

## اثر جهت گیری های ارزشی بر رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه به واسطه تئوری ارزش عقیده هنجار و نظریه انتظار در میان گردشگران دربند و درکه

یزدان شیرمحمدی\*<sup>۱</sup>، غزاله دارابی<sup>۲</sup>، زینب هاشمی باغی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۸/۲/۱۸- تاریخ پذیرش: ۹۸/۶/۱۱

### چکیده

کشور ایران از نظر جاذبه طبیعی بسیار غنی است و امروزه گردشگری محیط زیستی نیز در صنعت گردشگری حائز اهمیت است. رفتار محیط زیستی گردشگران لازمه و ضرورتی جهت رسیدن به توسعه پایداری گردشگری و حفظ مناطق طبیعی است. در این پژوهش به بررسی اثر سه جهت گیری ارزشی محیط زیست، نوع دوستی اجتماعی و خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه در میان گردشگران دربند و درکه به واسطه آگاهی محیط زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش های محیط زیست، رفتارهای حافظ محیط زیست و رضایت از گردشگری محیط زیست پرداخته شده است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق در زمره ی تحقیقات توصیفی پیمایشی قرار می گیرد. جامعه آماری پژوهش، گردشگران درکه و دربند تهران است. روش نمونه گیری این پژوهش در دسترس است. در تعیین تعداد نمونه پژوهش از جدول مورگان استفاده گردید و نمونه آماری این پژوهش ۳۷۰ نفر تعیین شد. تحلیل های آماری نیز با استفاده از نرم افزار SPSS و Amos انجام شده است. در تحلیل استنباطی داده ها از ضریب آلفای کرونباخ و جهت تعیین ثبات درونی ابزار از آزمون KMO و کرویت بارتلت برای مناسب بودن حجم نمونه و درست بودن تفکیک عامل ها و برای تعیین ارتباط علی بین متغیرها از روش مدل معادلات ساختاری استفاده شد. یافته ها پژوهش حاکی از آن است جهت گیری ارزشی محیط زیست و جهت گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی بر رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیط زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش های محیط زیست، رفتارهای حافظ محیط زیست و رضایت از گردشگری محیط زیست تأثیرگذار است، همچنین جهت گیری ارزشی خودخواهانه به طور معکوس اثرگذار است. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که جهت گیری های ارزشی نقش مهمی در شکل دهی رفتارهای گردشگری محیط زیستی در سطح جامعه ایفا می کنند، اما باید توجه داشت که یگانه متغیر هدایت کننده رفتار گردشگر محیط زیستی نیست و در کنار آن بایستی به نقش متغیرهایی همچون عوامل موقعیتی، نگرش افراد، دانش و آگاهی افراد از موضوع و درک اهمیت آن نیز توجه کرد.

**کلید واژگان:** آگاهی محیط زیست، ارزش های محیط زیست، رفتارهای حافظ محیط زیست، رضایت از گردشگری محیط زیست، رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران. (نویسنده مسئول)؛ y.shirmohammadi@pnu.ac.ir

۲. کارشناس ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران.

۳. کارشناس ارشد و مدرس دانشگاه پیام نور، گروه مدیریت بازرگانی، تهران.

## مقدمه

سفر کردن و آشنایی با سرزمین‌های تازه از دیرباز مورد توجه بشر بوده و در فرهنگ‌های گوناگون جهان دارای اهمیت و گاه نیز مقدس شمرده می‌شده است (پاشایی و همکاران، ۱۳۹۵). گردشگری سیستمی است پیچیده، متشکل از عناصر و خرده سیستم‌های متعدد همراه با گروه‌های درگیر و ذینفع مختلف. این مجموعه زمانی می‌تواند به نقش خود به‌عنوان تحقق‌دهنده توسعه عمل کند که همه عناصر آن در یک مجموعه هماهنگ شده با یکدیگر قرار داده شوند و گروه‌های درگیر و ذینفع دارای رضایتمندی باشند (صیف و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر با گسترش صنعت گردشگری تأثیرات منفی آن بر محیط‌زیست مشهود است. گردشگران نیز از جمله گروه‌هایی هستند که به دلیل شدت تأثیراتی که رفتارهای زیست‌محیطی آن‌ها بر محیط مقاصد به‌جا می‌گذارد. در معرض مطالعه رفتار زیست‌محیطی قرار دارند (فاضلی و جعفر صالحی، ۱۳۹۲). امروزه ارتباط بین انسان و طبیعت به‌عنوان یک موضوع مهم مورد توجه قرار گرفته است، زیرا به نظر می‌رسد منابع طبیعی سریع‌تر از زمانی که برای بازیابی لازم دارند، توسط انسان‌ها مصرف و تخریب می‌شوند (میلر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). درک رفتار محیط دوستانه گردشگران و شناخت عوامل اثرگذار بر آن لازمه اساسی جهت رسیدن به توسعه پایدار در زمینه گردشگری طبیعت محور است (رامکیسون<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). رعایت اصول توسعه پایدار در هر سه بخش دولتی خصوصی و مدنی ضروری است. از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز است، به‌عنوان یک نیاز مطرح می‌شود (صابری و همکاران، ۱۳۹۸). توسعه مستلزم تلاش برای بهبود وضعیت زندگی مردم است. توسعه تنها درباره افزایش ثروت نیست، توسعه یعنی تغییر، تغییر در رفتار، آرمان‌ها و روشی است که فرد دنیای اطراف را باز می‌شناسد و نسبت تبع آن واکنش نشان می‌دهد. توسعه شامل تغییر در رفتار انسان‌ها و نهادها نیز است و به‌صورت گسترده‌تری کیفیت زندگی را نیز در مواردی از قبیل امید زندگی، رعایت اصول اخلاقی، اکتساب فرهنگی، دستیابی به آزادی‌های اولیه، غذا، منزلت اجتماعی و رفاه معنوی در برمی‌گیرد (تاج‌زاده‌نمین،

1. Miller

2. Ramkissoon

۱۳۸۳). تعارض بین ایده‌آل‌های توسعه پایدار و بهره‌گیری از منابع طبیعی برای کسب درآمدهای اقتصادی در دهه‌های اخیر با شتاب روزافزونی ادامه یافته است و در این میان همواره اولویت به منافع اقتصادی داده شده و حفاظت محیطی تا حدود زیادی مغفول واقع شده است (زاهدی، ۱۳۸۸). به‌رحال مناسبات بین گردشگری و محیط هم اساسی و هم پیچیده است. میان این دو، وابستگی متقابلی وجود دارد که در اصطلاح به آن هم‌زیستی می‌گویند. این هم‌زیستی به زبان ساده بدین معناست که گردشگری توسعه‌ی خود را مرهون محیط‌های باکیفیت بالا است، بنابراین آن محیط‌ها نیز باید از سطوح بالای حفاظت برخوردار شوند تا ارزش خود را به‌عنوان منابع گردشگری حفظ کنند (استفان، ۱۳۸۸: ۱۱۴). با توجه به این که جاذبه‌های گردشگری هسته‌ی اصلی توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری به شمار می‌روند، هر تغییری که منجر به تنزل کیفیت محیط طبیعی در جاذبه‌های طبیعی گردشگری شود، از میزان مطلوبیت فضا برای گردشگران و بازدیدکنندگان می‌کاهد و به‌تدریج تعداد بازدیدکنندگان از جاذبه‌های طبیعی با افت محسوسی مواجه می‌شود. از این‌رو، توجه به اثرات مثبت و منفی گردشگری بر محیط‌زیست و مدیریت آن اهمیت می‌یابد (ضیایی و تراب‌احمدی، ۱۳۹۲: ۱۶۶). یکی از مهم‌ترین اقدامات در این عرصه ایجاد تغییرات مطلوب در رفتار گردشگران به‌منظور حفظ محیط‌زیست است که با استفاده از نظریه‌های موجود در پی یافتن چارچوبی قوی برای توضیح رفتارهای گروه‌های طرفدار محیط‌زیست در هنگام سفر است. در حوزه گردشگری تعداد زیادی از مطالعات بر محصولات و خدمات سازگار با محیط‌زیست متمرکز شده است؛ که از جمله آن می‌توان به‌عنوان مثال هتل‌های سبز (هان<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰)، محیط‌زیست گردشگری (لی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲) و گردشگری داوطلبانه (ویور<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲) اشاره کرد. از سوی دیگر مطالعات اکولوژیک اغلب بر قدرت رفتارهای عمومی تأکید دارند (کیاکاسین و هان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷). بهترین راه برای افزایش پایداری زیست‌محیطی تمرکز بر گردشگران است. گردشگران با داشتن رفتاری محیط دوستانه در مکان مورد بازدید نقش مهمی در کاهش اثرات مخرب بر

