

## شکاف نگرش، دانش و رفتار زیست‌محیطی گردشگران

محمد فاضلی\*

سحر جعفر صالحی\*\*

### چکیده

زیستن بر روی کره‌ای که به علت حجم زیاد آلاینده‌های تولید شده توسط انسان، در معرض انواع تهدیدهاست، و هزینه‌هایی که به واسطه رفتارهای نامناسب زیست‌محیطی - بالاخص در حوزه‌هایی نظیر انرژی بر جوامع تحمیل می‌شوند، تبیین رفتار زیست‌محیطی افراد را به مسأله‌ای مهم در مطالعات جامعه‌شناسی محیط‌زیست، جامعه‌شناسی مصرف انرژی و حتی مدیریت شهری بدل ساخته است. در تبیین‌های رفتار زیست‌محیطی عموماً بر سه دسته عوامل فردی، موقعیتی و اجتماعی - سیاسی تأکید می‌شود. رفتارهای زیست‌محیطی هر گروه از کنشگران انسانی؛ بسته به موقعیت؛ می‌تواند متفاوت و دارای اهمیت ویژه‌ای باشد. گردشگران نیز از جمله گروه‌هایی هستند که به دلیل شدت تأثیراتی که رفتارهای زیست‌محیطی آن‌ها بر محیط اجتماعات مقصد به‌جا می‌گذارد، در معرض مطالعه رفتار زیست‌محیطی قرار دارند. مقاله حاضر با نگرشی سازه‌گرایانه، تأثیر متغیرهای ذهنی و نگرشی بر رفتار زیست‌محیطی دو نمونه از گردشگران را بررسی می‌کند. روش بررسی در این پژوهش تلفیقی از روش کتابخانه‌ای و میدانی است. در روش میدانی از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی در گردآوری داده استفاده شده است. به دلیل نبود چارچوب دقیقی برای نمونه‌گیری گردشگران داخلی، در قالب یک کار اکتشافی ۳۵۰ گردشگر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که از این تعداد ۲۰۰ نفر به جامعه آماری چالوس و ۱۵۰ نفر به اصفهان تعلق دارند. اطلاعات جمع‌آوری شده به کمک نرم افزار SPSS و با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی تحلیل شده‌اند. طبق یافته‌های بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، رفتار زیست‌محیطی گردشگران با ارزش‌های زیست‌محیطی، درک منافع زیست‌محیطی، تصور فرهنگی و انگیزه فرهنگی رابطه مستقیم معنادار دارد. درحالی‌که میان دانش زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی گردشگران رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین براساس تحلیل مسیر، تصور از مکان با مجموع بتای ۰/۷۵. بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته تحقیق دارد. بعد از آن متغیر درک منافع زیست‌محیطی با بتای ۰/۵۹. به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار زیست‌محیطی گردشگران تأثیر می‌گذارد. انگیزه‌ها و ارزش‌های زیست‌محیطی نیز به‌طور مستقیم تأثیر قابل ملاحظه‌ای در حد ۰/۳۵. و ۰/۲۹. بر متغیر وابسته دارند. طی فرایند تحلیل رگرسیون مسیرها متغیر دانش زیست‌محیطی به دلیل معنی‌دار نبودن بتای بدست آمده از مدل حذف شد. عوامل ذکر شده در مجموع ۶۰ درصد تغییرات رفتار زیست‌محیطی گردشگران را تبیین نموده‌اند.

مفاهیم کلیدی: محیط‌زیست، رفتار زیست‌محیطی، جامعه‌شناسی زیست‌محیطی، گردشگری.

\* دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه تربیت مدرس

\*\* کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران - مدرس گروه مدیریت جهانگردی و هتلداری مؤسسه آموزش عالی مازیار (نویسنده مسئول) s12salehi@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۲/۳/۲۸

تاریخ دریافت: ۹۱/۷/۱۵

## مقدمه

محیط‌زیست، بر مبنای تعاریف متعدد، شرایط عینی و بیرونی‌ای است که ارگانیزم زنده را احاطه می‌کند و می‌توان آن را در انواع طبیعی، ساخته‌شده (توسط انسان) و فرهنگی طبقه‌بندی کرد. واضح است که این انواع منفک از یکدیگر نیستند و تحت نفوذ انسان، در ارتباط با یکدیگر قابل مشاهده‌اند. انواع ساخته‌شده و فرهنگی محیط‌زیست مستقیماً منعکس‌کننده رفتارهای انسانی هستند و محیط‌زیست طبیعی نیز در طول تاریخ تحت تأثیر فعالیت‌های بشری از قبیل کشاورزی، صنعتی‌شدن و شهرنشینی تغییر یافته‌است.

رفتار زیست‌محیطی، رفتار مثبت در برابر محیط‌زیست است که در آن کنشگر اگر از محیط‌زیست حفاظت نمی‌کند حداقل به آن آسیبی نمی‌رساند. تبیین رفتارهای افراد در قبال محیط‌زیست یکی از مسائل مهم در جامعه‌شناسی زیست‌محیطی است که به دلایل متعدد علاوه بر مسأله‌ای نظری، اهمیت کاربردی بسیاری نیز دارد.

ضرورت اجتناب از آلودگی محیط‌زیست، تأثیر برخی رفتارهای مناسب زیست‌محیطی بر ارتقای کیفیت زندگی در اماکنی نظیر شهرها، ضرورت کاهش برخی آلاینده‌های مهم به کمک در پیش‌گرفتن رفتارهای زیست‌محیطی مناسب و تغییر شیوه‌های مصرف با الهام از این رفتارهای مناسب، و هم‌چنین ارتباط بسیار مهم میان رفتارهای زیست‌محیطی و حوزه مصرف انرژی، نمونه مواردی هستند که تبیین رفتار زیست‌محیطی را مهم ساخته‌اند (نک: کلاهی و همکاران، ۱۳۸۵). سه دسته عوامل به‌طور کلی در دو سطح فردی و ساختاری، برای تبیین رفتار زیست‌محیطی به کار گرفته شده‌اند. این سه دسته عبارتند از: عوامل فردی (ارزش‌ها، باورها، آگاهی)، عوامل موقعیتی (امکانات، کنترل اجتماعی، هزینه مادی) و عوامل اجتماعی و سیاسی (سرمایه اجتماعی، تأثیر شهروندی، اعتقاد به تأثیر کنش فردی و...). این سه دسته را می‌توان در دو گروه تبیین‌های عینی و ذهنی تقسیم‌بندی کرد. تبیین‌های ذهنی، به ویژگی‌های نگرشی، ارزشی، آگاهی‌ها و ادراکات فردی نظر دارند؛ و تبیین‌های عینی می‌کوشند تا تأثیر شرایط عینی نظیر امکانات انجام رفتار زیست‌محیطی، کنترل اجتماعی یا هزینه‌هایی را که فرد برای انجام رفتار زیست‌محیطی مجبور به پرداختن آن‌هاست، مبنایی برای تبیین رفتار زیست‌محیطی قرار دهند.

رفتار زیست‌محیطی به دلایل ذکرشده به‌طور کلی اهمیت دارد، لیکن رفتار زیست‌محیطی گروه‌های انسانی خاص نیز حائز اهمیت است. گردشگران از جمله گروه‌هایی هستند که به‌علت تأثیرگذاری شدید رفتارهای آن‌ها بر محیط‌زیست اجتماعات مقصد، در معرض بررسی‌های جامعه‌شناسی زیست‌محیطی قرار دارند. این مقاله، می‌کوشد تا از میان دو گروه کلی متغیرهای تبیین‌کننده رفتار زیست‌محیطی، تأثیر متغیرهای ذهنی - نگرشی در تبیین رفتار زیست‌محیطی گردشگران را بررسی کند. پیمایشی‌بودن تحقیق، پرداختن به متغیرهای ذهنی را ناگزیر ساخته‌است. این پژوهش بر مبنای مطالعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، دانش و ادراکات دو گروه از گردشگران و تأثیر آن‌ها بر رفتار زیست‌محیطی ایشان در دو شهر اصفهان و چالوس صورت گرفته است.

