

هل يؤثر تنوع الملصقات البيئية على اختيار الوجبات؟ دراسة تجريبية.

تأليف

مدرس الدكتور محمد لوتي

مارس 30, 2026

اقتبس من هذا المقال

مدرس الدكتور محمد لوتي (2026). هل يؤثر تنوع الملصقات البيئية على اختيار الوجبات؟ دراسة تجريبية.. عرب
سايكولوجي. تم الاسترجاع من <https://arabpsychology.com/?p=120320>

تخيل أنك في مطعم، أو تتصفح قائمة طعام عبر الإنترنت. هل تولي اهتماماً للشعارات الصغيرة بجانب كل طبق؟ تلك الشعارات، المعروفة باسم "علامات بيئية" (ecolabels)، تهدف إلى إرشاد المستهلكين نحو الخيارات الأكثر استدامة. لكن هل كثرة هذه العلامات تؤثر على قدرتها على التأثير في قراراتنا الغذائية؟ سؤال يبدو بسيطاً، لكن الإجابة عليه قد تكون معقدة، وهو ما سعى باحثون للإجابة عليه مؤخراً.

منهجية البحث

قام الباحثون، بقيادة إيمي بيغز، بإجراء تجربة عشوائية عبر الإنترنت لفهم كيف يؤثر عدد العلامات البيئية المعروضة على اختيارات الوجبات. تم تجنيد مجموعة من المشاركين، ثم تم تقسيمهم عشوائياً إلى مجموعات مختلفة. كل مجموعة واجهت سيناريو افتراضياً لاختيار وجبة من قائمة طعام. الفرق الرئيسي بين المجموعات كان عدد العلامات البيئية المعروضة بجانب كل طبق. بعض المجموعات لم تر أي علامات بيئية على الإطلاق، بينما رأت مجموعات أخرى أطباقاً تحمل علامة بيئية واحدة، أو علامتين، أو حتى أربع علامات مختلفة.

العلامات البيئية المستخدمة في التجربة لم تكن علامات حقيقية معروفة على نطاق واسع، بل علامات مصممة خصيصاً للدراسة. هذا الإجراء يهدف إلى تجنب أي تحيزات قد تنشأ من معرفة المشاركين المسبقة بعلامات معينة. تم تصميم العلامات لتمثل جوانب مختلفة من الاستدامة، مثل انخفاض انبعاثات الكربون، أو ممارسات زراعية مستدامة، أو دعم التنوع البيولوجي. بعد اختيار الوجبة، طُلب من المشاركين تقييم مدى أهمية الاستدامة بالنسبة لهم، ومدى ثقتهم في العلامات البيئية المعروضة.

تصميم التجربة

استخدم الباحثون تصميمًا دقيقاً للتجربة لضمان أن أي اختلافات في اختيارات الوجبات يمكن أن تُعزى بشكل معقول إلى عدد العلامات البيئية المعروضة. تم التحكم في عوامل أخرى مثل سعر الوجبة، ووصفها، وصورتها، لتقليل أي تأثيرات خارجية. كما تم جمع بيانات ديموغرافية عن المشاركين، مثل العمر والجنس ومستوى التعليم، لتحليل ما إذا كانت هذه العوامل تؤثر على النتائج.

النتائج

أظهرت النتائج أن وجود العلامات البيئية، بشكل عام، زاد من احتمالية اختيار المشاركين للوجبات التي تحمل هذه العلامات. ولكن، المفاجأة كانت أن التأثير الإيجابي للعلامات البيئية بدأ يتضاءل مع زيادة عددها. بمعنى آخر، عندما كان هناك عدد قليل من العلامات البيئية، كان المشاركون أكثر عرضة للاستجابة لها واختيار الوجبات المستدامة. ولكن عندما كان هناك الكثير من العلامات، بدا أن المشاركين أصبحوا "مرهقين" بالعلامات وفقدوا الاهتمام بها.

لاحظ الباحثون أيضاً أن الثقة في العلامات البيئية انخفضت مع زيادة عددها. يبدو أن المشاركين بدأوا يشككون في مصداقية العلامات عندما رأوا الكثير منها، وافترضوا أنها قد تكون مجرد "تسويق أخضر" (greenwashing) - أي محاولة لتقديم صورة مضللة عن المنتج على أنه صديق للبيئة. بالإضافة إلى ذلك، وجدوا أن المشاركين الذين أبدوا اهتماماً أكبر بالاستدامة في البداية كانوا أكثر عرضة للتأثر بعدد العلامات البيئية، حيث كانوا أكثر حساسية لظاهرة "الإرهاق بالعلامات".

دلالات البحث

تشير هذه النتائج إلى أن مجرد وجود العلامات البيئية ليس كافياً لتشجيع المستهلكين على اتخاذ خيارات غذائية أكثر استدامة. بل إن كثرة هذه العلامات قد يكون لها تأثير عكسي، مما يقلل من فعاليتها ويؤدي إلى فقدان ثقة المستهلكين. هذا له آثار مهمة على الشركات المصنعة للأغذية، والمنظمات التي تصدر العلامات البيئية، وصانعي السياسات.

من الواضح أن هناك حاجة إلى تبسيط نظام العلامات البيئية، وتقليل عدد العلامات المعروضة على المنتجات. بدلاً من إغراق المستهلكين بكم هائل من المعلومات، يجب التركيز على عدد قليل من العلامات الواضحة والموثوقة التي تمثل جوانب مهمة من الاستدامة. كما يجب على الشركات المصنعة للأغذية أن تكون شفافة بشأن ممارساتها البيئية، وأن تتجنب استخدام العلامات البيئية بشكل مضلل.

بالإضافة إلى ذلك، يجب على صانعي السياسات النظر في وضع معايير موحدة للعلامات البيئية، لضمان أن جميع العلامات تتبع نفس القواعد والإجراءات. هذا سيساعد على بناء ثقة المستهلكين في العلامات البيئية، وتشجيعهم على اتخاذ خيارات غذائية أكثر استدامة. في نهاية المطاف، الهدف هو تمكين المستهلكين من اتخاذ قرارات مستنيرة، والمساهمة في نظام غذائي أكثر صحة واستدامة للجميع.

Reference

Biggs E. (2025). *Does the range of ecolabels on offer alter their impact on meal selection? An online randomised control trial*. BMC Public Health, 26(1), 226-226

DOI: [10.1186/s12889-025-25870-8](https://doi.org/10.1186/s12889-025-25870-8)