1. Han
2. Lee
3. Weaver
4. Kiatkawsin & Han

محیط‌زیست دارند (جوان و دولنیکار<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). بامبرگ و موسر<sup>۲</sup> اعتقاد دارند، تحلیل مسائل زیست‌محیطی مستلزم دانش جامعه‌شناختی است و مطالعات در حوزه مسائل زیست‌محیطی دیگر در انحصار دانشمندان علوم طبیعی نیست، بلکه مشکلات زیست‌محیطی نیازمند مطالعات جامعه‌شناختی و راه‌حل‌های اجتماعی‌اند. از این رو از دیدگاه جامعه‌شناسان محیط‌زیست، طبیعت و جامعه در کنار هم قابل درک است و نباید آن‌ها را جدا از هم در نظر گرفت (حمایت‌خواه جهرمی و همکاران، ۱۳۹۶)؛ بنابراین طرفداران محیط‌زیست اعتقاد دارند که برای حل مسائل زیست‌محیطی باید از علوم رفتاری و جامعه‌شناختی بهره گرفت. نگرش‌های زیست‌محیطی خود تحت ارزش‌های خاص فایده‌گرایانه، مذهبی، زیست‌محیطی و ملی است (فاضلی و جعفر صالحی، ۱۳۹۲). گرونج و توگرسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) بیان می‌کنند، نگرش و عمل گروه‌های تحصیل‌کرده و جوان شکاف قابل توجهی با گروه‌های دیگر جامعه دارد و رفتارشان نیز متأثر از همین نگرش‌هاست؛ افراد بر اساس ملاحظات زیست‌محیطی، کمتر از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند، زنان بیش از مردان به محیط‌زیست اهمیت می‌دهند. همچنین افراد طبقه پایین تمایل کمتری به اجرای سیاست‌های زیست‌محیطی دارند (کیاکاسین و هان، ۲۰۱۷). مشکلات محیط‌زیستی روزبه‌روز در حال افزایش است، امروزه اهمیت محیط‌زیست در صنعت گردشگری بسیار افزایش یافته است، بدون توجه به حفظ محیط‌زیست توسعه صنعت گردشگری دور از ذهن به نظر می‌رسد. حفظ محیط‌زیست نیز نیازمند رفتار محیط‌زیستی مناسب است. امروزه با گسترش صنعت گردشگری تأثیرات منفی آن بر محیط‌زیست در برخی از مناطق دیده می‌شود. گردشگران نیز از جمله گروه‌هایی هستند که به دلیل شدت تأثیراتی که رفتارهای محیط‌زیستی آن‌ها بر محیط مقاصد به جا می‌گذارد در معرض مطالعه رفتار زیست‌محیطی قرار دارند. این مطالعه به بررسی اثر جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیست، نوع دوستی اجتماعی و خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی در میان گردشگران دربند و در که به‌واسطه نظریه عقیده باور هنجار استرن (آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت و هنجارهای شخصی) و نظریه انتظار ورووم (ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و

1. Juvan & Dolnicar
2. Bamberg & Moser
3. Gronhoj & Thogersen

رضایت از گردشگری محیط زیست) گردشگران شهرستان دربند و درکه می پردازد. این گردشگران از اول بهمن ماه تا اواخر فروردین ماه ۱۳۹۸ به این مکان ها سفر کردند. با توجه به نزدیکی دربند و درکه به نقاط مهم جمعیتی و گردشگر فرست کشور یعنی استان تهران، اواخر هفته تعداد زیادی از گردشگران از این منطقه بازدید می کنند. این مناطق از نقاط مهم گردشگری در استان تهران و به تبع در کشور محسوب می شود. علت انتخاب این جامعه آماری این است که میزان بارگذاری گردشگری در این مناطق نسبتاً زیاد است و از طرف دیگر برخی از گروه های گردشگرانی که از مناطق دربند و درکه بازدید می کنند، دارای دغدغه های محیط زیستی هستند. این گردشگران عمدتاً دارای تحصیلات نسبتاً بالایی می باشند، در واقع هدف از انجام این مطالعه بررسی چارچوبی جامع تر درباره ایجاد رفتارهایی سازگارتر با محیط زیست حین گردشگری و کاهش آسیب رساندن به محیط زیست است.

#### چهارچوب نظری

ژونگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱) بیان می کنند که در حال حاضر محیط طبیعی به عنوان عامل کلیدی در گردشگری شناخته شده و از طرف دیگر، توسعه صنعت گردشگری با محیط طبیعی و اجتماعی و فرهنگی در تعامل است. توسعه صنعت گردشگری یک شمشیر دو لبه است که در آن نه تنها به ایجاد اثرات مثبت (مانند اشتغال و زیباسازی محیط زیست) بلکه همچنین، اثر منفی بر محیط زیست بیوفیزیکی (مانند آلودگی آب، آلودگی هوا، تخریب اکوسیستم) و محیط اجتماعی و فرهنگی (مانند از دست دادن فرهنگ سنتی) می شود (صیف و همکاران، ۱۳۹۶). کشورهای در حال توسعه از جمله ایران نیز ممکن است، مستعد عوارض جانبی محیط زیستی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی هم زمان با توسعه گردشگری باشند. پس با افزایش ظرفیت گردشگری در ایران توجه به حفاظت از منابع طبیعی نیز اهمیت بیشتری می یابد (خوشکام و همکاران، ۲۰۱۶) اکوتوریسم برای رونق صنعت جهانگردی نیاز به حفاظت منابع طبیعی و فرهنگی دارد و رفتار مسئولانه زیست محیطی که به محدود کردن یا اجتناب از آسیب رساندن به محیط زیست کمک می کند، مکانیزمی از حفاظت محیط زیست است (جعفری و همکاران،

۱۳۹۶). نگرش‌های محیط‌زیستی خود تحت سیطره ارزش‌ها خاص فایده‌گرایانه، مذهبی، محیط‌زیستی و ملی است. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد، تحصیل کرده‌ها نگرش محیط‌زیستی مناسب‌تری دارند و رفتارشان نیز متأثر از همین نگرش‌هاست و بر اساس ملاحظات زیست‌محیطی، کمتر از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند، زنان بیشتر از مردان موافق رفتارهای مناسب محیط‌زیست‌اند و اعمالی نظیر جداسازی زباله‌ها و توجه به برچسب‌های محیطی را بیشتر انجام می‌دهند و مردم در حالت کلی با اقدامات تنبیهی و تنظیمی برای ایجاد رفتارهای محیط‌زیستی موافق‌اند. اگرچه در مواردی که اجرای عملی سیاست‌ها پیش می‌آید، موافقت کمتر می‌شود. همچنین افراد طبقه پایین پیش از بقیه طبقات اجتماعی با اعمال سیاست‌های محیط‌زیستی مخالف‌اند (فاضلی و جعفرصالحی، ۱۳۹۲). یکی از راه‌های شناخت عوامل محدودکننده‌ای که در شکل‌دهی به ارزش‌ها محیط‌زیستی افراد نقش دارد، مطالعه جهت‌گیری‌های ارزشی است که رفتار محیط‌زیستی گردشگران را تعیین می‌کند. به‌طور کلی سه جهت‌گیری ارزشی که در مطالعات محیط‌زیستی درخور توجه هستند. ۱- جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیستی که تمرکز انسان‌ها بر گونه‌های غیرانسانی و سپهرهای زیستی دیگر است. ۲- جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستی اجتماعی که افراد در پی رفاه و آسایش انواع بشر هستند و ۳- جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه که افراد می‌کوشند در آن منافع شخصی را پررنگ کنند (استگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). تأثیر جهت‌گیری‌های ارزشی بر رفتارهای زیست‌محیطی انکارناپذیر است، اما باید گفت هرگز جهت‌گیری‌های ارزشی تمام انواع رفتار را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند یا دست کم این کار را به شیوه یکسان انجام نمی‌دهند (کورالیزا و برنگر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰: ۳). نکته حائز اهمیت این که آگاهی از مسائل زیست‌محیطی سبب افزایش ارتباط میان سلامت فردی و حفاظت زیست‌محیطی خواهد شد. آگاهی از صدمات ناشی از تخریب محیط‌زیست می‌تواند، مردم را به مراقبت از آن و مشارکت در رفتاری‌های مسئولانه زیست‌محیطی برانگیزد (صالحی، ۱۳۹۲: ۱۰۹). همچنین هنجارهای شخصی در نگرش و کنترل رفتاری تأثیر قابل‌توجهی در نیت گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست دارد (هالپنی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۴۱۱).

1. Steg
2. Corraliza & Berenguer
3. Halpenny

تحقیقات نشان می‌دهد که اصلاح رفتار مسئولانه محیط‌زیستی، زمانی به کار می‌رود که گردشگران تأثیر رفتار بر محیط و رعایت هنجارهای شخصی را در مکان‌های گردشگری در نمایند. به‌منظور دستیابی به پایداری زیست‌محیطی در مکان‌های گردشگری، رعایت رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی از سوی گردشگران دارای اهمیت است (چیو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۲۴)؛ بنابراین می‌توان گفت مسئولیت زیست‌محیطی می‌تواند، روشی مؤثر و کارآمد بر کاهش تخریب محیط‌زیست در مقاصد گردشگری باشد (صیف و همکاران، ۱۳۹۶). در این میان رفتارهای حافظ محیط‌زیست عامل پیشگیرانه‌ای است که طی آن گردشگران برای محافظت از محیط‌زیست و مناطق گردشگری، اقدام به همدلی با طبیعت و پرداختن به مسائل زیست‌محیطی می‌نمایند. رفتارهای حافظ محیط‌زیست، شکلی از رفتاری داوطلبانه به بهترین شیوه برای جلوگیری از آسیب رسیدن به محیط‌زیست است که به پایه همدلی گردشگران در مکان‌های گردشگری با یک منطقه گردشگری و حفاظت از آن صورت می‌گیرد. این رفتارها شامل کاهش آلودگی تولیدشده در سفر و سالم نگه‌داشتن یک منطقه گردشگری است (لی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۳: ۴۵۶). در این مطالعه سعی شده است، چارچوبی برای بررسی اثر جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیست، نوع‌دوستی اجتماعی و خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی در میان گردشگران دربند و در که ارائه گردد، این ارتباط از طریق نقش نظریه عقیده باور هنجار استرن (آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت و هنجارهای شخصی) و نظریه انتظار ورووم (ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و رضایت از گردشگری محیط‌زیست) مورد بررسی قرار گرفته است که در ادامه به توضیح این مفاهیم می‌پردازیم.