## مبانی نظری

### ارزش‌ها و نگرش‌های زیست‌محیطی

ارزش‌ها از ارتباط بین محیط و متن فرهنگی به‌وجود آمده و نمایانگر این ارتباط نیز هستند. گری (۱۹۸۵) معتقد است ارزش‌ها، راه دیدن جهان و ارتباط با آن هستند و به‌همین دلیل در رفتاری که انسان در قبال طبیعت به‌عنوان بخشی از جهان زیستی‌اش دارد مؤثرند. استرن و همکارانش در مطالعه‌ای در باب نگرانی زیست‌محیطی گردشگران به هر دو جنبه کلی و خاص ارزش‌های زیست‌محیطی پرداخته‌اند. طبق نظر آن‌ها ساختار اجتماعی، ارزش‌های اساسی شخص که بر جهان‌بینی و باورهای کلی وی درباره محیط‌زیست مؤثرند را شکل می‌دهد و این باورهای کلی نیز متعاقباً باورها و نگرش‌های خاص‌تر (مثل باور به این که توریسم توده تهدیدی برای محیط‌زیست است) را شکل می‌دهند. نهایتاً همین باورها و نگرش‌های خاص هستند که به رفتار واقعی گردشگر در محیط‌زیست مقصد منجر می‌شوند (Stern et al, 1995). بنابراین آنچه بیش از هرچیز در این تحقیق مدنظر است، آگاهی از میزان ارزش‌های زیست‌محیطی کلی گردشگران و ارتباط آن با رفتارهای کلی و خاص زیست‌محیطی افراد است. درباره تأثیر ارزش‌ها و نگرش‌های زیست‌محیطی در یکی از مهم‌ترین رفتارهای زیست‌محیطی یعنی رفتار مصرف انرژی، می‌توان دو نوع موضع‌گیری را در بین

محققان مشاهده کرد. ویتراسپون و همکارانش و بسیاری دیگر از محققان معتقدند که نه داشتن دغدغه‌های زیست‌محیطی و نه نگرش مثبت به سیاست‌های صرفه‌جویی، هیچ‌کدام نمی‌توانند الزاماً به رفتار مطلوب بینجامند (Witherspoon et al, 1995: 57). اما گروهی دیگر معتقدند که نگرش‌های انرژی‌انگیزه‌های متفاوتی دارند و نوع انگیزه‌ها می‌توانند در تأثیرگذاری نگرش‌ها تأثیر داشته باشند. برای مثال مویس‌آندر براساس مطالعاتش در فنلاند معتقد است چهار نوع انگیزه پشتوانه نگرش‌های صرفه‌جویانه به مصرف وجود دارد. این انگیزه‌ها عبارتند از: ۱- شناخته‌شدن به‌عنوان مصرف‌کننده سبز، ۲- دل‌مشغولی داشتن در قبال مسائل اکولوژیک، ۳- حفاظت از محیط‌زیست براساس ملاحظات اخلاقی، ۴- حفاظت از محیط‌زیست براساس فشار هنجاری (Moisander, 2002). به اعتقاد وی، از میان چهار انگیزه بالا، موارد ۱ و ۳ بیشترین تأثیر را بر رفتار متناسب با محیط‌زیست دارند.

### دانش زیست‌محیطی

کایزر و همکارانش (۱۹۹۹) دانش زیست‌محیطی را اطلاعات فرد درباره معضلات محیطی، عوامل مؤثر بر گسترش این معضلات و اطلاعات درباره آن‌چه فرد می‌تواند برای بهبود این وضعیت انجام دهد، تعریف می‌کنند (آقامحمدی، ۱۳۸۵، ص. ۳۲). به نظر فریک و همکارانش سه نوع دانش زیست‌محیطی وجود دارد، از قبیل؛

- ۱- دانش درباره نظام‌های زیست‌محیطی؛<sup>۱</sup> قبل از آن‌که فردی بتواند اقدامی انجام دهد، باید شناختی از وضع طبیعی اکوسیستم‌ها داشته باشد، یا به عبارتی نظام‌های زیست‌محیطی را بشناسد.
- ۲- دانش عمل زیست‌محیطی.<sup>۲</sup> دانستن این‌که برای مسائل زیست‌محیطی چه می‌توان کرد. ممکن است مردم بدانند دی‌اکسید کربن زمین را گرم می‌کند اما ندانند که چگونه باید مانع تولید دی‌اکسید کربن شد؛ لذا دانش عمل زیست‌محیطی به مردم اجازه می‌دهد تا خودشان مستقیماً در زمینه عمل زیست‌محیطی اقدام کنند. برخی معتقدند داشتن «دانش عمل زیست‌محیطی پیش‌گیرانه» بهتر می‌تواند رفتار زیست‌محیطی را برانگیزاند.
- ۳- دانشی که مزیت‌های رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه را نشان می‌دهد.

1- System Knowledge

2- Oction - related Knowledge

تصور می‌شود که دانش درباره نظام‌های زیست‌محیطی، زمینه‌ساز دو نوع دیگر باشد اما اثر مستقیم بر رفتار زیست‌محیطی ندارد، لیکن دو گونه دیگر اثر مستقیم بر رفتار زیست‌محیطی دارند (Frick et al, 2004: 1598)

تأثیر دانش، ارزش‌ها و باورهای زیست‌محیطی بر مصرف انرژی به مثابه یکی از صورت‌های رفتارهای مرتبط با محیط‌زیست نیز غیرمستقیم است. فریک و همکارانش نشان داده‌اند که تأثیر مستقیم دانش زیست‌محیطی بر رفتار زیست‌محیطی فقط ۶ درصد است (P. 1610). وردوگا و همکارانش نیز این تأثیر غیرمستقیم را نشان داده‌اند. «باور زیست‌محیطی، نظامی از نگرش‌هاست که رفتار فرد در برابر محیط‌زیست را تعیین می‌کند. باورهای زیست‌محیطی، چارچوب مرجع در تعامل با محیط‌زیست هستند. نکته مهم این است که تأثیر آن‌ها بر کنش، غیرمستقیم و با واسطه متغیرهای دیگر صورت می‌گیرد» (Vrduga et al, 2003: 248). بر همین اساس تصور می‌شود که آگاه کردن مردم از پی‌آمدهای زیست‌محیطی رفتارهایشان، می‌تواند آن‌ها را به در پیش گرفتن رفتارهای زیست‌محیطی مناسب تشویق کند.

نگرش‌های زیست‌محیطی خود تحت سیطره ارزش‌های خاص فایده‌گرایانه، مذهبی، زیست‌محیطی و ملی است. پژوهش‌های انجام شده در پنج کشور اتحادیه اروپا نشان می‌دهد تحصیل کرده‌ها نگرش زیست‌محیطی مناسب‌تری دارند و رفتارشان نیز متأثر از همین نگرش‌هاست و بر اساس ملاحظات زیست‌محیطی، کمتر از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند؛ زنان بیش از مردان موافق رفتارهای مناسب محیط‌زیست هستند و اعمالی نظیر جداسازی زباله‌ها و توجه به برچسب‌های زیست‌محیطی را بیشتر انجام می‌دهند؛ و مردم در حالت کلی با اقدامات تنبیهی و تنظیمی برای ایجاد رفتارهای زیست‌محیطی موافق هستند، اگرچه در مواردی که اجرای عملی سیاست‌ها پیش می‌آید، موافقت کمتر می‌شود. افراد طبقه پایین بیش از بقیه طبقات اجتماعی با اعمال سیاست‌های زیست‌محیطی مخالف هستند (Witherspoon et al, 1995).

### درک منافع جمعی از کنش زیست‌محیطی

لابل (۲۰۰۲) تحت تأثیر نظریه‌های مبادله و منافع به تشریح رفتار زیست‌محیطی می‌پردازد. این نظریه‌ها ریشه در نظریه‌های انتخاب عقلانی هم‌چون نظریه‌های منافع

جمعی، نظریه منافع شخصی جیمز کلمن و نظریه مبادله هومنز و امرسون دارند و نتیجه تلفیقی آن‌ها که در الگوهای نظری جدید موردنظر است تأکید بر این نکته است: هر چه وزن متغیرهایی که به ارزیابی نفع عمومی و سود شخصی حاصل از رفتار می‌انجامد بیشتر باشد امکان بروز رفتار هم افزایش می‌یابد و برعکس هر چقدر درک هزینه‌های عمل نزد فرد بیشتر باشد، احتمال اقدام به عمل ضعیف‌تر است. «ارزیابی فایده» (سود جمعی و شخصی) و «کاهش هزینه‌های عمل» دو مفهوم اساسی در این نظریه است. در این‌جا از مفهوم «درک منافع جمعی» حاصل از رفتار به منظور لحاظ کردن متغیرهای غیرفردی مؤثر بر رفتار بهره خواهیم گرفت.

