


Identifying and Classifying the Affecting Factors in Tourists' Reaction to the Environment Through a Comparative Process

Salman Eivazinezhad* 

PhD student in Business Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Mohsen Akbari 

Associate Professor, Business administration, University of Guilan, Rasht, Iran

Abstract

The present study seeks to identify the factors affecting the behaviour of tourists about environmental protection activities. The research method has based on meta-synthesis. After searching for specific keywords in two journals, Google Scholar and Web Science, 198 articles have been extracted. Eventually, 40 articles were coded and analyzed manually. The selected articles were divided into two categories, which included tourists' behaviour towards the environment and explaining the behaviour of indigenous people towards the environment. After extracting the sub-themes, the factors influencing tourists' behaviour towards three main themes can be suggested: indicators related to tourists - country of origin and destination country. Finally, by comparing the two categories of research, it can be suggested that consumers' perceptions of uncontrollable external factors such as the roles of governments and the understanding of chance/fate factors can explain the gaps in the present predicting the tourists' behaviour toward the environment.

* **Corresponding Author:** S_eyvazinezhad@sbu.ac.ir

How to Cite: Eivazinezhad, S., Akbari, M. (2022). Identifying and Calcifying the Affecting Factors in Tourists' Reaction to the Environment through a comparative process. *Tourism Management Studies*, 56 (16), 9- 44.

Introduction

Today, paying attention to the environment is a very important issue in developing and developed countries. One of the areas that can severely affect the environment is tourism, which has become an important part of the gross national income for most countries. Due to its cultural heritage and its natural and four-season landscapes, Iran has attracted many tourists every year. Considering the importance of the environment on the one hand and the improvement of the tourism industry, on the other hand, the development of tourist behaviours is very important. Give tourists behaviour.

Materials and Methods

According to the research topic, the method used is meta-synthesis because the theoretical gap of the research was not clear. In the first stage, 198 articles were identified through the specified keywords, after which 40 papers were finally selected for the final analysis. The selected articles were divided into two categories, which included the behaviour of tourists and the indigenous behaviour of individuals towards the environment. The coding process was performed separately in each of these categories to identify new themes by comparing them. Caldwell is a model for measuring the validity and quality of research. In this type of evaluation, based on the basic and basic criteria, the subjects, the scope, the results, the studies, the methodology, and the validity of the articles were assessed. Cohen's kappa coefficient was used to properly execute the process and reliable the analysis and coding results. Several reviewed articles (15 out of 40) were randomly selected and provided to another experienced researcher for this purpose. In this study, Cohen's kappa coefficient for coding of two researchers was 0.78, which indicates high reliability.

Discussion and Results

After extracting the sub-themes, we finally suggested the factors affecting tourists' behaviour towards three main themes: indicators related to tourists, country of origin, and country of destination. The section on indicators related to tourists, motivations - attitude - personal experiences, environmental knowledge, materialism, pride, guilt, individual factors, significant experiences, tourist anxiety, nostalgia, age, gender, willingness to pay more, group size, Travel time is included. For the country of origin, institutional environment, level of

development - development of the Internet, religion, media, air pollution, and for the country of origin, factors such as destination loyalty, destination brand, destination culture, environmental climate, religion, location were categorized. Also, for the natives, the main factors explaining the behaviour of tourists were identified, which are in the same three categories. In addition to these identified themes, theories were identified that have been considered in explaining indigenous behaviour towards the environment but have not been studied in the behaviour of tourists.

Conclusions


Considering the comparison of researches done in the two fields of tourism and public actors regarding the environment, it is suggested that to improve the activities of tourists in the field of environment. It is necessary to pay attention to three items: the position of their country, the position of the destination country, motivations and The tourist's own experiences. Also, by comparing the two categories of research conducted, it can be suggested that consumers' perceptions of uncontrollable external factors such as government maps and an understanding of factors of chance, habit, and social capital can be gaps in predicting tourist behaviour. It is suggested that researchers in their research consider these variables in explaining the behaviour of tourists.

Keywords: Environmental Behavior, Tourism, Tourism Industry, Country of Origin, Country of Destination.




شناسایی و طبقه‌بندی عوامل موثر در واکنش گردشگران نسبت به محیط زیست از طریق فرایند تطبیقی-مقایسه‌ای

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

سلیمان عیوضی نژاد * 

دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

محسن اکبری 

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل موثر بر رفتار گردشگران در راستای فعالیت‌های حمایت از محیط زیست است. روش پژوهش مبتنی بر فراترکیب است، بدین صورت که پس از جست‌وجوی کلیدواژه‌های مشخص در دو پایگاه داده گوگل اسکالر و وب‌اف ساینس، ۱۹۸ مقاله استخراج شد، که نهایتاً ۴۰ مقاله تحلیل شد. مقالات گزیده در دودسته تقسیم‌بندی شدند، شامل رفتار گردشگران و رفتار بومی افراد نسبت به محیط زیست. پس از استخراج مضامین فرعی، نهایتاً می‌توان عوامل مؤثر بر پیش‌بینی رفتار گردشگران را در قبال سه مضمون اصلی پیشنهاد کرد: شاخص‌های مربوط به گردشگران، کشور مبدا و کشور مقصد؛ هر یک از این مضامین اصلی دارای مضامین فرعی بودند. نهایتاً هم از طریق مقایسه بین دو دسته پژوهش‌های انجام شده می‌توان پیشنهاد کرد که ادراک مصرف‌کنندگان در مورد عوامل خارجی غیرقابل کنترل - مانند نقش‌های دولت‌ها و همچنین درک عوامل شانس، عادت و سرمایه‌های اجتماعی - می‌تواند از شکاف‌های حاضر در پیش‌بینی رفتار گردشگران باشد.