### رفتار محیط‌زیستی دوستانه گردشگران

کتی‌اچ‌اس‌یو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸ گردشگر را در دنیای مدرن امروز، فردی آگاه‌تر و با تجربه‌تر از گردشگر سنتی می‌داند که به دنبال برقراری ارتباط با طبیعت و ارتقا ابعاد غیرمادی زندگی خود است، لذا از عینیات فراتر می‌رود و به دنبال کشف حقیقت زندگی و درک معنای حقیقی

1. Chiu
2. Lee
3. Cathy HSU

پدیده‌هاست و روحیه ماجراجویانه و اکتشافی او بستر را برای کسب تجربیات ذهنی فراهم می‌سازد (ایمانی خوشخو و همکاران، ۱۳۹۷). رفتار محیط‌زیستی دوستانه شامل فعالیت‌هایی است که برای به حداقل رساندن تأثیر منفی فعالیت‌های انسانی بر محیط‌زیست و بهبود آن به کار می‌رود. رفتارهای محیط‌زیست گرایانه مجموعه‌ای از کنش‌های آگاهانه افراد جامعه نسبت به محیط‌زیست است که طیف وسیعی از احساسات، تمایلات و آمادگی‌های خاص برای رفتار مطلوب نسبت به محیط‌زیست را شامل می‌شود (لی و همکاران، ۲۰۱۵). به عبارت دیگر رفتار محیط‌زیستی رفتار مثبت در برابر محیط‌زیست است که در آن کنشگر اگر از محیط‌زیست حفاظت نمی‌کند، حداقل به آن آسیبی نمی‌رساند. این مطالعه در پی اندازه‌گیری رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران از جمله اولویت خرید محلی، محصولات ارگانیک، اجتناب از خرید کیسه‌های پلاستیکی، استفاده مجدد بطری‌های پلاستیکی، صرفه‌جویی در استفاده از آب و برق، مرتب‌سازی و بازیافت زباله‌ها و جلوگیری از آشفته‌گی حیات وحش است. تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که عواملی مانند سن، سطح درآمد، جنسیت، سطح تحصیلات و زمینه‌های اجتماعی در نگرش و رفتار زیست‌محیطی افراد مؤثر هستند (بودآنو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

### نظریه ارزش عقیده - باور - هنجار

استرن<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۰ نظریه ارزش عقیده- باور- هنجار را که در واقع ترکیبی از نظریه ارزش، پارادایم اکولوژیکی نوین و الگوی هنجار کنش شواترز<sup>۳</sup> را پیشنهاد کرد. این نظریه سه جهت-گیری ارزشی محیط‌زیست<sup>۴</sup> (ارزش‌گذاری بر تمامی گونه‌های محیط‌زیستی) نوع دوستی اجتماعی<sup>۵</sup> (رفاه سایر انسان‌ها) و خودخواهانه<sup>۶</sup> (کسب منافع شخصی) در ارتباط با محیط‌زیست را مطرح می‌کند. این نظریه زیربنا و چارچوب رفتاری افراد در قبال محیط‌زیست را جهت می‌دهد. بر این اساس ارزش‌های محیط‌زیست، نوع دوستانه و خودخواهانه مبنایی برای اعتقادات

1. Han & Budeanu
2. stern
3. Schwartz
4. Biospheric
5. Altruistic
6. Egoistic



محسوب می‌شوند که رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. تحقیقات گسترده در حوزه زیست محیط نشان داده است که افرادی که نگرش زیست کره دارند، رفتارهای حامی محیط‌زیست از خود نشان می‌دهند. از طرفی افراد با دیدگاه ارزشی خودخواهانه رفتار زیست‌محیطی مناسبی ندارند (کیاکاسین وهان، ۲۰۱۷). از سوی دیگر دانلپ<sup>۱</sup> ۱۹۷۸، با طرح ایده‌ی پارادایم نوین زیست‌محیطی، پارادایم اجتماعی مسلط (اولویت بر رشد اقتصادی) را زیر سؤال برد و به تئوری محیط‌زیستی جدید (اولویت در حفظ قابلیت‌های محیط‌زیستی) تأکید کرد (کیاکاسین وهان، ۲۰۱۷)؛ بنابراین آگاهی محیط‌زیستی منجر به پیدایش این پارادایم گردید که رشد اقتصادی به هر قیمتی قابل قبول نیست. با این ایده که افعال انسان و یک زیست کره آسیب‌پذیر در یک تعامل جدایی‌ناپذیر قرار دارد، این رابطه برحسب ادراک تعامل گرایانه انسان با محیط و اتصال حیات انسانی به حیات هستی در نظر گرفته شده است. بر این گمان و برحسب ادعای پارادایم نوین محیط‌زیستی، افرادی که درک محیط‌زیستی و تعامل گرایانه با محیط دارند، در حفاظت از آن نیز کوشش بیشتری دارند (توکل و همکاران، ۱۳۹۴)؛ بنابراین این رویکرد عرصه جدیدی را در جامعه‌شناسی مدنظر قرار داد تا محیط‌زیست به‌اندازه فرآیندهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی موردتوجهات و تمایلات جامعه‌شناختی قرار گیرد (حمایت‌خواه جهرمی و همکاران، ۱۳۹۶). ساختار بعدی نظریه هنجار شخصی محیطی است، این نظریه رفتار زیست‌محیطی را پاسخی به هنجارهای شخصی افراد می‌داند. منظور از آگاهی حد توجه یک فرد است که روی شخص یا نهاد انتزاعی (به‌طور مثال محیط‌زیست) تأکید دارد. این هنجارها در افرادی وجود دارد که اعتقاد دارند، بعضی شرایط خاص باعث تهدید و ایجاد خطر برای دیگران می‌شود و همچنین اعتقاد دارند که آگاهی محیط‌زیستی می‌توانند، موجب دفع این عواقب شوند. احساس مسئولیت عامل بعدی هنجارهای شخصی و حفظ محیط‌زیست است (بامبرگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). احساس مسئولیت به این معنی است که فرد شخصاً خود را مسئول عواقب رفتاری درک شده بداند. از سوی دیگر، آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت و هنجارهای شخصی سه بعد از نظریه فعال‌سازی هنجار شوارتز است. به‌صورت کلی فرض اصلی در نظریه فعال‌سازی هنجار این است که افراد نسبت به محیط‌زیست احساس تعهد می‌کنند و می‌توانند از

1. Dunlap  
2. Bamberg

طریق نگرش‌های ارزشی نوع‌دوستانه نسبت به جلوگیری از آسیب رساندن به محیط‌زیست مورد تشویق و انگیزش قرار گیرند. در انتهای زنجیره علمی ساختار این تحقیق گرایش به رفتارهای زیست‌محیطی حین سفر گردشگران را اندازه‌گیری می‌کند (کیاکاسین وهان، ۲۰۱۷).

### نظریه انگیزشی توقع و انتظار ورووم<sup>۱</sup>

نظریه ورووم براین فرض استوار است که گزینش‌هایی که توسط یک شخص از میان راه-کارهای گوناگون به عمل می‌آید، قاعدتاً مربوط به رویدادهای روانی و روان‌شناختی است و هم‌زمان با آن رفتار رخ می‌دهد (کیاکاسین وهان، ۲۰۱۷)؛ به عبارت دیگر رفتار مردم در نتیجه انتخاب‌های آگاهانه‌ای است که از میان راه‌های گوناگون انجام می‌گیرد و این انتخاب و گزینش‌ها (رفتارها) به‌طور سیستمی با فرآیند روانی و روان‌شناختی مربوط است. به‌ویژه با ادراک و شکل‌گیری عقاید و نظریات ارتباط دارد. نظریه انتظار فرض می‌کند که افراد میان رویدادها یا حالت‌های طبیعی رجحان و برتری‌هایی را در نظر دارند و اصطلاح والانس را در اشاره به جهت‌گیری عاطفی و احساسی که مردم نسبت به پیامدها قائل می‌شوند به کار می‌برد (ملک‌محمدی، ۱۳۷۶). گری<sup>۲</sup> (۱۹۸۵) معتقد است، ارزش‌ها راه دیدن جهان و ارتباط با آن هستند و به همین دلیل در رفتاری که انسان در قبال طبیعت به‌عنوان بخشی از جهان زیستی‌اش دارد، مؤثرند (فاضلی و جعفر صالحی، ۱۳۹۲). مهم‌ترین مظهر والانس‌های مردم درباره پیامدهای وابسته به کار آن‌ها است. درواقع والانس‌ها به سطح رضایتی که شخص انتظار رسیدن به آن را دارد اشاره می‌کنند، نه ارزش واقعی که شخص عملاً از آن‌ها برخوردار می‌شود؛ بنابراین ارزش یا والانس، سطح مورد انتظار رضایت و یا نارضایتی است که توسط پیامدهای مربوط به عمل پدید می‌آید. پیامدها با خود والانس و ارزش به همراه می‌آورند. در اینجا بروز این پیامدها نیازمند یک وسیله یا عامل و رابط است. والانس شامل ارزش‌های فردی می‌شود اهداف یا ترجیحات مانند تمایل به زندگی در یک شهر بدون آلودگی هوا است (گورکو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱). لذا در این نظریه از طریق وسیله‌عاملی (ادراکی که عملکرد را به نتایج مطلوب هدایت

1. Vroom's expectancy theory

2. Gary

3. Gyurko

می‌کند) می‌توان به نتایج ارزشی مثبت دست یافت؛ بنابراین این ارزش منجر به ابزاری می‌شود که شخص تلاش بیشتری در کاهش آلودگی هوا از خود نشان می‌دهد. سهم فرد ظاهراً کوچک است، ولی در کل مؤثر است. سومین جز از این نظریه، انتظار نامیده می‌شود و آن شدت باور فرد درباره ممکن بودن یک پیامد خاص است (ملک‌محمدی، ۱۳۷۶). در این نوشتار تلاش شده است؛ رفتار محیط‌زیستی گردشگران با توجه به نظریه انتظار مورد مطالعه قرار گیرد. در این مطالعه از نظریه انتظار برای توضیح ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و رضایت از گردشگری محیط‌زیستی استفاده شده است. در این نظریه هر سه بعد به صورت انفرادی اندازه‌گیری می‌شوند و با هم نیروی انگیزشی را تشکیل می‌دهند. با این حال، برای سنجش نیروی انگیزشی یا قصد رفتار محیط‌زیستی گردشگران، نظریه ورووم را به صورت یک زنجیره‌ی علی در نظر گرفته است. نظریه انتظار از زمانی که ارائه شد، به روش‌های مختلفی تفسیر شده است. در مطالعات گردشگری، کمتر از این چارچوب برای توضیح انگیزه گردشگران از انتخاب مقصد و فعالیت‌های حین سفر استفاده شده است. از آنجایی که نظریه انتظار در مطالعات محیط‌زیستی گردشگری کم‌تر مورد استفاده بوده است. پس از بررسی ادبیات این نظریه و همچنین نظریه ارزش-باور-هنجار و ادغام این نظریه‌ها چارچوب کلی مطالعه ارائه شده است (کیاکاسین و هان، ۲۰۱۷).