انتظار می‌رود کسانی که از رابطه مستقیم یا غیرمستقیم بین سلامت زیست‌محیطی و شکوفایی اقتصادی جامعه اطلاع دارند و به آن باور دارند و همچنین کسانی که مشکلات زیست‌محیطی را تهدیدی برای زندگی اجتماعی می‌دانند در برابر رفتارهای زیست‌محیطی خود حساس باشند و بیشتر عمل زیست‌محیطی مناسب انجام دهند. در واقع این‌ها کسانی هستند که به پیامدها و منافع جمعی عمل زیست‌محیطی‌شان آگاه هستند.

### نگاه سازه‌گرایانه به رفتار زیست‌محیطی

«نگرش سازه‌گرایانه اجتماعی بیشتر با این وجه از امور سروکار دارد که ما چطور این جهان را می‌فهمیم و نه این که این جهان مادی مستقل از فهم ما چگونه است. آدم‌ها بر حسب معانی‌ای که به اعیان بیرونی می‌دهند در مقابل پدیده‌های بیرون از خودشان عکس‌العمل نشان می‌دهند» (لوزیک، ۱۳۸۳: ۳۷-۳۶). برخی متغیرهای مؤثر بر رفتار زیست‌محیطی براساس همین نگاه تعریف می‌شوند. اما برای درک متغیرهای مبتنی بر نگاه سازه‌گرایانه، باید به پیشینه مختصری درباره مطالعات گردشگری در خصوص رفتار گردشگران توجه کرد.

اکثر تحقیقات حوزه گردشگری مبتنی بر نوع‌شناسی‌هایی هستند که عمدتاً از آثار کوهن (۱۹۹۷ و ۱۹۹۹) تأثیر گرفته‌اند. اما منتقدان معتقدند اگرچه نوع‌شناسی‌های کوهن اطلاعات زیادی درباره آن‌چه گردشگران تمایل به انجام‌اش دارند، ارائه می‌کنند و اینکه چگونه پول‌شان را خرج می‌کنند؛ انتظار چه چیز را دارند و چه انگیزه‌هایی دارند؛

اما توضیح نمی‌دهند که گردشگران چگونه رفتار خود را می‌سازند و به آن معنی می‌دهند؛ و چگونه چنین تجربیاتی آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. به‌زعم مک‌کیب، مطالعات گردشگری در تمرکز روی فاعلیت‌ها، اهمیت گفتمان اجتماعی گردشگری در شکل‌دادن و تعریف برداشت‌های افراد از تجربه‌هایشان را نادیده گرفته‌اند. بسیار مهم است توجه داشته باشیم که وقتی مردم درباره تجربیات سفر یا گذران تعطیلات‌شان صحبت می‌کنند معمولاً از گفتمان‌های اجتماعی - فرهنگی مشترکی که در ارتباط با نحوه گذران تعطیلات و زندگی اجتماعی در جامعه وجود دارد استفاده می‌کنند. مردم رفتارهای خود را در ارتباط با رفتار سایرین طبقه‌بندی کرده و واژه‌ها و دسته‌بندی‌ها را به شکلی خاص استفاده می‌کنند. با نادیده‌انگاشتن متنی بودن ذاتی صحبت‌های گردشگران، سایه‌ای روی اعتبار تحقیق تجربی درباره تجربیات گردشگران بر مبنای نوع‌شناسی‌های کوهن‌افکنده‌شده است (MacCab, 2000: 87).

بنابراین همان‌طور که کرواچ در نظریه «مواجهه گردشگر» استدلال می‌کند، گردشگر پیوندی حسی و جسمی با محیط جدید برقرار می‌کند و این تعامل و معنایی که به آن داده می‌شود، کلید درک تجربه گردشگری و رفتار گردشگر است. ادنسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) گردشگری را عملکردی پیچیده و چندمعنایی می‌داند و معتقد است، گردشگران به شکلی مشابه معنای گوناگونی را ابراز می‌دارند و نوع «تعهد»<sup>۳</sup> آن‌ها به اماکن، انواع اعمال‌شان را سبب می‌شود (همان: ۱۰۱). محققانی هم‌چون اوری نیز معتقدند که زیبا تلقی کردن جذابیت‌های طبیعی توسط گردشگران نیز امری اجتماعی است (Holden, 2000: 20).

توجه به اهمیت مسئله اجتماعی بودن ذهنیت گردشگران از سفر و مکان در تحقیقات کیفی، به‌نوعی مشابه نگرش سازه‌گرایانه اجتماعی است که قبلاً توضیح داده‌شد. از منظری سازه‌گرایانه، تصور گردشگران از مقصد و محیطی که در آن به‌سر می‌برند بر رفتار آن‌ها در قبال محیط‌زیست مؤثر است. مطالعات کیفی گردشگری نیز بر این نکته تأکید می‌کنند که ذهنیت و تلقی اجتماعی گردشگران همان چیزی است که درک و نگاه گردشگر به سفر، مکان و در نتیجه رفتارهای گردشگری را شکل می‌دهد. به‌نظر می‌رسد «انگیزه‌های سفر» و «تصور ذهنی از مکان» را می‌توان از هر دو منظر

1- Subjectivity  
2- Edonsor  
3- Allegiance

سازه گرایانه و دیدگاه‌های جدید در مطالعات گردشگری، متغیرهای مهم و تأثیرگذار بر رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران تلقی کرد.

### انگیزه‌های سفر

در ادبیات جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی رفتار گردشگری، اعتقاد بر این است که انگیزه‌های مختلف سفر، به انواع گردشگری و در نتیجه انواع رفتارها در زیست‌محیط‌های فرهنگی و طبیعی جامعه مقصد می‌انجامد.

الف - طبق نظریه‌های مختلف گردشگران تفریحی به‌طور کلی و گردشگران تفریحی طبیعت‌گرا به‌طور خاص یا با انگیزه‌هایی مثل:

۱. فرار و گریز از مسئولیت زندگی شهری (Boorstin, 1964)، کسب نشاط به‌عنوان روشی برای فرار از تقلاها و استرس‌های ناشی از تطابق با جامعه مبدأ، و ایجاد تغییر و تنوع در مسیر کسالت‌بار و روزمرگی زندگی، اقدام به مسافرت تفریحی می‌کنند (Cohen, 1979)؛ یا ۲. متأثر از انگیزه‌های ضدجهان‌شهری (Henz, 1990) هستند و تجربه آن‌ها همان تجربه «خانه به اضافه طبیعت» است. علاوه‌براین دو، عوامل دیگری هم به انگیزه‌های سفر تفریحی جهت می‌دهد از جمله: ۳. ماهیت جذابیت‌های گردشگری مثل ساحل و جنگل که تفریحی معرفی و شناسانده شده‌اند ۴. تصویری که از ساحل و طبیعت به‌عنوان جایی برای بازی، رهایی از کنترل‌های هنجاری و تابوهای جامعه مبدأ وجود دارد.

ب - انگیزه‌های گردشگران فرهنگی نیز عبارت‌اند از:

۱. رفتن به آن سوی مرزهای فرهنگی خود، شناسایی ناشناخته‌ها و آشنایی با فرهنگ‌های دیگر و خودآگاهی (Cohen & Taylor, 1976)؛

۲. جست‌وجوی اصالت و اعتباری که حس می‌شود جامعه جدید فاقد آن است (MacCannell, 1973)؛

۳. وجود جذابیت‌های فرهنگی‌ای که می‌توانند ایجاد انگیزه نمایند و محرک رفتارهای فرهنگی باشند.

۴. تصویری که از فضاها تاریخی و فرهنگی به مدد رسانه‌ها در ذهن گردشگر نقش می‌بندد. نکته مهم این است که تصور می‌شود انگیزه‌های فرهنگی برای سفر، در مقایسه



با انگیزه‌های تفریحی، تأثیر مثبت تری بر رفتار زیست‌محیطی دارند.

