות של אדם אחד גבוהה מזו של אחר? הספרות מציגה מספר הסברים אפשריים:

#### גורמים משפחתיים:

משפחה היא, כידוע, אחד המקורות המרכזיים המשפיעים על עיצוב אישיותו של האדם, עולמו הרגשי ועולם הערכים שלו. בהקשר של פיתוח ערכים חומרניים המשפחה משפיעה על האדם באמצעות שני מסלולים עיקריים: סוציאליזציה והשפעות רגשיות. תהליכים של סוציאליזציה, חיקוי ולימוד מתרחשים לאורך כל תקופת הילדות וגם לאחר מכן. הילד רואה את דרכי ההתנהגות של הוריו, לומד מהם מה מקובל ומה רצוי ומפנים את עולם הערכים שהם משקפים. ילד שחי בחברה בה ההורים עצמם מדגישים את החשיבות של כסף ושל רכישת חפצים ורואים בהם מדד להצלחה אישית ילמד מהם את אופן הראיה הזה של העולם. הלמידה הזו יכולה להתרחש לא רק באמצעות חיקוי אלא גם באמצעות חיזוקים: דמיינו למשל אדם שהוריו המחזיקים בערכים חומרניים, מעריכים במיוחד הצלחות כלכליות (על פני הצלחות מסוגים אחרים) ורואים ברכישה של מוצרים רבים ויקרים מדד להצלחה אישית. אדם זה ישאף להצליח בתחומים אלו מתוך הבנה (מודעת או לא) שהדבר יזכה אותו בהערכה של בני משפחתו.

<sup>2</sup> התפיסה של חומרנות כערך תשמש אותנו בהמשך הסקירה בעת הדיון על דרכי התמודדות והצעות ליצירת שינוי

ההיבט הרגשי בו המשפחה משפיעה על פיתוח ערכים חומרניים קשור למסגרת התיאורטית ההומניסטית העוסקת בצרכים פסיכולוגיים (שתורחב בהמשך הסקירה): אחד הצרכים הפסיכולוגיים הבסיסיים המוצעים על פי גישה זו הוא הצורך בביטחון – פיסי, כלכלי, ורגשי. על פי קייזר (2002), אנשים החשים בתקופת ילדותם חוסר ביטחון מסוג כלשהו הם בעלי נטייה גבוהה יותר לפתח ערכים חומרניים, כאמצעי לפיצוי והרגעה. דוגמה אופיינית לכך היא אותם אנשים שבילדותם סבלו ממחסור כלכלי משמעותי ובבגרותם פועלים באופן מתמיד להשגת ממון ורכוש, גם הרבה אחרי שהשיגו את הרווחה הכלכלית הבסיסית הנדרשת לצורך חיי רווחה (אפשר לחשוב על מספר דוגמאות שכאלו גם בחברה הישראלית). חומרנות, בהתאם לגישה זו, יכולה גם לנבוע מחוסר ביטחון על רקע מלחמות, ומשברים בתוך הבית, כגון גירושין. חוסר ביטחון שכזה יכול גם להיות במצבים בהם אף אחד מאלו לא קיים, אך משהו בסגנון ההורי ובקשר הרגשי בין ההורה לילד מייצר אצלו תחושת חוסר ביטחון (Kasser, 2002). הקשר בין חוסר ביטחון בילדות כגון גירושי הורים, עוני, תקופת משבר כלכלית או הורות שאינה אופטימלית לבין נטייה לערכים חומרניים בהמשך החיים הוכח במספר רב של מחקרים (Kasser, 2002; Twenge & Kasser, 2013).

#### גורמים חברתיים ותרבותיים

הקשר בין ערכים ברמה האישית לבין ערכים ברמת החברה והתרבות הוא מוכר וידוע. הערכים האישיים שמחזיק אדם מעוצבים על ידי התרבות בה הוא חי, באמצעות מגוון של דרכים, כגון: נורמות חברתיות, חוקים, ומערכות סוציאליזציה, ולפיכך, הערכים של כל אדם הם תוצר של אינטראקציה בין התרבות בה הוא חי לבין התנסויות אישיות (Schwartz, 2006). במקביל, מאחר שחברה מורכבת מסך האנשים החברים בה, ככל שבחברה מסויימת יש יותר אנשים בעלי מערכת ערכים מסויימת, כך ערכים אלו יהיו הדומיננטיים בה ברמת המקרו (Kasser, 2002). עקרונות אלו נכונים גם בהקשר של צריכה וחומרנות: ככל שחברה היא צרכנית יותר, כך מספר רב יותר של חברים בה הוא בעל ערכים חומרניים, ולהיפך.

בהתבוננות בהיבט החברתי, נהוג לראות את המדינות המפותחות בעולם כחברות צרכניות, בהן שלטת תרבות הצריכה. המושג 'חברה צרכנית' מתייחס לחברה שבה הצריכה היא באופן משמעותי מעל הרמה הבסיסית הנדרשת לכדי קיום והישרדות, מוצרים מתקבלים באמצעות קנייה ולא באמצעות ייצור עצמי, צריכה נתפסת כפעילות מקובלת חברתית, ואנשים נוטים לשפוט את עצמם ואת אחרים על פי סגנון החיים הצרכני שלהם (Rassuli & Hollander 1986 in Belk, 1995). ואולם, גם בין חברות שונות במדינות מפותחות יש הבדלים ברמת החומרנות של תושביהן. נראה כי אחד הגורמים המרכזיים המשפיעים על הבדלים בין מדינות הוא מידת התחרות והשוק החופשי הקיימת במדינה: במדינות בהן יש רמה גבוהה של שוק חופשי ותחרותיות גבוהה, רמת הערכים החומרניים של התושבים גבוהה יותר מאשר במדינות שיש בהן יותר שיתוף פעולה ורגולציה של השלטון (Schwartz, 2007; Twenge & Kasser, 2013). גורם אחר להבדלים הוא מידת הביטחון האישי שתוארה לעיל: ככל שיש ארועים שברמת הכלל פוגעים בביטחון, כגון בעיות כלכליות או ביטחוניות, כך גבוהה יותר רמת החומרניות של התושבים לעומת מדינות בהן לא קיימים גורמים אלו (Kasser, 2002) (נקודה למחשבה בהקשר זה: מה ניתן לשער על סמך המשגה זו לגבי מידת החומרנות של אזרחי ישראל?).

#### השפעת המדיה

תכניות טלוויזיה, ובתוך כך הפרסומות המשובצות בתוכן וביניהן, כוללות כמות גבוהה של מסרים אודות הקשר בין צריכה לבין ה"חיים הטובים". ממחקרים עולה כי מסרים אלו עושים את עבודתם היטב, וככל שאנשים

אופים יותר בטלוויזיה, כך הם מחזיקים ברמות גבוהות יותר של ערכים חומרניים (Kasser, 2002; Twenge & Kasser, 2013).