### ترکیب دو چارچوب نظری

بالدرو<sup>۱</sup> بر این باور است که رفتارهای محیط‌زیستی با ساختارهای اجتماعی- روان‌شناختی قابلیت پیش‌بینی بیشتری دارد (کیاکاسین و هان، ۲۰۱۷). در مطالعه وی متغیرهایی مثل ارزش‌ها، نگرش و باورها نسبت به محیط‌زیست، کاملاً تجربی است و مربوط به چگونگی احساس افراد و در نهایت رفتارهای مداوم آن‌ها در محیط‌زیست است. از سوی دیگر بامبرگ و موسر<sup>۲</sup> اعتقاد دارند، ترکیب نظریه‌های اجتماعی و عقلانی می‌تواند قدرت پیش‌بینی بالاتری به همراه داشته باشد (هان، ۲۰۱۵). چارچوب نظری این مطالعه، نظریه ارزش-باور-هنجار و نظریه انگیزشی

1. Baldero

2. Moser

توقع و انتظار ورووم را به یک ترکیب در آورده است. اگرچه نظریه انتظار خود یک چارچوب محبوب است، ولی با برخی از انتقادات از سوی محققان مختلف مواجه است (گورکو، ۲۰۱۱). یک انتقاد برجسته از تئوری انتظار، فقدان توجه اجتماعی به این نظریه است. در این مطالعه با همگرایی نظریه انتظار با مدل ارزش-باور-هنجار این محدودیت به حداقل می‌رسد.

### پیشینه پژوهش

کیاکاسین وهان (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی رفتار زیست محیط دوستانه گردشگران جوان پرداختند. مدل مفهومی این مطالعه ترکیبی از نظریه ارزش باور هنجار و نظریه انتظار ورووم است. نتایج نشان داد که مدل ترکیبی پیشنهادی پیش‌بینی کننده رفتارهای زیست محیط دوستانه گردشگران جوان است. همچنین نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که متغیرهای نظریه انتظار به‌شدت در معرض هنجارهای شخصی محیطی گردشگران قرار دارد که به نوبه خود باعث نگرانی‌های محیط‌زیستی می‌شود. نتایج پژوهش صیف و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که بالاترین اثر مستقیم بر رفتارهای حافظ محیط‌زیست مربوط به هنجارهای شخصی و کمترین آن مربوط به اثر مستقیم دلبستگی مکانی بوده است. طبق یافته‌های به‌دست آمده از تحقیق فاضلی و جعفر صالحی (۱۳۹۲) رفتار محیط‌زیستی گردشگران باارزش‌های محیط‌زیستی، تصور فرهنگی و انگیزه فرهنگی رابطه مستقیم معناداری دارد، درحالی‌که بین دانش محیط‌زیستی و رفتار محیط‌زیستی گردشگران رابطه معناداری مشاهده نشد. هان (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با ترکیب نظریه ارزش باور هنجار و نظریه انتظار به ارائه یک چارچوب جامع برای شکل‌گیری برنامه‌های زیست محیطی مسافران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داده است که این مدل قدرت پیش-بینی برای قصد رفتار زیست محیط دوستانه را دارد. همچنین یافته‌ها آگاهی محیط‌زیست و هنجارهای شخصی در ایجاد قصد رفتار زیست محیط را مشخص می‌کنند. نتایج پژوهش لی و جان<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) حاکی از آن است که وقتی فردی در گردشگری مبتنی بر طبیعت (طبیعت‌محور) شرکت می‌کند، این تجربیات تفریح، نگرش‌های زیست محیطی وی را تقویت می‌کند و مشارکت وی به‌طور کلی در گردشگری و به‌طور خاص در رفتارهای مسئولانه زیست محیطی،

1. Lee & Jan

افزایش می‌یابد. زنگک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای با چارچوب اصلی نظریه ارزش-باور-هنجار و نظریه دلبستگی مکانی به بررسی رفتار زیست محیط دوستانه ساکنان مقاصد گردشگری چین پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که ارزش نوع‌دوستانه در مقایسه با ارزش‌های خودخواهانه تأثیر زیادی بر رفتار محیط‌زیستی دوستانه دارد. همچنین آگاهی محیط‌زیست فعالیت‌ها نقش مهمی بر رفتار محیط‌زیستی دوستانه‌ی افراد دارد. لی و همکاران (۲۰۱۴) با تحلیل سه نوع رفتار محیط‌زیست‌گرایانه (رفتار خرید سبز، رفتار شهروندی خوب، رفتار فعال محیط‌زیست) و روابط متقابل آن‌ها در بین شهروندان شهر سئول کره جنوبی نشان دادند که ارزش‌های نوع‌دوستانه تأثیر مستقیم و مثبتی بر رفتار زیست محیط‌گرایانه دارد. ضمن آن‌که نگرانی‌های محیط‌زیستی واسطه بین رفتار و جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستانه است. غزانی و بیژنی (۱۳۹۴) نیز پژوهش مشابهی در این‌باره انجام دادند، نتایج پژوهش آنان نشان داد که افراد با نگرش‌های ارزشی محیط‌زیست محور دارای بالاترین رفتار حفاظتی بوده و افراد با نگرش‌های خودخواهانه رفتار حفاظتی کمتری از خود نشان می‌دهند. همچنین افراد با نگرش-های نوع‌دوستانه رفتار حفاظتی بینابینی را از خود نشان داده بودند. اکسن و کورانی<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای خود بیان می‌کنند که نفوذ اجتماعی بر رفتارهای محیط‌زیستی افراد اثرگذار است. آگاهی افراد، بر نگرش‌ها و رفتار آن‌ها در محیط‌زیست تأثیر دارد. بامبرگ و موزر<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) به این نتیجه رسیدند که آگاهی و دانش تأثیر غیرمستقیم بر رفتاری حامی محیط‌زیست دارند. آن‌ها معتقدند آگاهی، پیش شرط لازم اما ناکافی برای توسعه هنجارهای اخلاقی و نگرش نسبت به رفتار حامی محیط‌زیست است. حمایت‌خواه جهرمی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای بیان می‌کنند که نگرش محیط‌زیستی دانشجویان در حد مطلوب و رضایت بخشی است و دانشجویانی که گروه تحصیلی آن‌ها با موضوعات محیط‌زیستی بیشتر مرتبط بوده (علوم کشاورزی و علوم پایه) نگرش مناسب‌تری نسبت به محیط‌زیست داشته‌اند. همچنین افزایش سطح تحصیلات دانشجویان، نگرش زیست‌محیطی آن‌ها را مطلوب‌تر می‌سازد. نتایج مطالعه فیروزجاییان گلوگاه و شفیع (۱۳۹۶) نیز نشان داد که بی‌تفاوتی زیست‌محیطی شهروندان یزد

1. Zhang

2. Axsen and Kurani

3. Bamberg &amp; Möser

در حد متوسط رو به پایین است. بی تفاوتی محیط‌زیستی با نگرش محیط‌زیستی و دانش محیط‌زیستی، احساس مسئولیت، هنجار اجتماعی و عادت به رفتارهای محیط‌زیستی رابطه‌ی معناداری دارد و با افزایش این متغیرها، بی تفاوتی زیست محیطی کاهش می‌یابد و متغیر نگرش زیست محیطی بیش از سایرین بر بی تفاوتی تأثیرگذار است. چن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای به مدل‌سازی عوامل نگرشی بر رفتارهای محیط‌زیستی در کشور چین پرداختند. ساختار این مطالعه بر اساس پارادایم اکولوژیکی است. نتایج پژوهش آنان نشان داده است که جوانان و زنان و افراد تحصیل کرده تمایل بیشتری به رفتارهای محیط‌زیستی دوستانه دارند. آنان همچنین تأکید دارند که ارتباط معنی‌داری بین درآمد افراد و نگرش محیط‌زیستی وجود دارد. افراد با درآمد بالا توجه بیشتری به رفتارهای محیط‌زیستی دوستانه دارند. نیلسون و النگیسون<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) بیان می‌کنند، نفوذ اجتماعی یک عامل مهم در پذیرش رفتار و فن‌آوری‌های همسو با محیط‌زیستی است. نتایج این مطالعه نشان داده است که آگاهی، ارزیابی و هماهنگی با خود پنداره بر عواقب پذیرش و استفاده از فن‌آوری‌های همسو با محیط‌زیست تأثیر دارد.

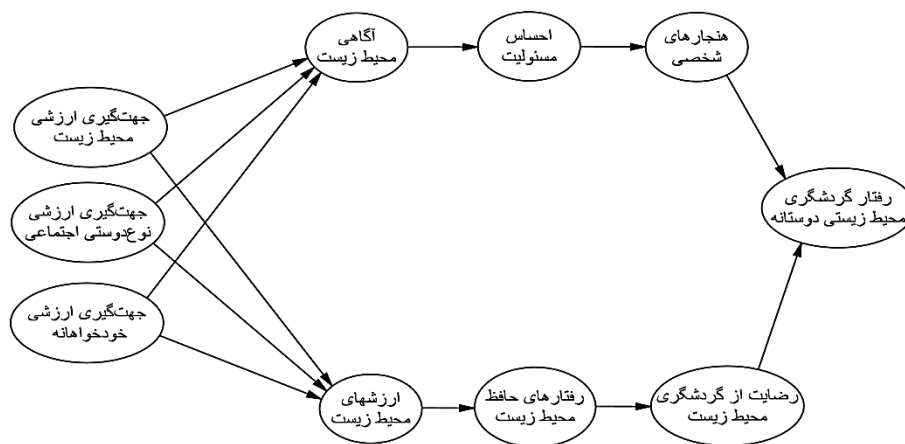
### مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش تحلیل اثر پارادایم اکولوژیکی نوین بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی به واسطه تئوری ارزش عقیده- باور- هنجار استرن و تئوری انتظار وروم است. مدل مفهومی پژوهش، برگرفته شده از مطالعه کیاکاسین وهان (۲۰۱۷) است؛ که در این پژوهش تغییراتی در آن اعمال و مدل مربوطه بومی شد. استرن در سال ۲۰۰۰ نظریه پارادایم اکولوژیکی نوین را ارائه داد که در واقع این نظریه ترکیبی از سه جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیست، جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستی اجتماعی و جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه در ارتباط با محیط‌زیست است. همچنین از نظریه عقیده باور هنجار استرن برای توضیح آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی بهره گرفته شده است و از نظریه انتظار وروم برای توضیح ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و رضایت از گردشگری محیط‌زیستی

1. chen

2. Nilsen & Ellingsen

استفاده نیز شده است. لازم به توضیح است که تاکنون در داخل کشور چنین پژوهشی انجام نپذیرفته است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش، برگرفته‌شده از مطالعه کیاکاسین وهان (۲۰۱۷)

### فرضیه‌های پژوهش

- ۱- جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیست بر آگاهی محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۲- جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیست بر ارزش‌های محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۳- جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستی اجتماعی بر آگاهی محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۴- جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستی اجتماعی بر ارزش‌های محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۵- جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه بر آگاهی محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.