## تصور از مکان

مفهوم تصویر ذهنی از سرزمین‌های مقصد که در مطالعات گردشگری و به‌خصوص در مباحث اوری (۱۹۹۰) مطرح می‌شود، مشابه بحث «شخصیت شهر» در مطالعات شهری است. ریمون لودرو از اولین اندیشمندانی است که به واکاوی این مفهوم، تحت تأثیر اندیشه مارکسی می‌پردازد. «در شخصیت شهر، لودرو نوعی تداوم تاریخی را می‌بیند که به‌خصوص در شهرهای قدیمی نمایان است. قدیمی بودن به اعتقاد او نوعی احساس امنیت به شهروندان می‌دهد که حاصل احساس تداوم در زمان است» (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۱۵). شخصیت شهر حاصل بیان شهروندان از حیات شهری خود است و بیشتر بر محور کارکردی یا موقعیت اقلیمی شکل می‌گیرد. در این مفهوم «ما با ترکیبی از واقعیت روزمرگی و بازنمود این واقعیت در ذهن کسانی که آن را مستقیماً تجربه می‌کنند و همین‌طور کسانی که صرفاً «تصور»ی از تجربه مادی آن دارند روبه‌رو هستیم» (همان: ۳۱۵).

این مفهوم در مطالعات گردشگری به نوع دیگری مطرح می‌شود. در این‌جا بیان گردشگران از مقصد مهم است و از دید اوری این بیان بیش از هر چیز توسط رسانه‌ها خلق می‌شود. او در بیان مفهومی با نام «نگاه خیره گردشگر» به اشباع رسانه‌ای جامعه مدرن اشاره می‌کند، که از طریق آن درک افراد از کشورها و مناطق معین، بر مبنای تصویرهایی شکل می‌گیرد که آنان از رسانه‌ها دریافت می‌کنند و این تصاویر در عمل تبدیل به تجربه‌ای اساسی می‌شوند که مجموع برداشت‌ها و تلقی‌های مربوط به یک مکان یا مقصد گردشگری را خلق می‌کند (بنت، ۱۳۸۶: ۲۲۷-۲۲۹). در حالی که بحث اوری تصویر تفریحی و بر مبنای لذت گردشگران از مقاصد توریستی را نشانه گرفته است، به نظر می‌رسد می‌توان هم‌چون شخصیت‌های شهری مختلف از تصویرهای متنوعی که گردشگران از مقاصد گردشگری در ذهن دارند سخن گفت.

## فرضیات و مدل تحقیق

مبانی نظری ارائه‌شده امکان طرح فرضیات زیر را فراهم می‌کند. این فرضیات حول

بررسی تأثیر متغیرهای ارزش‌های زیست‌محیطی، نگرش‌های زیست‌محیطی، دانش زیست‌محیطی، درک منافع محیط‌زیست و رفتار زیست‌محیطی، انگیزه‌های سفر و تصور از مکان و مقصد سفر سامان یافته‌اند.

۱. هر قدر گردشگران ارزش‌های زیست‌محیط فراتری داشته باشند، رفتار زیست‌محیطی آن‌ها در محیط مقصد مناسب‌تر است.

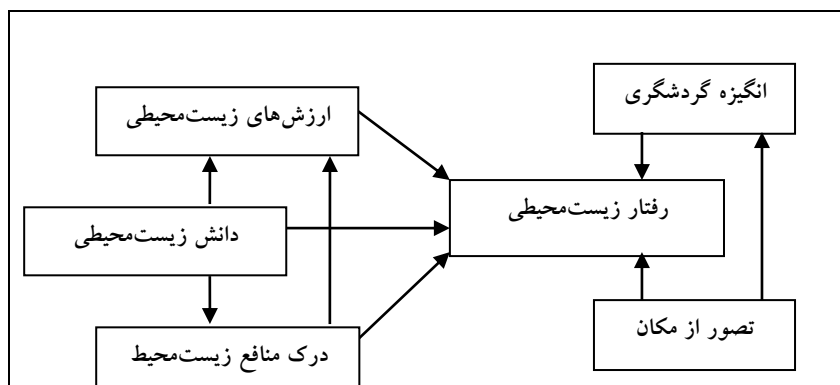
۲. گردشگرانی که دانش زیست‌محیطی بیشتری دارند، رفتار زیست‌محیطی مناسب‌تری بروز می‌دهند.

۳. هر قدر گردشگران درک و شناخت بیشتری از منافع اقتصادی محیط‌زیست داشته باشند، رفتار مناسب‌تری خواهند داشت.

۴. هر قدر انگیزه‌های سفر گردشگران فرهنگی‌تر باشد، رفتارهای زیست‌محیطی مناسب‌تری انجام می‌دهند.

۵. هر قدر تصور گردشگران از مکان، فرهنگی‌تر باشد، رفتار زیست‌محیطی مناسب‌تری خواهند داشت.

هم‌چنین روابط میان متغیرهای مطرح شده به صورت یک مدل مسیر نیز مدل‌سازی شده است. تصور می‌شود دانش زیست‌محیطی بر ارزش‌های زیست‌محیطی و هم‌چنین درک منافع اقتصادی محیط‌زیست تأثیر بگذارد. در ضمن، تصور از مکان نیز بر تعیین انگیزه‌های سفر مؤثر باشد. بر این اساس مدل مسیر زیر شکل نهایی ارتباط میان متغیرهای ارائه شده را بیان می‌کند. مدل نشان می‌دهد که رفتار زیست‌محیطی تابع دو دسته عوامل است؛ عواملی که با شناخت‌ها و ارزش‌های زیست‌محیطی فرد سروکار دارند، و عواملی که با شرایط مکان گردشگری و انگیزه گردشگری ارتباط دارند. در خصوص گروه‌های خاصی از گردشگران، نظیر اکوتوریست‌ها، انگیزه‌های گردشگری می‌تواند تحت تأثیر دسته اول عوامل نیز باشد، که با توجه به تأکید پژوهش حاضر بر گردشگرانی که اکوتوریست نیستند، این ارتباطات در نظر گرفته نشده است.



شکل ۱. مدل متغیرهای مؤثر بر رفتار زیست‌محیطی گردشگران

## روش‌شناسی

### تعاریف عملیاتی متغیرها و مقیاس‌سازی

کوشش شده است تا عملیاتی کردن متغیرها تا حد ممکن به کمک ابزارهایی که در بقیه تحقیقات در سطح بین‌المللی از آن‌ها استفاده شده است صورت گیرد تا مقایسه‌پذیر بودن یافته‌ها تسهیل شود.

### متغیر وابسته: رفتار زیست‌محیطی گردشگران

شاخص‌های لحاظ‌شده در این جا شامل:

۱. میزان علاقمندی به انجام فعالیت‌های گردشگری مضر برای طبیعت مثل برافروختن آتش در جنگل، استفاده از چوب درختان برای پخت‌وپز، پاک‌سازی خودسرانه طبیعت برای برپایی چادر، آلوده کردن نهرها و رودها، شستن اتومبیل در طبیعت؛
۲. فکر کردن به تولید زباله کمتر در مقصد؛
۳. فکر کردن به پیامدهای زیست‌محیطی منفی سفر؛
۴. رعایت رفتار زیست‌محیطی در فضاهای تفریحی طبیعی؛
۵. حساس بودن به رعایت رفتار زیست‌محیطی از سوی دیگران است.

### متغیرهای مستقل

- ۱) دانش زیست‌محیطی؛ این متغیر دربرگیرنده اطلاع درباره برخی مفاهیم

زیست‌محیطی و هم‌چنین خطراتی است که محیط زیست را به‌طور جدی تهدید می‌کند. پرسش درباره زباله‌های خطرناک، لایه اوزون، زمان لازم برای تولید خاک در طبیعت، علل نابودی حیوانات و گیاهان جنگل‌های ایران، عامل اصلی تولید منوکسید کربن در ایران، علت اصلی آلودگی رودخانه‌ها و نهرها، و مهم‌ترین علت فرسایش خاک در پارک‌های جنگلی، برای سنجش این متغیر استفاده شده‌است.

۲) ارزش‌های زیست‌محیطی؛ برای سنجش ارزش‌های زیست‌محیطی از طیفی که اولین بار توسط دانلپ (۲۰۰۰) ساخته شده‌است استفاده کرده‌ایم. جوهره اصلی این طیف قرارداد ارزش‌های زیست‌محیطی در مقابل ارزش‌های طرفدار صنعتی شدن و رشد اقتصادی به بهای نابودی طبیعت است و در آن میزان باور خطرناک بودن جنبه‌های منفی صنعتی شدن حائز اهمیت است.