### הבדלים בין דוריים

בשל הקשר ההדוק בין חומרנות לבין צריכה על כל השפעותיה הסביבתיות והחברתיות, אחת השאלות החשובות היא מה ניתן לצפות מהדור הצעיר של היום לגבי התנהגותו הצרכנית בעתיד, והאם הוא יהיה חומרני יותר או פחות מאשר הדורות שלפניו. נקודת המבט על הבדלים בין דוריים דומה לנקודת המבט שהוזכרה למעלה לגבי הבדלים בין תרבויות: רמת החומרנות של בני דורות שונים צפויה להיות מושפעת מהנורמות המקובלות, מהמסרים החברתיים, וכן מאירועים שמשפיעים על הביטחון הכללי: דור שבתקופתו קרו מלחמה או שפל כלכלי, מצופה להיות בעל ערכים חומרניים גבוהים יותר מאשר דור שבתקופתו לא קרו אירועים כאלו. כמו כן, בני דור שבו הנורמות המשוקפות על ידי המבוגרים מדגישות ערכים חומרניים יפתחו רמות גבוהות יותר של חומרנות בתהליכים של למידה וסוציאליזציה לעומת אלו שלא (Twenge & Kasser, 2013). בכדי לבחון הבדלים בין דוריים בחומרנות, הישוו טוונג וקיצר עמדות וערכים של בני נוער בארה"ב לאורך שלושה דורות: דור הבום (שנולד בין השנים 1946-1964), דור ה X (שנולד בין השנים 1965-1981), ודור המילניום (Millennials/Gen Y/Generation Me) (שנולד בין השנים 1982-1999) (Twenge & Kasser, 2013).<sup>3</sup> ממצאי המחקר מצביעים בעיקר על עליה בערכים החומרניים בתקופת המעבר מדור הבום לדור ה X, ועל סדרי גודל דומים של ערכים חומרניים במעבר בין דור ה X לדור המילניום. במעבר בין דור ה X לדור המילניום נצפתה ירידה מסויימת, אך הערכים החומרניים של האחרונים עדיין היו גבוהים יותר באופן מובהק מאשר של אלו של דור הבום. החוקרים הישוו נתונים אלו לנתונים חברתיים שאירעו בכל דור (כגון רמת ביטחון חברתי וכלכלי, ערכים חומרניים של המבוגרים והיקף פרסומות) בכדי להגיע למסקנות אודות הקשר בין נסיבות חברתיות לבין רמת הערכים החומרניים. הם הסיקו כי, כפי ששוער – חוסר יציבות בתקופת הילדות מחד, ונורמות חברתיות של חומרנות מאידך מובילים לפיתוח רמה גבוהה של ערכים חומרניים.

### 2.2 צרכים פסיכולוגיים וצריכה

הצורך בביטחון, אשר תואר על ידי קייזר, הוא אחד מבין מספר צרכים פסיכולוגיים המתוארים בתיאוריה הפסיכולוגית ההומניסטית כמרכיבים מרכזיים בנפש האדם. פירמידת הצרכים שהציע הפסיכולוג ההומניסט אברהם מאסלו מציעה שלכל אדם בעולם יש, בנוסף לצרכים הפיסיולוגיים הבסיסיים להישרדות, צרכים פסיכולוגיים כגון צורך בשייכות וצורך בהערכה. כאשר אדם חש צורך שאינו מסופק הדבר מהווה מניע חזק להתנהגויות שונות המכוונות לספקו, ולפיכך הצרכים מהווים מניע למגוון התנהגויות, כגון- השקעת מאמץ בעבודה, בלמידה וביצירת קשרים חברתיים. הקישור בין צרכים לצריכה הוא אינטואיטיבי למדי: אנו חשים שאנחנו צריכים משהו ובעקבות זאת מעוניינים לרכוש את אותו דבר מה (מעניין לציין את החיבור הישיר בשפה העברית בין המושג "צרכים" למושג "צריכה" אשר מבוססים על אותו שורש. בשפה האנגלית מדובר על שני מונחים שונים מבחינה מילולית – needs and consumption). ואולם, באופן מיידי עולה גם השאלה: מה זה אומר להזדקק למשהו? מה הקשר בין היבטים אישיותיים ופסיכולוגיים לבין המידה בה אדם חש שהוא צריך לרכוש לעצמו שירותים או מוצרים מסויימים? הבחנה אחת אפשרית היא בין צרכים הישרדותיים לבין צרכים שאינם כאלה. בעולם המתפתח הצרכים שעומדים בבסיס הצריכה הם בעיקר צרכים הישרדותיים. בעולם

<sup>3</sup> המדדים היו מבוססים על סקרי עמדות וערכים שנערכים באופן רציף בארה"ב בקרב בני נוער ועשו שימוש בנתונים שנלקחו בין השנים 1976-2007

המפתח לעומת זאת, אצל מרבית בני האדם הצרכים הקיומיים מסופקים, והצריכה מבוססת על צרכים פסיכולוגיים (Thøgersen, 2014). במאמר העוסק בצרכים ובהיבטים לא מקיימים של צריכה מציג החוקר הדני סוגרסן מספר הבחנות ביחס לצרכים הלא הישרדותיים:

הצרכים כתוצר של נסיבות החיים בעולם המודרני. בעולם המודרני הצרכים אינם נשארים קבועים: בכדי לחיות ברמת חיים ממוצעת נדרשים בחברה המודרנית דברים שאולי בזמנים אחרים ובמקומות אחרים לא היו נחשבים לצורך חיוני (Segal, 1998 in Thøgersen, 2014). כך לדוגמה, במקומות רבים לא ניתן לשמור על רמת חיים תקינה ללא מכונית אחת במשפחה, ולעתים אפילו אחת לכל אדם עובד במשפחה, בכדי להגיע לעבודה. צרכים יכולים גם להשתנות בשל נורמות חברתיות חדשות הקובעות מה נחשב לצורך "חיוני". כך למשל, הנורמה החברתית היום היא שכל אדם יחזיק מכשיר טלפון סלולרי חכם (ויהיה זמין בקבוצות וואטסאפ שונות של הקהילות אליהן הוא משתייך), מה שמוביל לעתים לרכישת מכשיר שכזה מתוך שיקולים של התאמה לנורמות המקובלות.

צרכים כהתנהגות נרכשת. צרכים משקפים רצונות. את אותם רצונות ניתן לראות כתגובה נלמדת הנרכשת בנסיבות חברתיות. שני ערוצים מרכזיים ללמידה בהם עוסקת הפסיכולוגיה של הלמידה הם: (1) חיזוקים ותגמולים, ו(2) תצפית על אחרים המהווים מודלים של חיקוי. חיזוקים יכולים להיות כל תגובה חיובית שהאדם מצפה לקבל בעקבות רכישה של דבר מה, או תגובה שלילית שיקבל אם ימנע מרכישת אותו דבר מה. תצפית על אחרים שלהם מוצרים מסויימים מעוררת אצל האדם את הרצון שיהיה גם לו את אותו דבר מה, גם אם עד אותו רגע לא חש כלל שהוא זקוק לו. בהתאם לגישה של צרכים כהתנהגות נרכשת, למעשה גם צריכה מקיימת יכולה להיות נלמדת, אך להערכתו של Thøgersen, הנטייה של מרבית האנשים היא דווקא ללמידה של התנהגויות לא מקיימות.