- ۶- جهت گیری ارزشی خودخواهانه بر ارزش‌های محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۷- آگاهی محیط‌زیست بر احساس مسئولیت در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۸- احساس مسئولیت بر هنجارهای شخصی در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۹- ارزش‌های محیط‌زیست بر رفتارهای حافظ محیط‌زیست در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۱۰- رفتارهای حافظ محیط‌زیست بر رضایت از گردشگری محیط‌زیست محیطی در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۱۱- هنجارهای شخصی محیطی بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه گردشگران در هنگام سفر در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.
- ۱۲- رضایت از گردشگری محیط‌زیست بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه در میان گردشگران جوان شهرستان دربند و در که اثر مثبت و معناداری دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

به‌منظور آزمون فرضیه‌های مطرح‌شده جامعه آماری، گردشگران دربند و در که شهر تهران از اول بهمن‌ماه تا اواخر فروردین‌ماه ۱۳۹۸ انتخاب شده‌اند. این گردشگران اغلب از قشر تحصیل‌کرده بودند و عموماً درباره گردشگری محیط‌زیست و حفاظت از طبیعت اطلاعاتی داشتند و با این نگرش که محیط‌زیست حق همه مردم است، پس نباید آن را با رفتارهای گردشگری خودخواهانه تخریب شود، حامی محافظت از محیط‌زیست بودند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جزء تحقیقات توصیفی-پیمایشی است. روش نمونه‌گیری این پژوهش از نوع نمونه‌گیری در دسترس است. در تعیین تعداد نمونه پژوهش از جدول مورگان استفاده گردید و نمونه آماری این پژوهش ۳۷۰ نفر تعیین شد. در این پژوهش متغیر مستقل جهت‌گیری ارزشی محیط‌زیستی، جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستی اجتماعی و جهت‌گیری



ارزشی خودخواهانه هستند، متغیرهای میانجی آگاهی محیط زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش های محیط زیست، رفتارهای حافظ محیط زیست و رضایت از گردشگری محیط زیست می باشند و متغیر وابسته رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه است و برای جمع آوری داده های لازم، ۳۵ سؤال تخصیص یافته است که در جدول (۱) ابعاد و گوی های مدل آمده است. در تحلیل استنباطی داده ها از ضریب آلفای کرونباخ و جهت تعیین ثبات درونی ابزار از آزمون KMO و کرویت بار تلت برای مناسب بودن حجم نمونه و درست بودن تفکیک عامل ها و برای تعیین ارتباط علی بین متغیرها از روش مدل معادلات ساختاری استفاده شد. کلیه محاسبات آماری این پژوهش با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS23 و تحلیل های مربوط به مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Amos23 انجام گرفت و سطح معناداری تمامی آزمون  $P < 0/05$  است.

جدول ۴: ابعاد و گویه های مدل مفهومی پژوهش

سازه	گویه ها
جهت گیری ارزشی محیط زیستی منبع: (هان، ۲۰۱۵، استرن، ۲۰۰۰، استرن، ۱۹۹۹)	جلوگیری از آلودگی و حفاظت از منابع طبیعی برای من اهمیت دارد. احترام به زمین و هماهنگی با گونه های دیگر برای من اهمیت دارد. وحدت با طبیعت برای من اهمیت دارد. حفاظت از محیط زیست و حفاظت از طبیعت برای من اهمیت دارد.
جهت گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی منبع: (استرن، ۲۰۰۰، استرن، ۱۹۹۹)	من به برابری و فرصت برابر برای همه اعتقاد دارم. من به جهان در صلح و بدون جنگ اعتقاد دارم. من به عدالت اجتماعی و مراقبت از موجودات ضعیف اعتقاد دارم. کمک به دیگران برای من ارزش محسوب می شود.
جهت گیری ارزشی خودخواهانه منبع: (استرن، ۲۰۰۰، استرن، ۱۹۹۹)	من از قدرت اجتماعی، کنترل و سلطه بر دیگران لذت می برم. ثروت و دارایی های مادی برای من ارزش محسوب می شود. حق هدایت یا فرمان دادن به افراد برای من ارزش محسوب می شود.
آگاهی محیط زیست منبع: (هان، ۲۰۱۵، استرن، ۱۹۹۹)	صنعت گردشگری می تواند، باعث آلودگی، تغییر آب و هوا و ... شود. صنعت گردشگری می تواند اثرات محیط زیستی زیادی را به وجود آورد. گردشگران باعث مصرف بیش از حد انرژی، آب و سوخت در محیط میزبان می شوند.

گویه‌ها	سازه
<p>من معتقدم که هر گردشگر در برابر محیط‌زیست مسئول است. من معتقدم که هر گردشگر در برابر زوال محیط‌زیست مسئول است.</p>	<p>احساس مسئولیت منبع: (هان، ۲۰۱۵؛ استرن، ۱۹۹۹)</p>
<p>من در هنگام سفرهای گروهی احساس مسئولیت بیشتری نسبت به محیط‌زیست دارم. صرف‌نظر از آنچه دیگران در هنگام سفر گروهی انجام می‌دهند، من معتقدم باید به محیط‌زیست احترام بگذارم. من اعتقاد دارم رفتارهای زیست‌محیطی افراد در سفرهای گروهی بسیار بااهمیت است.</p>	<p>هنجارهای شخصی منبع: (هان، ۲۰۱۵؛ استرن، ۱۹۹۹)</p>
<p>اگر در گردشگری محیط‌زیستی تلاش برای نگهداری منابع طبیعی اعمال شود؛ من از سفر بیشتر لذت می‌برم. من اعتقاد دارم رفتار محیط‌زیستی در هنگام سفر یک مزیت به شمار می‌آید. به اعتقاد من انتخاب محیط‌زیست تمیز و بدون آلودگی برای سفر بسیار بااهمیت است.</p>	<p>ارزش‌های محیط‌زیست منبع: (چیانگ و جنگ، ۲۰۰۸)</p>
<p>من اعتقاد دارم که می‌توانم با رفتار زیست محیط دوستانه خود یک الگوی رفتاری برای دیگران باشم. من اعتقاد دارم که فعالیت‌های زیست‌محیطی که من انجام می‌دهم به محیط‌زیست کمک می‌کند. من اعتقاد دارم هرچه دانش بیشتری درباره محیط‌زیست داشته باشم، بیشتر می‌توانم به محافظت از آن کمک کنم.</p>	<p>رفتارهای حافظ محیط‌زیست منبع: (چیانگ و جنگ، ۲۰۰۸)</p>
<p>رفتارهای سازگار با محیط‌زیست می‌توانند، مانع از خرابی‌های بیشتر در محیط‌زیست باشد. من اعتقاد دارم رفتارهای زیست محیط دوستانه نیازی به صرف وقت بیشتری ندارد. من اعتقاد دارم، رفتارهای زیست محیط دوستانه سخت نیستند.</p>	<p>رضایت از گردشگری محیط‌زیستی منبع: (چیانگ و جنگ، ۲۰۰۸)</p>
<p>من به خرید محصولات محلی علاقه دارم. من در صورت امکان خرید، محصولات ارگانیک را ترجیح می‌دهم. من در صورت امکان، خرید با بسته‌بندی‌های سازگار با محیط‌زیست را ترجیح می‌دهم. من سعی می‌کنم، در مصرف آب و برق صرفه‌جویی کنم. من سعی می‌کنم، در مورد بازیافت و اقدامات لازم برای آن از مردمان محلی یاد بگیرم. من سعی می‌کنم، زباله‌ها را تفکیک کنم. من سعی می‌کنم تا آنجا که بتوانم از منابع محلی حفاظت کنم.</p>	<p>رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه منبع: (میلر، ۲۰۱۵؛ دلنیکار و گران، ۲۰۰۹؛ استرن، ۱۹۹۹)</p>

## یافته ها پژوهش

## تحلیل عاملی اکتشافی

در تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که می توان داده های موجود را برای تحلیل به کار برد. بدین منظور از شاخص **KMO** و آزمون بارتلت استفاده می شود. هر چه مقدار شاخص **KMO** به عدد یک نزدیک تر باشد، داده های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب-ترند (مؤمنی و قیومی، ۱۳۸۷). نتایج پژوهش نشان از قبول بودن مقادیر به دست آمده دارد.

جدول ۲: آزمون **KMO** و بارتلت پرسشنامه

آزمون <b>KMO</b>	
۰/۹۳۰	
۹۳۹۹/۱۱۳	کای اسکوئر تقریبی $\chi^2$
۵۹۵	درجه آزادی <b>df</b>
۰/۰۰۰	سطح معنی داری <b>sig</b>

## اعتبار و پایایی مدل تحقیق

برای تعیین اعتبار محتوای و روایی پرسشنامه از نظر خبرگان استفاده شد. آلفای کرونباخ همه سازه ها این پژوهش بیشتر از ۰/۷۰ است. جهت محاسبه این پایایی از نرم افزار SPSS استفاده شده است. جدول شماره (۳) شاخص های مورد نیاز جهت اعتبار و پایایی سازه ها را نمایش داده است.