۳) درک منافع محیط‌زیست؛ برای سنجش درک افراد از منافع اقتصادی محیط زیست، از ایشان خواسته شده بود نمره‌ای بین ۱ تا ۱۰ به اهمیت اقتصادی جنگل‌ها و مراتع، منابع آبی، تالاب‌ها و دریاچه‌ها، گونه‌های گیاهی و جانوری حیات وحش ایران، دریا و آبریزان موجود در آن، و خاک کشاورزی تخصیص دهند. جمع نمرات تخصیص داده شده به منابع محیط‌زیست، به‌عنوان نمره درک فرد از اهمیت اقتصادی محیط زیست لحاظ شده‌است.

۴) انگیزه‌های سفر؛ گفته شده که گردشگران ممکن است با انگیزه‌های متفاوتی سفر کنند، لیکن در این تحقیق دو انگیزه تفریحی و فرهنگی مدنظر قرار گرفته‌اند. پنج و سه گویه به ترتیب برای سنجش انگیزه‌های تفریحی و فرهنگی گردشگران نمونه به کار گرفته شده‌است. اولویت خرید، بازی و ورزش، دور شدن از شلوغی شهر، بودن با خانواده و لذت بردن از سفر به مثابه شاخص‌های انگیزه‌های تفریحی؛ و اولویت داشتن آشنایی با فرهنگ‌های دیگر، آشنایی و شناخت طبیعت، و بازدید از بناهای تاریخی و مراکز فرهنگی به مثابه شاخص‌های انگیزه فرهنگی به کار گرفته شده‌اند.

۵) تصور از مکان؛ برای سنجش تصور افراد از مکانی که در آن به سر می‌برند ۱۱ گویه به کار گرفته شده‌است. از افراد خواسته شده بود درباره این که فکر می‌کنند شهری که در آن به سر می‌برند بیشتر برای کدام یک از امور بیان شده در گویه‌ها مناسب است، براساس انتخاب نمره‌ای بین ۱ تا ۵ قضاوت کنند. این امور عبارت بوده‌اند از: تفریح و

خوش گذراندن، تجربه کردن احساس و هویت ایرانی، آزادی از قیدوبندهای زندگی شهری، کسب تجربه‌های فرهنگی جدید، آشنایی و بازدید از اماکن و بناهای تاریخی، لمس و دیدار بخشی از فرهنگ مادی ایران، لذت بردن از معماری و میراث گذشته، احساس فراغت و آزاد شدن از دست بقیه مردم، احساس یکی شدن با طبیعت، روزهای خوبی را با خانواده گذراندن، در بازار گشتن و خرید کردن. پنج گویه بیانگر تصویری تفریحی و شش گویه نشان از تصویری فرهنگی از مکان دارند. نسبت میانگین نمره تصور فرهنگی به تصور تفریحی، به عنوان متغیر تصور از مکان استفاده شده است. هر قدر این نسبت بالاتر باشد، بیانگر تصور فرهنگی تر پاسخ‌گو از مکان است.

برای ارزیابی میزان اعتبار و روایی ابزار اندازه‌گیری از روش اعتبار صوری و برای سنجش میزان اعتماد یا پایایی مقیاس‌ها، پس از بررسی پرسشنامه در یک نمونه ۵۰ نفری، از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ تمامی طیف‌های استفاده شده برای این تحقیق در محدوده قابل قبول و بیش از ۰/۷ بوده است.

جامعه آماری این تحقیق گردشگران دو شهر چالوس و اصفهان بوده‌اند. انتخاب چالوس و اصفهان از آن جهت بوده است که تصور می‌شد گردشگران دو تصور متفاوت از این دو شهر در نظر دارند. تصور می‌شد گردشگران شهر اصفهان تصویری فرهنگی از این شهر داشته باشند و گردشگران چالوس نیز با تصور مقصدی تفریحی راهی این مکان شده‌اند. حجم نمونه ۳۵۰ نفر بوده است که از این تعداد ۱۵۰ نفر به گردشگران شهر اصفهان و ۲۰۰ نفر به گردشگران چالوس تعلق داشتند. برخلاف پیمایش جلوی منازل یا مکان‌های مشخص، گردشگران در این شهرها در مکان‌های مشخصی حضور نداشته‌اند و ترکیب ویژگی‌های آن‌ها نیز در نقاط مختلف شهر مشخص نبوده است. با این حال سعی شده با استفاده از سهمیه‌های مشخص برای ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نظیر سن، جنسیت و تحصیلات، تا حد ممکن نمونه‌ای تصادفی از گردشگران بررسی شود.

پس از گردآوری داده‌ها به وسیله تکنیک پرسشنامه، داده‌های نهایی توسط برنامه نرم‌افزاری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند به این منظور در سطح توصیفی از جداول یک‌بعدی و شاخص‌های مرکزی همانند میانگین، میانه و نما، در سطح استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است.

## یافته‌های تحقیق

### الف - یافته‌های توصیفی

طبق جدول شماره ۱ بیش از نیمی از پاسخگویان زن هستند. اکثر آن‌ها در رده سنی ۱۵-۳۰ سال قرار دارند و میانگین سنی آنان تقریباً ۳۳/۵ سال است. اغلب آنان دارای تحصیلات لیسانس و شاغل می‌باشند. نسبت اکثر پاسخگویان با سرپرست خانوار، فرزند ذکر شد.

بر مبنای داده‌های اخذ شده از متغیرهای مستقل مشخص شد که حدود ۷۳ درصد از پاسخگویان در مورد گویه‌های مربوط به ارزش‌های زیست‌محیطی بدون نظر هستند. نیمی از آنان دارای انگیزه فرهنگی در سطح متوسط و ۶۵ درصد دارای انگیزه تفریحی در سطح متوسط می‌باشند. حدود ۳۸ درصد از پاسخگویان دارای تصور فرهنگی متوسط هستند، در حالی که تصور تفریحی اکثر آنان (۶۶ درصد) در سطح متوسط گزارش شده است. سرمایه فرهنگی ۳۹ درصد از جامعه آماری کم است. تقریباً نیمی از آنان نیز دارای دانش زیست‌محیطی کمی هستند. بیش از ۷۰ درصد از پاسخگویان دارای رفتار زیست‌محیطی در سطح کم هستند.

### جدول ۱. خلاصه اطلاعات توصیفی متغیرها

ردیف	متغیر	شاخص‌های مرکزی				
		میانگین	میان	نما		
				گزینه	فراوانی	درصد
۱	جنسیت	-	-	زن	۱۸۷	۵۳/۴
۲	سن	۳۳/۴۲	۳۲	۱۵-۳۰	۱۶۲	۴۷/۲
۳	تحصیلات	-	-	لیسانس	۹۰	۲۵/۷
۴	وضع فعالیت	-	-	شاغل	۱۳۶	۴۱/۲
۵	نسبت پاسخگو با سرپرست	-	-	فرزند	۱۱۲	۳۷/۹
۷	ارزش زیست‌محیطی	-	بی‌نظر	بی‌نظر	۲۵۵	۷۲/۹
۸	انگیزه فرهنگی	-	کم و بیش	کم و بیش	۱۷۵	۵۰
۹	انگیزه تفریحی	-	کم و بیش	کم و بیش	۲۲۹	۶۵/۴
۱۰	تصور فرهنگی	-	کم	کم و بیش	۱۳۳	۳۸
۱۱	تصور تفریحی	-	کم و کم	کم و بیش	۲۳۱	۶۶

ردیف	متغیر	شاخص های مرکزی			
		میانگین	میان	نما	
				گزینه	فراوانی
		بیش			
۱۲	سرمایه فرهنگی	-	کم	۱۳۸	۳۹/۴
۱۳	دانش زیست محیطی	-	کم	۱۷۲	۴۹/۱
	رفتار زیست محیطی گردشگران	-	کم	۲۵۸	۷۳/۷

علاوه بر این طبق میانگین نمرات (داده های جدول ضمیمه) از بین منابع معدنی و طبیعی در نظر گرفته شده نیز پاسخگویان اهمیت اقتصادی بیشتر را برای منابع نفت (با میانگین ۸/۳۷) و گاز (۸/۲) قائل هستند تا منابعی مثل جنگل، آب، تالاب ها و غیره.