הצורך להשוות. מחקרים בנושא צריכה וצרכים מצביעים על כך שמניע מרכזי לצריכה לא מקיימת הוא לא עצם הרצון להשיג דבר כזה או אחר, אלא הרצון שלא להישאר מאחור בזמן שאחרים בקבוצת ההתייחסות רכשו את אותו פריט. חפצים למיניהם מהווים סמל סטטוס ובכך טמון כוח הקניה שלהם. עם הזמן, מה שבנקודת זמן אחת נחשב למותרות שיש בידי מעטים, הופך לדבר שברשות רבים, ואז שוב נמתח הקו וסמלי סטטוס חדשים עולים ושוב כולם מעוניינים לרכוש אותם, וכך הצריכה הלא מקיימת נמשכת עוד ועוד.

### 2.3 אמונה בצריכה כאמצעי להשגת אושר

באיזה אופן אמונות בנושא אושר מתקשרות לצריכה? מה בין חומרנות לבין רווחה נפשית? האם צריכת מוצרים חומריים ושירותים מובילה לאושר? ואולי דווקא מי שצורך פחות הוא מאושר יותר? ומעבר לכל אלו, מדוע חשוב לדון בנושא זה במסגרת דיון על צריכה מקיימת ודרכים לקדמה? במובן מסויים, צריכה נחשבת כדרך לשפר את הרווחה של כלל האנשים, באמצעות אספקת הסחורות והשירותים שאנשים צריכים ורוצים. גישה כזו מהווה את הבסיס לכלכלה המודרנית (Jackson, 2005a). בנוסף, בתרבות הצריכה המודרנית רווחת האמונה שרכישת מוצרים חומריים היא ערובה לאושר, דבר המגובה באין סוף מסרים בפרסומות ובמדיות השונות הקושרים צריכת ואחזקה של מוצרים שונים לבין אושר (Kanner & Gomes, 1995; Ryan, 2002). אך האם באמת כך הדבר? מספר מסלולי מחקר בחנו שאלות אלו לעומק: במחקרים שבחנו את הקשר בין הנטייה לחומרנות שתוארה לעיל לבין משתנים פסיכולוגיים שונים נמצא כי חומרנות קשורה למגוון קשיים פסיכולוגיים. אנשים המייחסים חשיבות גבוהה לחומרנות הינם בעלי

רמת נמוכות יותר של אושר, רווחה נפשית (Well-being), וסיפוק מהחיים, לעומת אנשים אחרים, וכן רמות גבוהות יותר של דיכאון וחרדה (Kasser, 2002; Twenge & Kasser, 2013)<sup>4</sup>. בהקשר החברתי מצביעים המחקרים גם על כך שמי שעבורם ערכים חומרניים הם מרכזיים, נוטים גם לקחת פחות חלק בהתנהגויות של שיתוף פעולה והתנהגויות פרו סביבתיות, ונוטים יותר לתחרותיות ולהתנהגויות אנטי חברתיות (Twenge & Kasser, 2013).

קבוצת מחקרים אחרת בוחנת את הקשר בין רווחה כלכלית לרווחה נפשית ובין אושר לעושר. מחקרים אלו מהווים חלק מהגישה התיאורטית והמחקרית של פסיכולוגיה חיובית, תחום צומח ועדכני בפסיכולוגיה העולמית בשנים האחרונות. המחקרים בתחום זה מבוססים הן על השוואות בין אישיות בין אנשים במדינה מסוימת והן על השוואות בין אזרחי מדינות שונות, הנבדלות ביניהן ברמת הרווחה הכלכלית ועולות מהם מספר מגמות מעניינות: (1) בהתבוננות כוללת בין מדינות ניתן לראות קשר חלש בין רמת הכנסה ממוצעת לבין רמת שביעות רצון מדווחת. עם זאת, מעל רמה מסוימת של תוצר לאומי גולמי נעלמת הקורלציה בין רמת הכנסה במדינה לבין שביעות הרצון הממוצעת. כן נמצאו מספר מדינות, כגון ברזיל וארגנטינה בהן- על אף שכוח הקניה הוא מהנמוכים יחסית, מדד שביעות הרצון של התושבים הוא במיקום גבוה יחסית (סליגמן 2005). משמעות הדבר היא שמתחת למינימום מסוים של הכנסה כן קיים קשר בין הכנסה לבין שביעות רצון, אך מעל אותו מינימום רמת ההכנסה לא משפיעה. (2) ברמת הניתוח בתוך כל מדינה נמצא כי בעוד במדינות עניות כן נמצא קשר בין רווחה כספית לבין שביעות רצון, במדינות עשירות לא נמצא קשר שכזה. המסקנה היא שכאשר העוני מסכן את החיים עצמם, מצב של עושר אכן מנבא רווחה נפשית רבה יותר, אך במדינות עשירות יותר, בהן כמעט לכולם יש רשת בטחון, לעלייה ברמת העושר השפעה שולית בלבד על האושר האישי (סליגמן, 2005)<sup>5</sup>. (3) במחקרי אורך המשווים בין אנשים בנקודות זמן שונות נמצא כי בעוד רמת ההכנסה האישית במדינות המפותחות נמצאת בעליה מתמדת, לא נמדדת עליה מקבילה ברמת האושר האישי ובשביעות הרצון, ויתרה מכך: כיום מדווח על יותר מקרי דיכאון מאשר בעבר (Diener & Seligman, 2004). מסקנה מרכזית שניתן להסיק מכל אלו היא שעליה בהכנסה הכספית אינה ערובה לעליה ברמת האושר.<sup>6</sup>

באיזה אופן נתונים אלו יכולים לסייע למאמץ לקידום צריכה מקיימת? להערכתנו יש לנתונים אלו שני שימושים עיקריים. האחד: ההבנה של האופן בו חומרנות פוגעת ברווחה נפשית, והעושר אינו בהכרח מביא לאושר. הבנה זו יכולה להביא לקידום של אורחות חיים מקיימים יותר המבוססים על פרקטיקות שכן הוכחו כקשורות לאושר, כגון הגשמה עצמית ופעילות קהילתית. כשיוצאים מנקודת מוצא זו ניתן לעודד אנשים לעסוק יותר בפעילויות כגון אלו ופחות בצריכה חומרית, לא רק בגלל העובדה שבכך הם פחות פוגעים בסביבה, אלא

<sup>4</sup> באנגלית מתקיימת הבחנה בין מושגים שונים לרווחה נפשית ולרווחה פיזית וכלכלית – well-being verses welfare. הבחנה כזו לא קיימת בעברית, ולפיכך הבחירה כאן במונח "רווחה נפשית" מבוסס על האופן בו מתואר המושג במאמרים בנושא ועל תרגומים מקובלים בספרות בעברית (קפלן, 2011, שדמי וצימרמן ל.ת.).