جدول ۳: تحلیل عاملی تائیدی: شاخص های اعتبار و پایایی

میانگین واریانس استخراج شده ( <b>AVE</b> )	اعتبار سازه ( <b>CR</b> ) بالای	آلفای کرونباخ	سازه
۰/۵ بالای	۰/۶۰		
۰/۶۴۲	۰/۸۷۷	۰/۸۶۰	جهت گیری ارزشی محیط زیستی
۰/۵۸۲	۰/۸۴۷	۰/۸۶۰	جهت گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی
۰/۶۷۲	۰/۸۵۶	۰/۸۶۸	جهت گیری ارزشی خودخواهانه
۰/۶۴۷	۰/۸۴۶	۰/۸۴۵	آگاهی محیط زیست
۰/۷۰۹	۰/۸۳۰	۰/۸۲۷	احساس مسئولیت

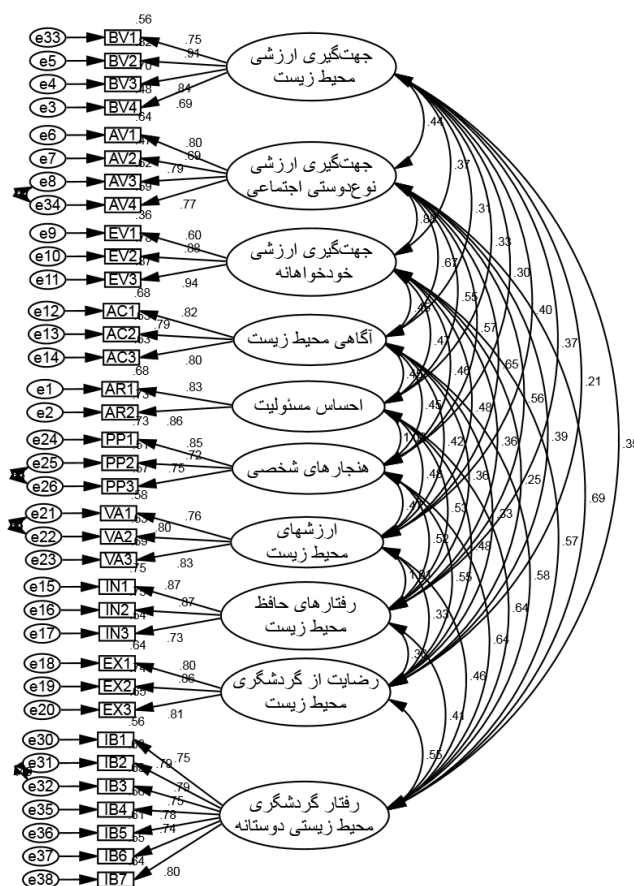
میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	اعتبار سازه (CR) بالای	آلفای کرونباخ	سازه
۰/۵ بالای	۰/۶۰		
۰/۶۰۲	۰/۸۱۸	۰/۸۴۷	هنجارهای شخصی
۰/۶۷۸	۰/۸۳۸	۰/۸۴۶	ارزش‌های محیط‌زیست
۰/۶۸۱	۰/۸۶۴	۰/۸۴۷	رفتارهای حافظ محیط‌زیست
۰/۶۷۸	۰/۸۶۳	۰/۸۶۳	رضایت از گردشگری محیط‌زیست
۰/۵۹۸	۰/۹۱۲	۰/۹۱۴	رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه

### شاخص‌های برازندگی مدل

جهت تعیین روایی و پایایی بخش اندازه‌گیری مدل، از چندین شاخص برای سنجش برازندگی مدل استفاده شد، چراکه تحلیل بخش اندازه‌گیری مدل قبل از آزمون بخش ساختاری مدل جهت اطمینان از شاخص‌های مورد استفاده در تحلیل‌های بعدی ضروری است. جدول (۴) شاخص سنجش برازندگی مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۴: شاخص‌های برازندگی مدل

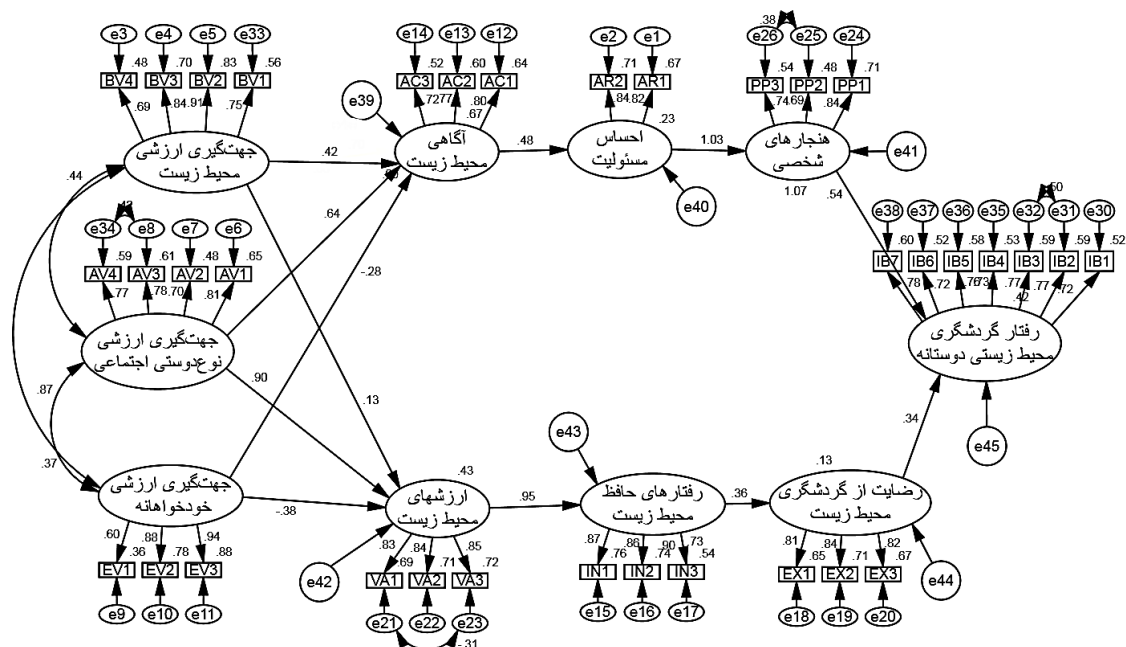
مقدار نهایی	مقدار مجاز	نام شاخص	گروه شاخص برازش
۲/۱۰۵	کمتر از ۳	CMIN/DF (کای اسکوئر بهنجار شده)	برازش مطلق
۰/۰۵۵	کمتر از ۰/۰۸	RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	
۰/۸۶۳	بالاتر از ۰/۹	GFI (نیکویی برازش)	
۰/۸۳۱	بالاتر از ۰/۹	AGFI (شاخص برازندگی تعدیل یافته)	برازش افزایشی
۰/۹۳۸	بالاتر از ۰/۹	CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای - تعدیل یافته)	
۰/۸۸۹	بالاتر از ۰/۹	NFI (برازندگی نرم شده)	
۰/۹۲۸	بالاتر از ۰/۹	TLI (برازندگی نرم نشده)	



شکل (۲): آزمون شاخص های پرازندگی مدل مفهومی پژوهش

### آزمون تحلیل مسیر

همان گونه که پیش تر عنوان شد، این پژوهش مبتنی بر ۱۲ فرضیه است. برای بررسی این فرضیه ها از روش تحلیل مسیر در نرم افزار آموس استفاده شده است. سطوح معناداری به منظور آزمون این فرضیه ها در شکل (۳) جدول (۵) نشان داده شده است. مبنای تائید فرضیه ها این است که سطح معناداری برای آن ها کوچک تر از ۰,۰۵ و ضریب مسیر مثبت باشد. با توجه به یافته های تحقیق جدول ضریب مسیر جهت گیری ارزشی خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیط زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش های محیط زیست، رفتارهای حافظ محیط زیست و رضایت از گردشگری محیط زیست به طور معکوس اثر گذار است.



شکل (۳): برآورد مسیر فرضیه‌های پژوهش

جدول ۵: بررسی فرضیه‌های پژوهش

نتیجه فرضیه‌ها	مسیر	برآورد مسیر	
		Estimate (p-value)	نتیجه فرضیه
فرضیه ۱	جهت‌گیری ارزیابی محیط‌زیستی ← آگاهی محیط‌زیست	۰/۴۲۱ (۰/۰۰۵)	تائید فرضیه
فرضیه ۲	جهت‌گیری ارزیابی محیط‌زیستی ← ارزش‌های محیط‌زیست	۰/۱۳۰ (۰/۰۲۶)	تائید فرضیه
فرضیه ۳	جهت‌گیری ارزیابی نواحی دوستی اجتماعی ← آگاهی محیط‌زیست	۰/۶۴۲ (***)	تائید فرضیه
فرضیه ۴	جهت‌گیری ارزیابی نواحی دوستی اجتماعی ← ارزش‌های محیط‌زیست	۰/۸۹۷ (***)	تائید فرضیه
فرضیه ۵	جهت‌گیری ارزیابی خودخواهانه ← آگاهی محیط‌زیست	-۰/۲۷۷ (۰/۰۲۵)	تائید فرضیه

نتیجه	برآورد مسیر	مسیر	فرضیه ها
تائید فرضیه	۰/۳۸۲ (۰/۰۰۹)	جهت گیری ارزشی خودخواهانه ← ارزش های محیط زیست	فرضیه ۶
تائید فرضیه	۰/۴۷۹ (***)	آگاهی محیط زیست ← احساس مسئولیت	فرضیه ۷
تائید فرضیه	۱/۰۳۳ (***)	احساس مسئولیت ← هنجارهای شخصی	فرضیه ۸
تائید فرضیه	۰/۹۴۶ (***)	ارزش های محیط زیست ← رفتارهای حافظ محیط زیست	فرضیه ۹
تائید فرضیه	۰/۳۶۲ (***)	رفتارهای حافظ محیط زیست ← رضایت از گردشگری محیط زیست	فرضیه ۱۰
تائید فرضیه	۰/۵۳۹ (***)	هنجارهای شخصی ← رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه	فرضیه ۱۱
تائید فرضیه	۰/۳۴۰ (***)	رضایت از گردشگری محیط زیست ← رفتار گردشگری محیط زیستی دوستانه	فرضیه ۱۲