### ب - یافته های تحلیلی

برای آزمون تجربی فرضیات، از آزمون همبستگی پیرسون، مدل رگرسیونی و هم چنین تحلیل مسیر استفاده شده؛ هر یک از فرضیات به صورت مجزا به کمک آزمون همبستگی پیرسون بررسی شده اند. سپس مدل سازی رگرسیونی برای تعیین میزان تأثیر متغیرهای لحاظ شده در تبیین رفتار زیست محیطی انجام شده است. در نهایت، تحلیل مسیر برای آزمودن مدل ارائه شده درباره ساختار ارتباط میان متغیرهای مستقل و وابسته اجرا شده است. جدول شماره ۲ نتیجه آزمون همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل فرضیات و متغیر وابسته یعنی رفتار زیست محیطی را نشان می دهد.

### ارزش های زیست محیطی و رفتار زیست محیطی گردشگران

در سطح نمونه تحقیق میان ارزش های زیست محیطی و رفتار زیست محیطی رابطه ای معنادار و مستقیم وجود دارد. در واقع هر چه بر میزان ارزش های زیست محیطی افزوده شده، رفتار زیست محیطی مناسب نیز افزایش یافته است. شدت این رابطه به طور کلی ضعیف و در چالوس بیشتر از اصفهان می باشد.

### دانش زیست محیطی و رفتار زیست محیطی گردشگران

بین دانش زیست محیطی و رفتار زیست محیطی رابطه ای مستقیم و غیر معنادار وجود دارد. بنابراین این فرضیه تأیید نشده است. لیکن می توان عدم ارتباط معنادار میان

دانش زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی را در متغیرهای واسطه دیگری جست. همان-طوری که وردوگاو و همکاران (۲۰۰۳) و فریک و همکاران (۲۰۰۴) اشاره داشتند دانش زیست‌محیطی به‌طور غیرمستقیم و با واسطه متغیرهای دیگری به رفتارهای زیست‌محیطی می‌انجامد. دانش زیست‌محیطی در ارتباط با نگرش‌های زیست‌محیطی و نگرش‌های زیست‌محیطی تحت سیطره ارزش‌های خاص فایده‌گرایانه، مذهبی زیست‌محیطی و ملی می‌باشد؛ در این میان برخی متغیرهای میانجی دیگری چون طبقه‌اجتماعی و جنسیت نیز می‌تواند در پیوستار منتهی به رفتارهای زیست‌محیطی افراد نقش داشته باشند.

### درک منافع زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی گردشگران

بین دو متغیر درک منافع زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی رابطه‌ای مستقیم و ضعیف وجود دارد. با توجه به این که سطح معناداری این رابطه در چالوس تأیید نشده است. به عبارتی با بالا رفتن درک منافع زیست‌محیطی، به نسبت ضعیفی رفتار زیست‌محیطی افزایش می‌یابد. لابل (۲۰۰۲) بروز رفتار زیست‌محیطی منتج از درک منافع زیست‌محیطی را از سویی منوط به درک هزینه‌های عمل نزد فرد می‌داند. هرچقدر درک هزینه‌های عمل نزد فرد بیشتر باشد، احتمال اقدام به عمل ضعیف‌تر می‌گردد. این امر این احتمال را تقویت می‌نماید که ممکن است رابطه ضعیف مشاهده شده میان درک منافع زیست‌محیطی گردشگران و رفتار زیست‌محیطی نزد ایشان برآیند درک هزینه‌های عمل نزد گردشگران در مقصد باشد.

### تصور از مکان و رفتار زیست‌محیطی گردشگران

همان‌طور که اشاره شد، براساس یک تقسیم‌بندی کلی تصور ذهنی افراد از مقاصد گردشگری را می‌توان در دو دسته تصور تفریحی و تصور فرهنگی از مکان طبقه‌بندی کرد. با توجه به این که داشتن تصور فرهنگی از مکان به‌طور کلی متضمن رفتارهای فرهنگی‌تر از سوی گردشگران می‌باشد، انتظار می‌رود گردشگرانی که تصور فرهنگی از مقصد دارند، رفتارهای زیست‌محیطی مناسب‌تری را در برابر افرادی با تصور تفریحی‌تر داشته باشند. یافته‌های جدول ۲ این نظر را تأیید می‌کند، چنان‌چه گردشگران با تصور فرهنگی‌تر بیشتر از گردشگران با تصور تفریحی به انجام رفتارهای زیست‌محیطی مناسب می‌پردازند.



جدول ۲. بررسی رابطه متغیرهای مستقل و رفتار زیست محیطی گردشگران به تفکیک شهر

سطح معناداری	میزان همبستگی	متغیرهای مستقل	
/۰۱	$r = /۲$	اصفهان	ارزش های زیست محیطی
		چالوس	
		کل	
/۲۱	$r = -/۱$	اصفهان	دانش زیست محیطی
		چالوس	
		کل	
/۰۰	$r = /۳۸$	اصفهان	درک منافع زیست محیطی
		چالوس	
		کل	
/۰۰	$r = /35$	اصفهان	تصور از مکان
		چالوس	
		کل	
/۰۰	$r = ۰/44$	اصفهان	انگیزه های سفر
		چالوس	
		کل	

### انگیزه های سفر و رفتار زیست محیطی گردشگران

در این تحقیق چنانچه پیش از این در بخش تعریف متغیرها اشاره شد، می توان از انگیزه های تفریحی و فرهنگی به مثابه دو سر طیف وسیع انگیزه های سفر نام برد. از آنجایی که انتظار داریم گردشگران تحصیل کرده، هنرمند و به طور کلی افرادی با سرمایه فرهنگی بیشتر انگیزه های فرهنگی تری از مسافرت داشته باشند، بنابراین دور از منطق نیست که رفتارهای مسئولانه تری را به محیط پیرامونشان در پیش بگیرند. یافته های جدول ۱ نشان می دهد که متغیر «انگیزه فرهنگی» بیشتر از «انگیزه تفریحی» قابلیت پیش بینی رفتار زیست محیطی مناسب را دارد و به این ترتیب این فرضیه تأیید شده است. به طور کلی، یافته ها و تحلیل آماری پیرسون فرضیات اصلی تحقیق را به جزء یک مورد تأیید می کند. رفتار زیست محیطی گردشگران با ارزش های زیست محیطی، درک منافع زیست محیطی، تصور فرهنگی و انگیزه فرهنگی رابطه مستقیم و معنادار دارد. در حالی که میان دانش زیست محیطی و رفتار زیست محیطی گردشگران رابطه معناداری

مشاهده نشد. نکته حائز اهمیت آن است که همان گونه که در مدل مسیر رابطه میان متغیرهای مؤثر بر رفتار زیست محیطی گردشگران آمده، دانش زیست محیطی بر ارزش های زیست محیطی و درک منافع زیست محیطی افراد مؤثر است. نتایج یافته های حاضر نشان داد که شدت رابطه میان ارزش های زیست محیطی و رفتار زیست محیطی گردشگران به طور کلی ضعیف و از سوی دیگر درک منافع زیست محیطی و رفتار زیست محیطی گردشگران ضعیف بوده است. حال این فرض محتمل تر می شود که بخشی از یافته های حاضر در ارتباط میان دانش، ارزش و درک منافع زیست محیطی افراد قدرت تبیین کنندگی می یابد.

در ادامه، به منظور تشخیص همزمان اثر کلیه متغیرهای مستقل بر رفتار زیست محیطی، از روش تحلیلی چندمتغیره استفاده شده است. اطلاعات جدول شماره ۳ نشان می دهد که از بین ۵ متغیر مستقل ۴ مورد آن ها در مجموع می توانند ۶۰ درصد از تغییرات رفتار زیست محیطی را تبیین نمایند. مقایسه ضرایب رگرسیونی استاندارد حاکی از آن است که متغیر انگیزه بیشترین سهم را در تغییرات متغیر وابسته دارد.