<sup>5</sup> חשוב לסייג ולומר שבעולם מתקיים קשר בין סוג שלטון (דמוקרטי או לא) לבין רמת הכנסה, כאשר מרבית המדינות הדמוקרטיות הן גם המדינות העשירות יותר, ולכן רמת האושר עשויה להיות קשורה לסוג השלטון ולא דווקא לרמת ההכנסה (Ryan & Deci, 2001). נקודה נוספת בהקשר זה היא כיוונית הקשר הסיבתי: גם כאשר מתקיים קשר בין הכנסה כספית לבין רמת אושר אין הדבר מחייב כי הסיבתיות היא כזו שעושר מוביל לאושר. מחקרים מצביעים על כך שמי שבצעירותם מעידים על רמת אושר גבוהה יותר, בבגרותם הם בעלי הכנסות גבוהות יותר, וכי עובדים מאושרים הינם עובדים פרודוקטיביים יותר ולכן יש מקום לשער שבמקרים רבים דווקא האושר הוא זה המוביל לעושר ולא להיפך (Diener & Seligman, 2004).

<sup>6</sup> חקר האושר, שמהווה מרכיב מרכזי בזרם הפסיכולוגיה החיובית, מעלה גורמים רבים אחרים שעשויים להעלות את רמת האושר האישי, כגון קשרים חברתיים משמעותיים, סיפוק בחיי הנישואין והעבודה והגשמה עצמית. אמנם סוגיית הגורמים לאושר אינה במוקד הסקירה הנוכחית, אך בראיה רחבה יותר תחום ידע זה כן יכול לתרום לקידום אורחות חיים מקיימים כי הוא מציע חלופות לחיפוש האושר באמצעים חומרניים.

בגלל שבכך הם בעיקר עוזרים לעצמם (להרחבה בנושא ראה: ליפסקי וקפלן, 2012). השני: התובנות הללו יכולות לסייע לקידום מדיניות ממשלתית הרואה את נושא הרווחה הנפשית בפריזמה רחבה יותר מאשר כזו המתמקדת רק בצמיחה כלכלית. כך למשל, ניתן לראות כיום בעולם שינוי באופן בו מודדים רווחה ברמת המדינה. עד לאחרונה המדדים לרווחה כגון מדד התמ"ג (תוצר מקומי גולמי) התבססו רק על מדדים כלכליים. ואולם, בשנים האחרונות, בין השאר בזכות התקדמות גוף המחקר שתואר לעיל, נטען כי רווחה כלכלית לא יכולה להיות המדד היחיד לרווחה נפשית וכי בנוסף למדדים המבוססים על סטטיסטיקה כלכלית, יש לכלול במדדים מדיניים גם היבטים של איכות חיים כגון חינוך, מערכות בריאות ואיכות הסביבה (Diener & Seligman, 2004; Jackson, 2005b; קפלן, 2011). טענות אלו הובילו לפיתוח מדדי איכות חיים המבוססים על מגוון מדדים, כלכליים ואחרים, ומדינות שונות ובכללן ישראל החלו לפתח מדדים כגון זה בכדי להעריך את איכות החיים באופן הוליסטי. בין השאר מוביל ארגון OECD מדד שכזה להשוואה בין מדינות הקרוי "מדד החיים הטובים" (OECD, n.d.).

#### 2.4 צריכה וצריכה מקיימת בתוך ההקשר התיאורטי והמחקרי של התנהגויות פרו סביבתיות

עד כה נידונו הגורמים לצריכה ולצריכת יתר. התנהגויות של צריכה מקיימת הן שונות מהתנהגויות 'רגילות' של צריכה ולעתים מנוגדות להן במספר אופנים: בכמות (לצורך יותר לעומת פחות), בקריטריונים לבחירת מוצרים (כלכליים לעומת סביבתיים וחברתיים) בדרכי הרכישה וההחזקה (אישית לעומת שיתופית), רכישה לעומת השכרה) וכיו"ב. גם בתוך התחום של צריכה מקיימת עצמו נכללים סוגים שונים ומגוונים של התנהגויות: האם אותם גורמים המסבירים את הסיבות לשימוש בשירותי השאלה בספריה העירונית יכולים להסביר את הנכונות לחלוק רכב בנסיעה לעבודה, לרכוש בגדים בחנות יד שנייה, לקחת חלק ביוזמת שיתוף חפצים שכונתית או בפלטפורמה אינטרנטית של כלכלת שיתוף<sup>7</sup>? התשובה לכך היא, כמובן, שלכל התנהגות בעלת השפעה על הסביבה יש את הגורמים הספציפיים שלה, ובכדי להביןם יש לחקור אותה בנפרד (Stern, 2000). עם זאת, הספרות בתחום הפסיכולוגיה הסביבתית מציעה מספר מודלים להסבר של התנהגויות פרו סביבתיות, אשר הינם בעלי יכולת להסביר מגוון של התנהגויות. להלן יוצגו בקצרה שלושה מודלים מרכזיים המובילים את החשיבה והמחקר בנושא:

#### התנהגות פרו-סביבתית כנובעת מהחלטה מודעת

גישה זו רואה בהתנהגויות שונות דבר מה מתוכנן מבוסס החלטה רציונאלית ורצון להביא למקסימום את התועלת האישית. מודל מרכזי בגישה זו להסבר התנהגויות בכלל והתנהגויות פרו סביבתיות בפרט הוא תיאורית הפעולה המתוכננת (Theory of planned behavior). בהתאם למודל זה הגורם העיקרי המסביר התנהגויות שונות הוא הכוונה לבצע אותן, וזו מושפעת משלושה גורמים מרכזיים: העמדות ביחס לאותה התנהגות, התפיסה אודות היכולת לבצע את אותה התנהגות, ותפיסת הנורמות החברתיות המקובלות ביחס לאותה התנהגות (Aizen, 1991). נתמקד לדוגמה בהתנהגות של שיתוף רכב בנסיעה לעבודה: ככל שאדם הוא בעל עמדות יותר חיוביות ביחס להתנהגות זו, חושב שהיא משהו שהוא מסוגל לבצע, וחושב שזו התנהגות מקובלת בקרב אנשים אחרים שהוא מכיר, כך יש סיכוי גבוה יותר שהוא אכן יהיה מעוניין לבצע אותה. כוונת

<sup>7</sup> למושג sharing economy צורות שונות בעברית. בפרויקט קיימות עירונית בחרנו לאמץ את המושג "כלכלת שיתוף"



התנהגות זאת בתורה טוביל לביצוע ההתנהגות בפועל. עם זאת, כמובן, שהקשר בין הכוונה ההתנהגותית לבין הביצוע בפועל מושפע גם ממגוון גורמים מצביים שעשויים לשמש כזרזים או חסמים לביצוע. במקרה של שיתוף רכב בנסיעה לעבודה, התארגנות של המעסיק בכדי לקדם שיתוף ברכבים תשמש כזרז, בעוד מצב בו שעות העבודה של כל עובד הן שונות מאלו של שותפיו הפוטנציאליים תשמש כחסם. מחקר רב בתחום הפסיכולוגיה הסביבתית אישר את הנחות מודל זה, ואת יכולתו לנבא התנהגויות פרו-סביבתיות, והוא מיושם בקמפיינים ופרויקטים חינוכיים שונים.