### بحث و نتیجه گیری

در عصر حاضر جهت گیری ارزشی محیط زیست و نوع دوستی اجتماعی جدیدی در صنعت گردشگری در حال ظهور است که با الگوهای بعضاً خودخواهانه قبلی گذشته متفاوت است. امروزه دغدغه های گردشگران بسیار متفاوت از گذشته است و گردشگران به محیط طبیعی بسیار حساس می باشند. شکل گیری NGOها متفاوت محیط زیستی گویای این واقعیت است که الگوهای سفر و گردشگری با دغدغه های محیط زیستی بسیار متفاوت از گذشته است. گردشگران در جهت گیری ارزشی محیط زیست جدید، نوع دوستی اجتماعی دغدغه ها و حساسیت های بیشتری نسبت به محیط زیست دارند. در این پژوهش سه نظریه سه جهت گیری ارزشی محیط زیست (ارزش گذاری بر تمامی گونه های محیط زیستی) نوع دوستی اجتماعی (رفاه سایر انسان ها) و خودخواهانه (کسب منافع شخصی) در ارتباط با محیط زیست مطرح و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که گردشگرانی که جهت گیری ارزشی

محیطزیست دارند از بالاترین دغدغه در حفظ محیطزیست برخوردار هستند. گردشگرانی که نوع دوستی اجتماعی (رفاه سایر انسان‌ها) بالای دارند نیز برای حفظ محیطزیست اهمیت زیادی قائل هستند، اما گردشگران در جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه دارند، اولیتی برای مسائل زیست‌محیطی قائل نیستند. نتایج این پژوهش نشان داد که در تهران و در دیگر شهرهای ایران این جهت‌گیری ارزشی محیطزیست، نوع دوستی اجتماعی در صنعت گردشگری در حال رواج است و گردشگری خودخواهانه تا حدی کاهش پیدا کرده است و جوانان در غالب گروه‌های گردشگری خودجوش به پاک‌سازی محیطزیست می‌پردازند و دغدغه‌های محیطزیستی در تورهای گردشگری رواج پیدا کرده است. نتایج این مطالعه نشان داد که این جهت‌گیری ارزشی بیشتر در افراد تحصیل‌کرده ظهور و بروز دارد. گردشگران با جهت‌گیری ارزشی محیطزیستی و نوع دوستی اجتماعی خواهان مقاصدی هستند که اولویت اول را حفظ محیطزیست قرار دهند، درحالی‌که گردشگرانی که جهت‌گیری خودخواهانه دارند، دغدغه محیطزیستی ندارند. در این پژوهش به بررسی تأثیر جهت‌گیری ارزشی محیطزیستی، جهت‌گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیطزیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیطزیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش‌های محیطزیست، رفتارهای حافظ محیطزیست و رضایت از گردشگری محیطزیست در میان گردشگران دربند و درکه پرداخته شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که جهت‌گیری ارزشی محیطزیست بر رفتار گردشگری محیطزیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیطزیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش‌های محیطزیست، رفتارهای حافظ محیطزیست و رضایت از گردشگری محیطزیست تأثیر گذار است. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های کیاکاسین وهان (۲۰۱۷) هم‌راستا است. غزانی و بیژنی (۱۳۹۴) نیز به این نتایج دست یافتند که افراد با نگرش‌های ارزشی محیطزیستی دارای بالاترین رفتار حفاظتی می‌باشند (غزانی و بیژنی، ۱۳۹۴). گردشگران با جهت‌گیری ارزشی محیطزیستی، رفتارهای محیطزیستی بیشتری از خود بروز می‌دهند و سعی می‌کنند، رفتارهایی انجام دهند که صدمه کمتری به محیطزیست وارد می‌کند، زیرا خود را مسئول نتایج مخرب رفتارهای غیر محیطزیستی‌شان می‌دانند. همچنین، آگاهی گردشگران از نتایج مضر فعالیت‌هایشان می‌تواند آن‌ها را مجاب



کند، رفتارهایی انجام دهند که دارای کمترین ضرر باشد. یافته‌ها پژوهش حاکی از آن است و جهت‌گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و رضایت از گردشگری محیط‌زیست اثرگذار است. یافته‌های غزانی و بیژنی (۱۳۹۴) نیز نشان داد که افراد با نگرش‌های نوع دوستانه رفتار حفاظتی محیط‌زیست بینایی را از خود نشان داده بودند. نتایج تحقیق صیف و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان داد که ارزش نوع دوستانه بر رفتارهای حافظ محیط‌زیست، از طریق آگاهی زیست محیطی، احساس مسئولیت و هنجارهای شخصی در گردشگران خارجی رابطه غیرمستقیم دارد. دانش و نگرش افراد به مسائل زیست محیطی می‌تواند از تعیین‌کننده‌های مهم در زمینه پیش‌بینی رفتارهای محافظت از محیط باشد. گردشگران با جهت‌گیری ارزشی نوع دوستی اجتماعی سعی می‌کنند، در رفتارهایشان به زندگی سایر افراد جامعه توجه کنند و همیشه این دغدغه را دارند که اعمال و فعالیت‌هایشان موجب صدمه زدن یا محدود کردن توانایی دیگران نشود و علاوه بر اهمیت دادن به زندگی سایر انسان‌ها، توجه خاصی نیز به زندگی سایر موجودات زنده دارند و همیشه تلاش می‌کنند، رفتارهایشان کمترین تأثیر منفی را بر محیط‌زیست انسانی و غیرانسانی اطرافشان داشته باشد. یافته‌های پژوهش حاضر گویای آن است که جهت‌گیری ارزشی خودخواهانه بر رفتار گردشگری محیط‌زیستی دوستانه به واسطه آگاهی محیط‌زیست، احساس مسئولیت، هنجارهای شخصی، ارزش‌های محیط‌زیست، رفتارهای حافظ محیط‌زیست و رضایت از گردشگری محیط‌زیست به‌طور معکوس اثرگذار است؛ که این نتایج با یافته‌های کیاکاسین وهان (۲۰۱۷) هم‌سو است. صیف و همکاران (۱۳۹۶) نیز به این نتیجه رسیدند که ارزش خودخواهانه بر رفتارهای حافظ زیست از طریق آگاهی زیست محیطی انتساب مسئولیت و هنجارهای شخصی رابطه غیرمستقیم دارد. افرادی که با دیدی خودخواهانه به طبیعت می‌نگرند، به باور حفاظت از محیط‌زیست مکان‌های گردشگری نرسیده‌اند و آن را وظیفه دیگران و حتی دولت و مسئولین می‌دانند و از وظایف خود شانه خالی می‌کنند. به عبارت دیگر، گردشگرانی که فقط به خودشان توجه دارند و به زندگی سایر افراد جامعه و محیط‌زیست اهمیت نمی‌دهند، رفتارهایشان بر اساس جاه‌طلبی است؛ بنابراین هرچند جهت-

گیری ارزشی تقریباً پدیدارند، ولی اگر آموزشگران گردشگری محیطزیست از سبک‌های تفکر مخاطبان خود آگاهی داشته باشند با جهت‌دهی مناسب فعالیت‌های آموزشی، می‌توانند تا حدی گردشگران را از ارزش‌های خودمحور دور کرد و آن‌ها را به سوی ارزش‌های طرفدار جامعه و محیطزیست سوق دهند. نتایج تحقیق حاضر بیان می‌کند که جهت‌گیری ارزشی محیطزیست، نوع‌دوستی اجتماعی و خودخواهانه به‌طور مشخص نقش مهمی را در تعیین آگاهی محیطزیست و ارزش‌های محیطزیست ایفا می‌کنند. آگاهی محیطزیست و ارزش‌های محیطزیست تحت تأثیر جهت‌گیری ارزشی محیطزیست، نوع‌دوستی اجتماعی و خودخواهانه ارتقا می‌یابد و رفتار گردشگران محیطزیست را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اطلاع و آگاهی از اثرات مثبت و منفی فعالیت‌های گردشگری بر روی منابع محیطزیست نیز می‌تواند در انجام یا عدم انجام آن رفتارها تأثیرگذار باشد و پذیرش مسئولیت در قبال محیطزیست باعث می‌شود که فرد به دنبال کسب اطلاعات بیشتر در مورد رفتارهای جایگزین باشد و از هر اقدامی در این راستا چشم‌پوشی نکند. در واقع نتایج تحقیق حاضر نشان داد که ارزش‌های محیطزیست مهمی در شکل‌دهی رفتارهای گردشگری محیطزیستی در سطح جامعه ایفا می‌کنند، اما باید توجه داشت که یگانه متغیر هدایت‌کننده رفتار گردشگر نیست و در کنار آن بایست به نقش متغیرهایی همچون عوامل موقعیتی، نگرش افراد، دانش و آگاهی افراد از موضوع و درک اهمیت آن نیز توجه کرد. به عبارت دیگر، تمایل گردشگران به ارزش‌های طرفدار محیطزیست موجب می‌شود، دید مثبت‌تری در زمینه ارتباطات خود با منابع محیطزیستی داشته باشند و ضمن افزایش آگاهی خود در این زمینه، احساس مسئولیت بیشتر در مورد حفظ محیطزیست کنند. این‌گونه گردشگران همچنین پابندی بیشتری به رعایت هنجارهای اخلاقی در قبال محیط اطراف خود دارند و به همین دلیل رفتارهای زیست‌محیطی بیشتری از خود بروز می‌دهند. گردشگران به مکان‌هایی برای سیاحت می‌روند که محیط پاک داشته باشد. از این رو آلودگی محیطزیست باعث می‌شود که گردشگران نه تنها به چنین مکان‌هایی سفر نمایند، بلکه دیگران را نیز از سفر به محیط‌های آلوده بر حذر دارند.