جدول ۳. محاسبه رگرسیون چندمتغیره با روش stepwise برای بررسی تأثیر همزمان

متغیرهای مستقل بر رفتار زیست محیطی

سطح معناداری	ضریب رگرسیونی استاندارد (بتا)	متغیرهای مستقل	
.۰۰	.۳۵	انگیزه فرهنگی برای سفر	متغیرهای داخل معادله
.۰۰	.۱۸	ارزش های زیست محیطی	
.۰۰۵	.۰۹	تصور از مکان تصور فرهنگی / تصور تفریحی	
.۰۰۱	.۰۲	درک منافع زیست محیطی	
.۲۰	-.۰۴	دانش زیست محیطی	متغیرهای خارج از معادله

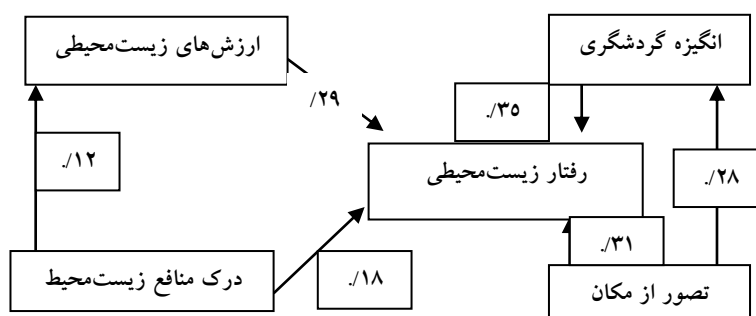
در مرحله بعد متغیر ارزش های زیست محیطی دارای بزرگ ترین ضریب رگرسیونی معنادار و مستقیم است. متغیر تصور از مکان سومین پیش بینی کننده رفتار زیست محیطی است و نشان می دهد که احتمال انجام رفتار زیست محیطی مناسب در بین گردشگرانی

که تصور فرهنگی تری دارند در مقایسه با گردشگرانی با تصور تفریحی تر ۰۹٪ است. درک منافع زیست‌محیطی در رتبه چهارم قرار دارد. همان‌گونه که از جدول ۴ برمی‌آید، متغیرهای وارد شده در تحلیل رگرسیونی، توانسته‌اند ۶۰ درصد ( $R=۰/۶۰$ ) از تغییرات متغیر وابسته (رفتار زیست‌محیطی گردشگران) را تبیین کنند. نتایج حاضر نشان می‌دهد تبیین ذهنی منتج از ذهنیت اجتماعی گردشگران از منظر سازه‌گرایانه، درباره انگیزه‌های سفر، ارزش‌ها و تصور افراد از مقصد در مقایسه با عوامل موقعیتی و اجتماعی هم‌چون درک منافع زیست‌محیطی قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری در رفتارهای زیست‌محیطی خاص افراد داشته‌اند.

جدول ۴. شاخص‌ها و آمارهای تحلیل رگرسیونی برای تبیین رفتار زیست‌محیطی خاص

۷۸۰/	ضریب همبستگی چندگانه
۶۰۰/	ضریب تعیین
۵۹۰/	ضریب تعیین تعدیل شده
۲۵۰/	خطای استاندارد

برای ارزیابی میزان تناسب و همخوانی داده‌ها با مدل و پی‌بردن به سازوکار اثر متغیرها بر یکدیگر، در این مرحله از تحلیل مسیر استفاده کرده‌ایم. نمودار زیر مدل نهایی تحقیق را با توجه به تحلیل مسیر صورت گرفته بر مبنای تحلیل رگرسیونی مسیرها نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل نهایی مسیر متغیرهای مؤثر بر رفتار زیست‌محیطی گردشگران

نمودار شماره ۲ نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل تحقیق از طریق تحلیل مسیر چه تأثیری بر متغیر وابسته رفتار زیست‌محیطی دارند. بر حسب این مدل، تصور از مکان با

مجموع بتای ۷۵٪. بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته تحقیق دارد. بعد از آن متغیر درک منافع زیست محیطی با بتای ۵۹٪. به طور مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار زیست محیطی گردشگران تأثیر می گذارد. انگیزه‌ها و ارزش‌های زیست محیطی نیز به طور مستقیم تأثیر قابل ملاحظه‌ای در حد ۳۵٪ و ۲۹٪. بر متغیر وابسته دارند. طی فرایند تحلیل رگرسیونی مسیرها متغیر دانش زیست محیطی به دلیل معنی دار نبودن بتای بدست آمده از مدل کنار گذاشته شد. در جدول شماره ۴ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر رفتار زیست محیطی آورده شده است.

جدول ۵. اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر رفتار زیست محیطی

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
تصور از مکان	۳۱٪	۴۴٪	۷۵٪
درک منافع زیست محیطی	۱۸٪	۴۱٪	۵۹٪
انگیزه‌های زیست محیطی	۳۵٪	ندارد	۳۵٪
ارزش‌های زیست محیطی	۲۹٪	ندارد	۲۹٪

در میان متغیرهای مؤثر بر رفتار زیست محیطی، تصور از مکان بیش از سایر متغیرهای بر رفتار زیست محیطی تأثیر گذار بود. نمایان شدن تأثیر تصور از مکان بر رفتار زیست محیطی زمانی مهم تر می گردد که همان گونه که اوری (۱۹۹۰) اشاره می کند این تصور بیش از هر چیز توسط رسانه‌ها خلق می شود. تصویرهایی که رسانه‌ها ارائه می دهند در طول زمان مبدل به تجربه و فهمی از جهان پیرامون توسط گردشگران می شود. ذهنیت، انگیزه‌ها و تعابیر اجتماعی گردشگران زمینه نگاه گردشگران به سفر، مکان و در نهایت رفتارهای زیست محیطی گردشگران را شکل می دهد. یافته حاضر درباره نقش پررنگ تر تصور از مکان بر رفتارهای زیست محیطی گردشگران از یک سو و از جانب دیگر توجه به تأثیر اشباع رسانه‌ای بر درک گردشگران؛ مذاقه جدی در عملکرد رسانه‌ها در ایجاد مکانیزم منجر به رفتارهای زیست محیطی گردشگران در جامعه ایران را نضح می بخشد.

در کنار تصور از مکان، درک منافع زیست محیطی متغیر بعدی بوده که بر رفتار زیست محیطی گردشگران مؤثر بود. نکته حائز اهمیت آن است که درک منافع زیست محیطی که به ارزیابی نفع عمومی و سود شخصی حاصل از رفتار می انجامد

متغیری غیرفردی و منتج از عوامل موقعیتی و اجتماعی است. این که چطور گردشگران جهان پیرامون‌شان را فهم می‌کنند و در این میان عوامل موقعیتی اجتماعی چه نقشی ایفا می‌کنند اهمیت به‌سزایی در فرایند منتهی به رفتارهای زیست‌محیطی می‌یابد.

### بحث و نتیجه‌گیری

طبق ایده‌ای سازه‌گرایانه در این تحقیق می‌توان مدعی شد که الگوهای رفتاری گردشگران در محیط‌زیست مقصد تا حدود زیادی بیانگر چگونگی دید آن‌ها به محیط‌زیست مقصد گردشگری است. به عبارت دیگر، عوامل مؤثر بر درک و تعریف مسئله محیط‌زیست از یک سو و ذهنیت برساخته گردشگران از سفر و مکان از سوی دیگر بر رفتار زیست‌محیطی گردشگران مؤثر است. به این ترتیب در تحقیق حاضر، زمینه‌های شناختی و ذهنی رفتار زیست‌محیطی گردشگران که در واقع شاخص عملی چگونگی مصرف محیط‌زیست است، مورد مطالعه قرار گرفت. سؤال اصلی تحقیق، آشکار ساختن نقش عوامل سازه‌ای شناخت محیط‌زیست به‌مثابه یک مسئله اجتماعی نزد گردشگران بود. ضمناً این عوامل در دو نوع گردشگری (گردشگری تفریحی - طبیعت‌گرا و گردشگری فرهنگی) مورد مقایسه قرار گرفتند، تا تأثیر احتمالی نوع گردشگری نیز بررسی شود.