#### השפעת ערכים אישיים ואמונות על התנהגויות פרו-סביבתיות

בנוסף להיבטים שתוארו לעיל, התנהגויות פרו-סביבתיות מונעות גם משיקולים ערכיים. אחד המודלים המרכזיים בתחום הוא מודל VBN (value-believe-norms) המציע מסלול מתווך בין ערכים לבין התנהגויות פרו סביבתיות: התנהגויות פרו סביבתיות קורות בעקבות הפעלת נורמות אישיות ביחס לאותן התנהגויות (דהיינו תחושת מחויבות לפעול). אותן נורמות מופעלות כתוצאה של שילוב בין שתי אמונות: אמונה בהשלכות ההרסניות של בעיה סביבתית כלשהי ואמונה שביכולתו של האדם עצמו להשפיע על אותה בעיה. הערכים האישיים הם אלו המשפיעים על אותן אמונות, ועל כן משפיעים בעקיפין על התנהגויות פרו סביבתיות (Stern et al., 1999). שלושה סוגי אוריינטציות ערכיות זהו כבעלי השפעה על התנהגויות בתחום הסביבתי, והוגדרו כ: אוריינטציה ערכית אגואיסטית (האדם עצמו), אלטרואיסטית (בני האדם) וביוספרית (הסביבה הטבעית). מחקרים רבים אישרו את הקשרים המוצעים בין ערכים לבין התנהגויות פרו סביבתיות. גם האוריינטציה הביוספרית וגם האלטרואיסטית נמצאו כבעלות קשר חיובי להתנהגויות פרו סביבתיות שונות, ומבין שתיהן זו שהכי קשורה להתנהגויות פרו סביבתיות היא הביוספרית (De Groot & Steg, 2012). משמעות המודל היא כי ערכים מסוגים שונים עשויים להשפיע על בחירה בהתנהגויות פרו סביבתיות. כך לדוגמה, במקרה של הנסיעה המשותפת לעבודה, אדם יכול לבחור באפשרות זו בשל החשיבות שהוא מייחס לקשרים חברתיים, בשל החשיבות שהוא מייחס להפחתת זיהום אויר מרכבים, או בשל תמריצים כספיים שמקום העבודה מציע למי שייקח חלק בפעילות זו. אולם, על פי חוקרים בתחום, הערכים שישפיעו לאורך זמן ויהיו העמידים ביותר לחסמים ולקשיים הם הערכים הביוספריים.

#### צרכנות כהחלטה הנובעת מתהליכים קוגניטיביים לא רציונאליים ואוטומטיים

גישה נוספת ביחס להתנהגויות בעלות השפעה על הסביבה היא שהן נובעות לא רק מתהליכים מודעים אלא גם מתהליכים אוטומטיים ולא מודעים (Ölander & Thøgersen, 2014). במהלך חיי היום יום שלנו אנו נאלצים להתמודד עם מצבים רבים בהם עלינו לקבל החלטות בתוך תנאים בהם אין את משאבי הזמן והאנרגיה לשקול באופן מעמיק את כל האפשרויות העומדות בפנינו. לעתים אף אין לנו את הידע המספק בשביל לקבל החלטה מבוססת ידע, ולכן אנו עושים מעין "קיצורי דרך" שהם למעשה תהליכים קוגניטיביים אוטומטיים ולא מודעים, שמקלים על האדם את התנהלותו בעולמנו המורכב. החלטות צרכניות יכולות להיחשב למקרים קלאסיים העשויים להיות מועדים להטיות כגון אלו. בעת קבלת החלטה צרכנית לאדם אין את כל המידע הדרוש בכדי לקבל החלטה רציונאלית ואין לו את הזמן (וגם לא את המוטיבציה והכוחות) להשיג מידע זה. ההשפעות הסביבתיות של פעולת הצריכה הן רחוקות מבחינה גיאוגרפית ומבחינת זמן, המידע אודות תהליכים חקלאיים, תעשייתיים ו/או חברתיים הכרוכים ביצור המוצר בדרך כלל לא זמין, ואין משוב ישיר להשפעה הסביבתית של פעולת הצריכה (Jackson, 2005a). שיטה ליצירת שינוי התנהגותי המבוססת על עקרונות אלו הינה הגישה

המטרה Nudge – ארכיטקטורה של החלטות. בהתאם לגישה זו יש לעצב את הסביבה שבה מתקבלות החלטות שונות ובתוכן החלטות בעלות השפעה סביבתית באופן כזה שיקדם החלטה מסויימת (במקרה שלנו להתנהגות תורמת יותר לסביבה) מאשר אחרת. הדבר יכול להיעשות בדרכים מגוונות, כגון הגדרת ברירת המחדל באופן פרו סביבתי, העברת מסרים אודות הנורמות החברתיות המקובלות, עיצוב מוצרים וסביבות מחיה באופנים המקלים על הבחירה הסביבתית וכן מתן משוב ברור ומידי אודות האפקט הסביבתי של התנהגות מסויימת (Thaler & Sunstein, 2008).