## پیشنهادهای پژوهش

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با دغدغه‌های محیط‌زیست می‌تواند، نه تنها موجبات توسعه صنعت گردشگری را فراهم کند، بلکه محیط‌زیست را به‌عنوان یکی مهم‌ترین منابع بخش توسعه صنعت گردشگری ارتقا دهد. لذا توصیه می‌شود، برنامه‌ریزان توسعه گردشگری به انگیزه‌های گردشگران با دغدغه‌های محیط‌زیستی توجه ویژه داشته باشند. پاکی محیط‌زیست هم در جذب گردشگران و هم در ادامه‌ی حضور گردشگران نقش اساسی دارد و هیچ‌کسوری بدون حفاظت محیط‌زیست و جلوگیری از آلودگی محیط‌زیست نتوانسته است، صنعت گردشگری را توسعه دهد یا گردشگرانی را برای دیدن از مناظر طبیعی و فرهنگی خود جذب نمایند. توسعه گردشگری مبتنی بر محیط‌زیست در صورتی ممکن است که تجهیز مقصدهای گردشگری با امکانات رفاهی سازگار با محیط‌زیست مانند آلاچیق‌هایی زیبا و متنوع، سطل‌های زباله، مکان‌های مخصوص سرگرمی برای کودکان و بزرگسالان همراه باشد و مدیران مقصدهای گردشگری باید با رفتارهای محیط دوستانه، گردشگران را به مناطق گردشگری خود جذب کنند. همچنین در حفظ ویژگی‌های خاص مناطق خود بکوشند، به دلیل این‌که علت اصلی بازدید گردشگران همین ویژگی‌ها بکر محیطی است. پیشنهاد می‌شود که با استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند تلویزیون و رادیو و مطبوعات به همه مردم در مورد مسائل زیست‌محیطی آگاهی داد و بر آموزش مسائل محیطی زیستی بر عموم مردم مخصوصاً بر جوانان و کودکان تأکید کرد و در نهایت سعی نمود، عادت‌های جدید رفتار گردشگری مبتنی بر حفظ محیطی زیست را در گردشگران و عموم مردم نهادینه کرد. در این راستا لازم است، راهنمایان تور، فعالان صنعت گردشگری، آژانس‌های و دفاتر خدمات مسافرتی، به طراحی تورهای باهدف پاک‌سازی محیط‌زیست توجه کنند.

## منابع

- ایمانی خوشخو، محمدحسین و شهبابی فراهانی، مهدیه. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط میان عناصر معناگرایی و ادراک گردشگر از سفر (مطالعه موردی گردشگران خارجی بازار تهران)، فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱۳(۴۴)، ۱۷۰-۱۴۳.
- پاشایی، سجاد؛ عسکریان، فریبا و روز افزون، عبدالرضا. (۱۳۹۷). بررسی نقش میانجی‌گری عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو، فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱۴(۴۵)، ۸۰-۵۷.
- توکل، محمد؛ کریمی، مینا و طالبی، مهشید. (۱۳۹۴). مطالعه درک و تصور زیست‌محیطی کنش‌گران فعال در حیطه محیط‌زیست، فصلنامه جامعه و محیط‌زیست.
- تاج زاده‌نمین، ابوالفضل. (۱۳۸۳). نگرشی بر جایگاه فرهنگ و ضوابط اخلاقی در گردشگری، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۵، تابستان ۱۳۸۳، ۲۶-۱.
- جعفری، سکینه؛ نجارزاده، محمد؛ جعفری، نرگس و رجبی، نگار. (۱۳۹۶). رابطه ساختاری ارزش درک‌شده و رضایت گردشگر با رفتار مسئولانه زیست‌محیطی: نقش میانجی مشارکت گردشگر. فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۳۷، بهار ۱۳۹۶، ۱۱۵-۱۵۱.
- حمایت‌خواه جهرمی، مجتبی؛ ارشاد، فرهنگ؛ دانش، پروانه و قربانی، مهدی. (۱۳۹۶). تأملی جامعه‌شناختی در باب مناسبات دانش، نگرش و رفتارهای زیست‌محیطی (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران)، مسائل اجتماعی ایران، ۸(۱).
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۸). ضرورت جاری‌سازی حفاظت محیطی در سیاست‌های توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، ۱۱، ۱۲، صفحه ۲۲-۱.
- صابری، امیر؛ توکلی‌نیا، جمیله و رضویان، محمدتقی. (۱۳۹۸). ارزیابی ظرفیت مدیریت یکپارچه توسعه گردشگری شهرستان کاشان، فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱۴(۴۵)، ۱۰۳-۸۱.
- صالحی، صادق. (۱۳۸۹). نگرش جدید نسبت به محیط‌زیست و مصرف انرژی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲۰، ۲۱۶-۱۹۷.

صیف، محمدحسن؛ رستگار، احمد؛ کریمی فرد، طاهره و تاجوران، مرضیه. (۱۳۹۷). ارائه مدل علی عوامل مؤثر بر رفتارهای حافظ محیط زیست (مورد مطالعه: گردشگران خارجی استان فارس). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۳(۴۳)، ۳۵-۵۳.

ضیایی، محمود و تراب احمدی، مژگان. (۱۳۹۲). شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی، تهران: نشر علوم اجتماعی.

غزانی، عزت اله و بیژنی، مسعود. (۱۳۹۵). کاربرد نگرش های ارزشی زیست محیطی در تحلیل رفتار زیست محیط گرایانه کشاورزان به منظور حفاظت از خاک (مورد مطالعه: کشاورزان شالیکار بخش مرکزی شهرستان ساری)، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. ۲(۱)، ۹۱-۸۱.

فاضلی، محمد و جعفر صالحی، سحر. (۱۳۹۲). شکاف نگرش، دانش و رفتار زیست محیطی گردشگران، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. ۸(۲۲)، ۱۶۱-۱۳۷.

فیروز جابیان گلوگاه، علی اصغر و شفیع، آزاده. (۱۳۹۶). آسیب شناسی شهروندی زیست محیطی با تأکید بر بی تفاوتی زیست محیطی (مورد مطالعه: شهروندان شهر یزد) مطالعات جامعه شناختی شهری. ۸(۲۵)، ۷۸-۵۲.

ملک محمدی، ایرج. (۱۳۷۶). تحلیل تطبیقی ترویج و توسعه از دیدگاه نظریه مبادله: پردازش نظریه ای برای فقرزدایی اطلاعاتی، جهاد دانشگاهی. ۱۹۵، ۹۶-۷۸.

مؤمنی، منصور و باقیومی فعال، علی. (۱۳۸۷). تحلیل داده های آماری با استفاده از SPSS انتشارات کتاب نو، چاپ دوم.

استفان؛ ویلیامز. (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری، ترجمه ی محمود ضیایی، انتشارات دانشگاه پیام نور.

Axsen, J. & Kurani, K. S. (2014). "Social Influence and Proenvironmental Behavior: The Reflexive Layers of Influence Framework". *Environment and Planning B: Planning and Design*. 41 (5): pp.847-862.

Bamberg, S., & Moser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental

Bamberg, S. & Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: Pro environmental behavior, *Journal of Environmental Psychology*, 27: 14-25.

Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behavior e A discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31, 499-508.

Chen, X., Peterson, M. N., Vanesa, H., Chuntian, L., Graisa D., Hong, D., & Liu, J. (2011). Effects of attitudinal and socio-demographic factors on pro environmental behavior in urban China. *Environmental Conservation*,

Chiu, Y. T. H., Lee, W.I., & Chen, T. H. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications, *Tourism Management*, 40, 321-329

Corraliza, J. A., & J. Berenguer (2000) "Environmental Values, Beliefs, and Action: A Situational Approach", *Environment and Behavior*, 32 (6): 832-848.

Gyurko, C. C. (2011). A synthesis of Vroom's model with other social theories: An application to nursing education. *Nurse Education Today*, 31, 506-510.

Gronhoj, A., & Thøgersen, J. (2009). Like father, like son? Intergenerational transmission of values, attitudes, and behaviours in the environmental domain. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 414-421.

Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 164-177.

Han, H., Hsu, L., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31, 325-334.

Halpenny, E. A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment, *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 409-421.

Juvan, E., & Dolnicar, S. (2016). The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism research*, 48,76-95.

Kiatkawsin, K & Han,H (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory, *Tourism Management* 59 , 76-88.

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.

Khoshkam, M., Marzuki, A. & Al-Mulali, U. (2016). Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development. *Tourism Management*, 54:96-106.

Lee, Y. K., Kim, S., Kim, M. S., & Choi, J. G. (2014). Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 67(10): 2097-2105

Lee, Y.-S., Lawton, L. J., & Weaver, D. B. (2012). Evidence for a South Korean model of Ecotourism. *Journal of Travel Research*, 52(4), 520-533.

Lee, T. H., & Jan, F. H. (2015). The effects of recreation experience, environmental attitude, and biospheric value on the environmentally responsible behavior of nature-based tourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(7), 193- 208.

Lee, T. H., Jan, F.-H., & Yang, C.-C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of communitybased tourists, *Tourism Management*, 36, 454-468.

Miller, D., Merrilees, B., & Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmentally behaviors. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26e46

Nilsen, H. R., & Ellingsen, M. B. (2015). The power of environmental indifference. A critical discourse analysis of a collaboration of tourism firms. *Ecological Economics*, 109, 26-33.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 36, 552-566.

TIES (2006) The International Ecotourism Society global ecotourism fact sheet

Steg, L., De Groot, J. M., Dreijerik, L., Abrahamse, W., Siero, F. (2011) General Antecedents of Personal Norms, Policy Acceptability, and Intentions: The Role of Values, Worldviews, and Environmental Concern", Faculty of Behavioral and Social Sciences, *Version of Record First Published*, 24: 349-367

Weaver, D. B. (2012). Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. *Tourism Management*, 33, 1030-1037.

Zhang, Y., Zhang, H. L., Zhang, J., & Cheng, S. (2014). Predicting residents' pro-environmental behaviors at tourist sites: The role of awareness of disaster's consequences, values, and place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 40: 131-146.