یافته‌های پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین رفتار زیست‌محیطی گردشگران با ارزش‌های زیست‌محیطی، درک منافع زیست‌محیطی، انگیزه‌های سفر و تصور ذهنی از مقصد گردشگری است. با وجود این، آزمون همبستگی پیرسون بر رابطه تقریباً ضعیف این متغیرها تأکید دارد، ضمن این که طبق نتایج بدست آمده متغیر دانش زیست‌محیطی رابطه معنی‌داری با رفتار زیست‌محیطی گردشگران بررسی شده نداشت. در حقیقت نتایج حاکی از یک رابطه ضعیف بین ذهنیت (نگرش) و عمل (رفتار) زیست‌محیطی است. در مطالعات محیط‌زیست و انرژی، دلایل متعددی برای مغایرت نگرش‌ها با رفتارها ارائه شده است. استر معتقد است که تبدیل نگرش‌ها به عمل به سه چیز بستگی دارد که:

- ۱- آزادی افراد در تحقق یافتن نگرش‌ها در عمل؛
- ۲- میزان کنترل اجتماعی در جهت تبدیل نگرش‌ها به عمل؛
- ۳- امکان فرار از کنترل اجتماعی (Ester, 1984:10). توسلی نیز به اهمیت هنجارها

اشاره کرده است. به اعتقاد وی هنجارهای قوی اجتماعی می‌توانند جبران‌کننده مجموعه عواملی باشند که مانع از تبدیل نگرش‌ها به عمل می‌شوند (توسلی، ص ۷۴).

پیرکو و نورن نیز تلاش کرده‌اند تا برای فاصله گرفتن اعمال از نگرش‌ها تبیینی مناسب ارائه کنند. به عقیده آن‌ها، مطابق نظریه ناهماهنگی شناختی<sup>۱</sup> فرد به دنبال ایجاد تعادلی میان شناخت، عاطفه و کنش خود است. هنگامی که عدم تعادلی میان دانش و کنش رخ می‌دهد، فرد می‌کوشد تا آن را کاهش دهد. این تعادل می‌تواند به وسیله تغییر نگرش یا تغییر در رفتار حاصل شود. در شرایطی که موانع ساختاری بروز می‌کنند افراد ترجیح می‌دهند تا آن عاملی را که راحت‌تر قابل تغییر است و به کاهش ناهماهنگی شناختی نیز می‌انجامد انتخاب کنند. به همین دلیل، غالباً نگرش‌ها ره‌اشده و رفتار در راستای ناموافق با نگرش تغییر می‌کند (Pyrko&Noren,1998:4).

علاوه بر عواملی که به طور کلی بر رفتار افراد در مقابل محیط زیست تأثیر می‌گذارد، تفاوت ماهوی فعالیت‌ها، انگیزها و تصورات گردشگری از شهروندان عامل تأثیرگذار دیگری است که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. چنانچه نتایج نشان داد رابطه بین متغیرها در گردشگری اصفهان و چالوس با یکدیگر متفاوت است. مطالعات نشان می‌دهند به میزانی که گردشگری تفریحی در سمت و سوی نابودی عناصر فرهنگی و اکولوژیکی مقاصد گردشگری پیش می‌رود، گونه‌های جایگزین گردشگری هم‌چون اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی می‌توانند در حفظ محیط زیست میزبان تأثیرگذار باشند.

نهایت آن که با اذعان به نتایج تحقیق حاضر از نقش هر یک از متغیرهای مورد مطالعه در تبیین رفتارهای زیست محیطی گردشگران و روابطی که میان این متغیرها دیده شد توجه به متغیرهای موقعیتی و اجتماعی به عنوان تبیین‌کننده‌های عینی در ارتباط با تبیین‌کننده‌های ذهنی در شکل‌گیری رفتارهای زیست محیطی گردشگران نمایان‌تر می‌گردد. چنان که قبلاً نیز اشاره شد متغیرهای مهمی چون تصور از مکان و درک منافع زیست محیطی در پیدایش رفتارهای زیست محیطی گردشگران ربط وثیقی با عوامل موقعیتی و اجتماعی دارد. لذا اهتمام جدی به عوامل موقعیتی و اجتماعی در کنار سایر متغیرها معطوف به تبیین رفتارهای زیست محیطی در بعد نظری، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان مرتبط با فعالیت‌های گردشگری ضرورت می‌یابد.

## منابع

- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۷۲) «ظهور جامعه‌شناسی در ایران»، کیهان فرهنگی. سال دهم.
- آقامحمدی، علی. (۱۳۸۶) «بررسی رفتارهای زیست محیطی معلمان آموزش دوره‌ی ابتدایی (مورد مطالعه: استان مازندران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بابلسر: دانشگاه مازندران.
- بنت، اندی. (۱۳۸۶) فرهنگ و زندگی روزمره. ترجمه‌ی لیلا افشانی و حسن چاوشیان. تهران: اختران.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۳) انسان‌شناسی شهری. تهران: نشر نی.
- کلاهی، محمدرضا، فاضلی، محمد، صالح‌آبادی، ابراهیم و رهبری، زهره. (۱۳۸۵) «بررسی مقایسه‌ای تأثیر انواع شیوه‌های اطلاع‌رسانی انرژی بر ترغیب مصرف‌کنندگان برق به صرفه‌جویی». پژوهشگاه نیرو. (منتشر نشده).
- لوزیک، دانیل. (۱۳۸۳) نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی. ترجمه‌ی سعید معیدفر. تهران: امیرکبیر.

Boorstin, D. (1964), *The Image: A Guide to Pseudo Events in American Society*, New York: Harper.

Cohen, E. (1979) "A Phenomenology of Tourist Experiences", *Sociology*, 13: 179-201.

Dunlap, R. E., k. D. Van Liere, A. G. Merting, and R. E. Jones (2000), "Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale", *Journal of Social Issues*, 56(3): 425-42.

Edensor, T. (2001), "Performing Tourism, Staging Tourism", *Tourist Studies* 1(1): 59-81.

Frick, Jacqueline, G. Kaiser, Florian & Wilson, Mark (2004) "Environmental knowledge and conservation behavior: exploring prevalence and structure in a representative sample", *Personality and Individual Differences*, Vol 37 :1597-1613.

Gray, H. P. (1970) *International Travel- International Trade*, Heath Lexington books, Lexington.

Holden, Andrew, (2000), *Environment and Tourist*, London and New York: Rutledge.

Lubell, Mark, 2002, "Environmental Activism as Collective Action", *Environment and Behavior*, 34: 431-454.

MacCannell, D. (1973), "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in tourist Settings", *American Journal of Sociology*, 79(3): 589-603.

McCabe, Scott (2000), "Who is a Tourist? A Critical Review", *Tourist Studies*, 5: 85-106.

Moisander, J. & Pesonen, S. (2002) Narratives of sustainable ways of living: constructing the self and the other as a green consumer. *Management Decision*, 40, 329-342.

Noren, C., and Pyrko, J. 1998. Using multiple Regression analysis to develop electricity consumption indicators for public schools. *Proceedings of the 1998 ACEEE Summer Study on Energy Efficiency in Buildings*, pp. 3.255-3.266.

Stern P. C., T. Dietz, and G. A. Guagnano (1995), "The New Ecological Paradigm in Social-Psychological Context", *Environment and Behavior*, 27(6): 723-43.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.

Witherspoon, J. et al. (1995) *Control and production of toxic air emissions by publicly owned treatment works odor control equipment*, Water Environment Research Foundation.



ضمیمه ۱ - توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب درک اهمیت اقتصادی مساله زیست‌محیطی

درک اهمیت اقتصادی	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
منابع نفت	۳۴۷	۸/۳۷	۲/۶۱
منابع گاز	۳۴۵	۸/۰۲	۲/۷۷
خاک کشاورزی	۳۴۶	۷/۷۳	۲/۶۰
معادن مواد معدنی	۳۴۱	۷/۵۴	۲/۶۸
جنگل‌ها و مراتع	۳۴۷	۷/۴۶	۲/۶۱
منابع آبی	۳۴۵	۷/۰۶	۲/۸۵
دریا و آبریزان	۳۴۶	۶/۹۸	۲/۶۲
تولیدات کشاورزی منحصر به فرد	۳۳۷	۶/۹۶	۲/۶۷
کارخانجات صنعتی	۳۴۶	۶/۸۷	۲/۸۷
گونه‌های گیاهی و جانوری	۳۴۵	۶/۷۹	۲/۷
تالاب‌ها و دریاچه‌ها	۳۴۴	۶/۳۳	۲/۶۵
فراوانی	۳۲۵		