## 2.5 צריכה כפרקטיקה

ביקורת על המודלים המתמקדים בערכים ובעמדות כבסיס להתנהגויות פרו סביבתיות מוצעת גם על ידי קבוצת חוקרים בתחום הסוציולוגיה הפועלת באנגליה ועוסקת בחקירת פרקטיקות של קיימות ( Sustainable Practices Research Group). חוקרים אלו מציעים שבכדי לייצר שינוי בצריכה לכיוון צריכה מקיימת יש להתמקד בהרגלים ובפרקטיקות חברתיות המשותפות לאנשים רבים בתוך החברה, ולא ביצירת שינוי התנהגותי אצל האדם הבודד (Spurling, et al., 2013). גישה זו מציעה שלכל אדם בעולם המודרני יש הרגלי חיים ופרקטיקות קבועות של התנהגות שנהיו לנורמות מקובלות בחברה בכל הקשור בהיבטי חיים כגון אכילה, ניקיון ואסתטיקה. הרגלים אלו נהיו עבורנו להרגלים של צריכה שאינה מורגשת על ידינו ואינה מודעת (Inconspicuous). לכל חברה יש את הנורמות שלה לגבי היבטים בחיים כגון ניקיון ואסתטיקה ולכן הפרקטיקות הללו הן למעשה תופעה חברתית. בהתאם לכך, השאלה לדעתם צריכה להיות לא "איך אנחנו משנים את האנשים האינדבידואלים כדי שינהגו באופנים יותר מקיימים?" אלא "איך אנחנו משנים את הפרקטיקות כדי שיהיו יותר מקיימות?" ובהמשך לנקודת המוצא הזו, הדרך לשינוי היא ביצירת שינוי בתוך הפרקטיקות, או החלפת פרקטיקות פחות מקיימות בפרקטיקות יותר מקיימות. גישה זו מפחיתה מכוחה המשוער של בחירה עצמאית חופשית ומדגישה את החשיבות של דרכי התנהגות מקובלות בחברה. לכל פרקטיקה, לפי מודל זה, יש שלושה מרכיבים: חומר (תשתיות, כלים ואובייקטים), יכולת (ידע ומיומנויות), ומשמעות (קונבנציות חברתיות, משמעויות חברתיות משותפות וציפיות חברתיות). בכדי לשנות פרקטיקה מסויימת צריך לשנות את האלמנטים המרכיבים אותה. לכן צריך לשנות הן את התשתיות, הן את הידע והיכולות, והן את המשמעויות המשותפות בהקשר של אותה פרקטיקה. למעשה, גישה זו אמנם מציגה את עצמה כמנוגדת לגישות הפסיכולוגיות המדגישות את חשיבות הידע, העמדות, הערכים והנורמות, אך בפועל, אותם אלמנטים המוצגים בה מקבילים במידה רבה לאלמנטים מרכזיים הקיימים במודלים הפסיכולוגיים שתוארו לעיל ושמדגישים את התרומה המשותפת של מגוון גורמים ובתוכם ידע, עמדות, נורמות חברתיות וכן גורמים של הקשר, זמינות מחד וחסמים מאידך, שכולם ביחד משפיעים על התנהגויות פרו סביבתיות (Kollmuss, & Agyeman, 2002). עם זאת, הגישה מדגישה את החשיבות של יצירת שינויים מבניים אשר יאפשרו את השינוי הנדרש בפרקטיקות הלא מקיימות, בנוסף לשינויים בידע ועמדות. לדוגמה, תכנית שמטרתה לקדם שימוש באופניים תפעל בו זמנית במספר ערוצים: קמפיינים של מידע אודות היתרונות של נסיעה באופניים, סדנאות לרכישת מיומנויות רכיבה, סיבסוד רכישת אופניים, והכשרת שבילים עירוניים לנסיעה באופניים (Spurling, et al., 2013).

## 2.6 היבטים פסיכולוגיים של כלכלת שיתוף

המושג כלכלת שיתוף הוא שם כולל למגוון דרכים בהן נשברת הפרקטיקה המסורתית של צרכן יחיד, הרוכש מוצר לצורך שימוש הבלעדי. בתוך כך ניתן לכלול שיתוף בסוגים שונים של מוצרים, בשירותים, בחלל, בתחבורה, בכסף ועוד (Owang, n.d. in Brachya, 2014). כיום קיימות בעולם ובישראל מגוון פלטפורמות לשיתוף ולהעברת מוצרים כגון eBay, Zipcar, Airbnb ונערכים דיונים נרחבים על היבטים כלכליים, חברתיים ורגולטוריים של יוזמות חדשות אלו (דה מרקר, 2015).

כלכלת השיתוף נחשבת בעלת פוטנציאל גבוה לתרום לקידום של קיימות בהיבטים סביבתיים, מאחר שככל שאנשים שונים יעשו שימוש חוזר באותם מוצרים ובאותם חללים, כך הדבר יתרום להפחתת ייצור מוצרים חדשים, ולפיתוח ואחזקת מבנים חדשים ויביא להפחתה בהכבדה הקיימת כיום על משאבי הטבע בכדור הארץ. אי לכך, תחום זה מייצר עניין בקרב חוקרים העוסקים בקיימות, ובתוך כך בקרב חוקרי פרוייקט קיימות עירונית. המניעים ללקיחת חלק בפרקטיקות אלו הם מגוונים וכוללים, בין השאר, מניעים כלכליים וחברתיים, וכן גורמים דמוגרפיים כגון גיל, מצב משפחתי, והשכלה (Brachya, 2014). עם זאת, המחקר הפסיכולוגי בתחום עדיין בתחילת דרכו. עד היום המחקר בתחום הצריכה מיעט לעסוק בהיבטים של צריכה משותפת (Belk, 2010), וגם בספרות הפסיכולוגיה קשה מאוד למצוא התייחסויות תיאורטיות ומחקריות לנושא זה. בחלק שלהלן אציג מספר כיווני חשיבה בנושא מתוך הספרות שכן החלה לעסוק בנושא:

#### חשיבות ההנאה

במחקר שפורסם לאחרונה (Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2015) בחנו החוקרים את הגורמים לשימוש בפלטפורמות של כלכלת שיתוף, ואת העמדות ביחס לשימוש בהן, באמצעות סקר שערכו בקרב משתמשי הזירה המקוונת Sharetribe. הממצאים הראו כי עמדות חיוביות ביחס לשימוש בפלטפורמות נמצאו כמנבא חזק לשימוש בהן, וכי עמדות אלו בתורן היו מושפעות בעיקר מהמידה בה הפלטפורמות נתפסו כתורמות לקיימות (Sustainability) והמידה בה הגלישה בהן נתפסה כמהנה. בנוסף נמצא כי מבין הגורמים שנחקרו, הגורם העיקרי המשפיע באופן ישיר על הנכונות לגלוש (ולא רק באופן עקיף בתיווך העמדות) הוא תפיסת הגלישה כמהנה. מידת הכדאיות הכלכלית הנתפסת של הפלטפורמות לא נמצאה כבעלת קשר משמעותי לעמדות ביחס לשימוש בהן, והשפיעה במידה נמוכה על השימוש בהן בפועל. מסקנה מרכזית שניתן להפיק מנתונים אלו היא שהן היבטים של קיימות והן היבטים של הנאה הם רלוונטים ליצירת עמדות חיוביות ביחס לשימוש בפלטפורמות כלכלת שיתוף, וכן שלמרכיב ההנאה תפקיד מרכזי בשימוש בפלטפורמות: גם אנשים המונעים ממניעים של קיימות וגם אלו שלא, סביר יותר שיגלוש בפועל בפלטפורמות אלו ככל שיתפסו אותן כיותר מהנות (Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2015). ממצא זה עולה בקנה אחד עם תיאוריה עכשווית בתחום הפסיכולוגיה הסביבתית, המציעה כי בשל העובדה שאנשים שונים מונעים ממניעים שונים, מומלץ כי קמפיינים ופעולות חינוכיות בתחום הסביבתי יכוונו את המסרים שלהם למגוון מטרות: לא רק למניעים סביבתיים, אלא גם למניעים הדוניסטיים כגון הנאה שעשויים להביא מגוון אנשים לעסוק בפעילויות פרו סביבתיות (Steg et al., 2014).

#### כלכלת שיתוף ותחושת קרבה לאחרים

המידה בה אנשים נוהגים לחלוק חפצים וחללים שונים בחייהם קשורה להיבטים חברתיים, תרבותיים, ואישיים. העלייה בנטייה לבעלות אינדבידואלית הובילה לכך שבמאות השנים האחרונות רווחה התופעה של בעלות פרטית על חפצים שונים, שבעבר היה נהוג יותר לחלוק אותם בין אנשים (Belk, 2010). בחברה



מקדם התנהגות מסויימת ומודל אחר התנהגות אחרת. לפיכך, להערכתי במציאות בה חוקרים ואנשי שטח רבים מאוחדים במוטיבציה שלהם לקדם צריכה בת קיימא, יש מקום לפתיחות מחשבתית ולשקילת היתרונות והתרומה היחסית של כל מודל בסיוע לאיתור מגוון דרכים וגישות בהן ניתן לקדם התנהגויות מקיימות בכלל, ובאופן ספציפי צרכנות בת קיימא. בפרק הבא אציג מספר דרכים אפשריות לפעולה, המבוססות על הגישות והרעיונות שתוארו עד כה.

### 3. דרכים ליצירת דרכי חיים וצריכה מקיימות יותר

תהליך יצירת שינוי התנהגותי, ובמיוחד בהקשר של צריכה, הינו דבר מורכב, ואין דרך אחת ידועה וחד משמעית לעשות זאת. ההתנהגויות של אנשים בנושאי צריכה קשורות להרגלים אישיים מוטמעים, ומתקיימות בתוך הקשרים חברתיים ותרבותיים שאף הם מוטמעים היטב (Jackson, 2005). לטענת ג'קסון, לממשל תפקיד חשוב בהשפעה על התנהגות צרכנים, הן באופן ישיר באמצעות חוקים ומסים, והן באופן עקיף בדרכים שונות בהן ניתן להשפיע על התנהלות החברה. לפיכך לדבריו, משימה מרכזית העומדת בפני השלטונות היא לגרום לכך שלאנשים יהיה קל יותר לפעול באופן בר קיימא. לייצר מצבים בהם הבחירות הפרו סביבתיות הן ברירת המחדל, לייצר חוקים שיוצרים העדפה להתנהגויות פרו סביבתיות, ולקדם מעורבות של האזרחים ביוזמות שונות באופן ספציפי יותר. בהמשך לגורמים ולתהליכים שתוארו לעיל ושעומדים בבסיס החלטות והתנהגויות של צריכה, יתוארו להלן מספר דרכים אפשריות להובלה להפחתת צריכה במסגרת רשויות מקומיות:

*חינוך (1): יצירת שינויים ערכיים ושינויי עמדות בהקשר של ערכים מטריאליסטיים בקרב ילדים ובני הנוער.*  
טים קייזר בכתביו בנושא חומרנות מדגיש כי התקופה הקריטית בה ארועים ותהליכי חיברות משפיעים על פיתוח ערכים חומרניים היא תקופת הילדות והנערות. בהתאם לכך הוא מציע להשקיע מאמץ מרוכז בהפעלת תכניות חינוכיות שיתמקדו בקבוצת גיל זו, מתוך חשיבה לטווח ארוך. עדויות מחקריות מראות כי התמקדות חינוכית בהיבטים ערכיים בתקופה זו אכן עשויה להשפיע על הערכים החומרניים העתידיים של אותם תלמידים. פעילות חינוכית שכזו יכולה להתמקד בתחומי חיים אשר נמצאו כמקדמים אושר ורווחה נפשית, כגון קשר עם הקהילה ומימוש עצמי, אשר תפחית את העניין בערכים חומרניים.

*חינוך (2): צרכנות מקיימת כהתנהגות נלמדת בקהילה.*  
כשם שצרכנות היא התנהגות נלמדת, אשר יכולה להתגבר על ידי חיזוקים ועל ידי תצפית במודלים של חיקוי (Thøgersen, 2014), כך גם צרכנות מקיימת יכולה להיות נלמדת באותם אמצעים. בקהילה עירונית המעוניינת לקדם אורח חיים מקיים וצרכנות מקיימת ניתן לערוך מגוון פעילויות למידה בהן פוגשים ולומדים מקהילות ואנשים פרטיים המדגימים את הדרכים שלהם לחיות טוב תוך קיום אורחות חיים מקיימים, ולתגמל באופן חברתי (באמצעות הבעת הערכה) יוזמות של צריכה מקיימת.

*יצירת מרחב עירוני המאפשר דרכים מגוונות לרווחה נפשית שאינה מושגת באמצעות צריכה.*  
הגישה הרואה בצרכנות היבט של חיפוש אחר רווחה נפשית מציעה שכלל שיוגדלו המקורות האלטרנטיביים לאיכות חיים, כך אנשים ימצאו סיפוק בדרכים שונות מצריכה: עיסוק רב יותר בפעילויות בתחום הקהילה, הקשרים הבין אישיים והמימוש העצמי, יביא לא רק לכך שאנשים יהיו מאושרים יותר, אלא גם להפחתת ההתמקדות בערכים חומרניים. ההמלצה העולה מגישה זו עבור השלטון המקומי היא לקדם

הזדמנויות לפעילויות קהילתיות וחברתיות. אמצעי ברמת המדיניות לקידום גישה שכזו ברמה מערכתית ארצית יכול להיות מדד עירוני של חיים טובים, הבנוי באופן דומה למדדים שתוארו לעיל ברמה של מדינות – דהיינו, שיהיה מבוסס על מגוון האפשרויות הקהילתיות והחברתיות הקיימות בעיר ולא רק על היבטים כלכליים.

#### קהילה מקומית וכלכלת שיתוף.

שימת דגש על העצמה ופיתוח של קהילות מקומיות יכולה לתרום לקידום קיימות גם בהקשר הספציפי יותר של פיתוח יוזמות לכלכלת שיתוף. כפי שתואר לעיל, ככל שאנשים חשים קרבה ומוכרות לאנשים אחרים, כך הם נכונים יותר לחלוק איתם דברים אישיים יותר או פחות, כגון רכוש ואמצעים. לאור הקשרים הללו, יש גם מקום לשער שהגברת הקשרים הבין אישיים בתוך הקהילה העירונית תגביר את הסיכוי לנכונות של התושבים לקחת חלק בפעילויות של כלכלת שיתוף אשר יתוכננו בתוך הקהילות. יתרה מכך: מומלץ שבעת פיתוח יוזמות מקומיות ילקח בחשבון מרכיב ההיכרות ויעשה ניסיון לפתח יוזמות לקהילות שיש להן היכרות מוקדמת, כגון במקרה של קהילות משפחות שילדיהם לומדים בבית ספר מסויים.

#### כלכלת שיתוף ותחושת שייכות.

כפי שתואר לעיל, הצורך בשייכות יכול להוות גורם מוטיבציוני ללקיחת חלק בפעילויות ובפלטפורמות של כלכלת שיתוף. הקהילה בהקשר זה יכולה להיות קהילה הקרובה לאדם באופן פיסי, אך גם קהילה אליה הוא מתקשר באמצעות רשתות חברתיות. בהתאם לרציונאל זה, ככל שפלטפורמות כלכלת שיתוף יכללו בתוכן מרכיבים גבוהים יותר של קהילתיות, כגון תקשורת בין אישית ומפגשים, כך יהיה בהן מענה גבוה יותר לצורך בשייכות שקיים אצלנו כבני אדם, והדבר יעודד מוטיבציה גבוהה יותר לקחת בהן חלק.

#### שימוש בעקרונות של ארכיטקטורת החלטות (Nudge).

גישת ארכיטקטורת החלטות (Nudge) מציעה מגוון של דרכים בהן ניתן לקדם התנהגויות מקיימות. אחת הדרכים הפשוטות יחסית ליישום היא בנייתה של הבחירה המקיימת יותר בתור ברירת המחדל. דוגמה אפשרית יכולה להיות הימנעות ממתן שקיות בחינם בעמדת התשלום בסופר, ולחילופין מתן אפשרות לרכישת תיק בד רב פעמי. דוגמה אחרת, בתחום התחבורה, היא העדפת תחבורה ציבורית ומניעת אפשרות כניסה עם רכב פרטי למרכזי ערים.

#### העברת מסרים על נורמות חברתיות מקובלות לצריכה מקיימת.

היבט נוסף העולה מתוך הגישה של ארכיטקטורת החלטות ומשותף גם לחוקרים רבים בתחום הפסיכולוגיה החברתית/סביבתית הוא ההכרה בחשיבות הנורמות החברתיות המקובלות בהחלטות שונות ובתוכן בנושאים סביבתיים. הצגת נורמות חברתיות מקובלות יכולה להיעשות בדרכים שונות כגון שלטים (כגון: "הלקוחות בסופר מרקט שלנו מעדיפים סלי בד רב פעמיים על פני שקיות ולכן אצלנו אין שקיות בעמדות הקופות. הצטרף אלינו במאמץ המשותף להפחית את כמויות הפסולת שאנו מייצרים"), מידע אישי (כגון: מידע על צריכת החשמל הממוצעת של דיירים ברחוב בו אנו גרים והאופן בו היא שונה מזו שלנו), או פרסומים במדיה.

#### החשיבות שבהנאה.

כפי שתואר לעיל בסעיף 2.6, גם בנוכחות מוטיבציה המבוססת על עניין בקיימות וגם בהעדר מוטיבציה שכזו, ככל שאדם חווה את ההשתתפות בפלטפורמה של כלכלת שיתוף כמהנה יותר, כך יש סיכוי גבוה יותר שהוא ישתתף בה. בהתאם לכך, בעת פיתוח תכניות, יוזמות ופלטפורמות של כלכלת שיתוף, חשוב לתת

## רשימת מקורות

- דה מרקר, 2015 – מבחר כתבות מתוך כנס דה מרקר לכלכלה שיתופית  
<http://www.themarker.com/news/LIVE-1.2722340>
- סליגמן, א.פ. (2005). אושר אמיתי: הגשמה עצמית באמצעות פסיכולוגיה חיובית. הוצאת מודן: תל אביב.  
ליפסקי ק., וקפלן א. (2012). על הקשר (המורכב) שבין אושר לצריכה: צמצום הצריכה ושיפור איכות החיים.  
איגוד השיווק הישראלי. נדלה במרץ 2016 <http://www.ishivuk.co.il/articles/590>
- קפלן, א. (2011). מרווחה של סעד וקומודיטי לרווחה של אושר: על ערך המותג שממשלה נדרשת לספק לצרכניה. איגוד השיווק הישראלי. נדלה בינואר 2016 <http://www.ishivuk.co.il/articles/841>
- שדמי, ח. וצימרמן ש. (ללא תאריך). רווחה נפשית (מיטביות) – רציונאל תיאורטי. נדלה בינואר 2016 <http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Shefi/KishureiChaim/meytaviyut/yeda/RevachaNafshit.htm>
- שרצקי, נ. (2010). צריכה וייצור בני קיימא – סקירת ספרות. מינהל מחקר וכלכלה, משרד התעשייה המסחר והתעסוקה.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Brachya, V. (2014). Literature Review on Sustainable Lifestyles. In:  
<http://www.ukayamut.com/wp-content/uploads/2014/03/Literature-Review-on-Sustainable-Lifestyles-2-1.pdf>
- Belk, R. W. (1995). *Collecting in a consumer society* (Vol. 1). Psychology Press.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of consumer research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- de Groot, J. I., & Steg, L. (2012). Environmental values. In Clayton S.D. (Ed.) *The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology*. Oxford: N.Y.
- Diener, E., & Seligman, M. E. (2004). Beyond money - toward an economy of well-being. *Psychological science in the public interest*, 5(1), 1-31.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. DOI: 10.1002/asi.23552.

- Jackson, T. (2005a). *Motivating sustainable consumption: a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change: a report to the Sustainable Development Research Network*. Centre for Environmental Strategy, University of Surrey.
- Jackson, T. (2005b). Live better by consuming less?: is there a “double dividend” in sustainable consumption?. *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 19-36.
- Kanner, A.D. & Gomes, M.E. (1995). The all-consumption self. In Roszak, T., Gomes, M.E., & Kanner, A.D.(Eds.) *Ecopsychology, Restoring the Earth, Healing the Mind*. Sierra Club Books: San Fransisco.
- Kasser T. (2002). *The High Price of Materialism*. MIT Press: Cambridge.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental education research*, 8(3), 239-260.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological review*, 98(2), 224.
- OECD (n.d.). Better Life Index. Retrieved: February 2016 from: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/#/11111111111>
- Ölander, F., & Thøgersen, J. (2014). Informing versus nudging in environmental policy. *Journal of Consumer Policy*, 37(3), 341-356.
- Thaler, R.H., & Sunstein, C.R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven: Yale University Press
- Thøgersen, J. (2005). How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles?. *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143-177.
- Thøgersen, J. (2014). Unsustainable consumption. *European Psychologist*. 19(2). 84-95.
- Twenge, J. M., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976-2007 associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(7), 883-897.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. & Hansen, H., (2008). *Consumer behaviour: A European outlook*. Pearson Education:Harlow.
- Schwartz, S. H. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative sociology*, 5(2), 137-182.
- Spurling, N., McMeekin, A., Shove, E., Southerton, D., & Welch, D. (2013). Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behaviour. *Manchester: Sustainable Practices Research Group*.
- Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104-115.



Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424

Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81-98.

WCED (1987). *Our common future, the Brundtland Report*. Oxford: Oxford University Press.