کلیدواژه‌ها: رفتار حامی محیط زیست، گردشگر، صنعت گردشگری، کشور مبدا، کشور مقصد.

مقدمه

بحران کووید ۱۹^۱ یکی از بحران‌های اساسی است که صنعت گردشگری را همانند صنایع دیگر تحت تأثیر قرار داده است. بر اساس تخمین سازمان جهانی گردشگری (۲۰۲۱)، ۸۰٪ کاهش گردشگری بین‌المللی، از دست دادن احتمالی ۱/۲ تریلیون دلار آمریکا از درآمد صادرات گردشگری و خطر از دست رفتن ۱۲۰ میلیون شغل گردشگری مستقیم پیش‌بینی شده است. در پی شیوع ویروس کرونا، تعداد اندکی از صنایع با سرعت گردشگری سقوط کردند (بکر^۲، ۲۰۲۰). از طرفی هم بسیاری از مطالعات ضمن تشخیص و کنترل پیامدهای این بیماری، بحران کووید ۱۹ را به‌عنوان یک کاتالیزور بالقوه برای تحول اساسی انتخاب کردند (نپال^۳، ۲۰۲۰؛ اتلجویک^۴، ۲۰۲۰). سازمان جهانی گردشگری اذعان دارد که با توجه به اندازه، نوسانات و مشخصات کاملاً متفاوت این بحران نسبت به بحران‌های قبلی، باید با چنین برآوردهایی به‌صورت محتاطانه برخورد شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۰). اغلب استدلال می‌شود که بخش گردشگری از انعطاف‌پذیری بالایی برخوردار است و توانایی و ظرفیت سازگاری و بازیابی از پدیده‌های فاجعه‌بار یا غیرمنتظره را دارد. در نتیجه، استرس بسیار شدیدی برای گذار از این دوره وجود دارد. از دیدگاه برخی تحلیلگران، به تدریج با گذار از این دوره به سطح قبل از بحران یا نسبتاً مشابه قبل بر خواهیم گشت (ناوارو جورادو و همکاران^۵، ۲۰۲۰). در کشورهای در حال توسعه، اثرات مضر این نوع از بلایای جهانی دارای تأثیرگذاری بیشتری است و ممکن است که اثرات آن برای چندین سال و حتی چند دهه کشور را تحت تأثیر قرار دهند.

در کنار این بیماری فراگیر، رفتار گردشگران در حوزه گوناگونی ممکن است با محدودیت‌هایی مواجه شود: محدودیت‌ها و نگرانی‌های زیست‌محیطی (هیگین دسیبولس^۶، ۲۰۲۱)، حقوق بشر و نابرابری (کول و مورگان^۷، ۲۰۱۰)، حقوق کارگران (کول و اریکسون^۸،

1 COVID-19

2 Becker

3 Nepal

4 Ateljjevic

5 Navarro Jurado et al

6 Higgins-Desbiolles

7 Cole & Morgan

8 Cole & Eriksson

(۲۰۱۰)، حقوق بومی‌ها (جانستون^۱، ۲۰۰۶)، حقوق جوامع محلی (هیگین دسیبولس، کارنیسلی، کرلیکوسکی و همکاران^۲، ۲۰۱۹) و آسیب‌های اکولوژیکی (بیانچی و دی من^۳، ۲۰۲۰). با وجود این تأثیرات منفی از نظر پژوهشگران مختلف، تبیین رفتار آن‌ها در قبال محیط زیست با توجه به موقعیت حاکم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. رفتار حامی محیط زیست از طیف گسترده‌ای برخوردار است و به جای مفاهیم دیگری مانند رفتار مسئولانه با محیط زیست، رفتار دوستانه با محیط زیست، رفتار سبز و رفتار دوستدار محیط زیست نیز استفاده شده‌است (میلر، مریلس و کوقلان^۴، ۲۰۱۵). در واقع هر عملی که از محیط زیست محافظت کند و یا اثرات منفی فعالیت‌های انسان‌ها روی محیط زیست را به حداقل برساند می‌تواند در مفهوم رفتار سازگار با محیط زیست قرار گیرد. رامکینسون، اسمیت و ویلر^۵ (۲۰۱۳) رفتار طرفدار محیط زیست را فعالیتی توصیف می‌کنند که باعث استفاده پایدار از منابع طبیعی و یا منجر به بهبود آن می‌شود. با توجه به اهمیت محیط زیست از یک سو و بهبود صنعت گردشگری از سوی دیگر، توسعه رفتارهای گردشگران از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

نظریه‌ها و مطالعات تجربی بی‌شماری در حوزه رفتار گردشگران سعی در توصیف و تبیین تصمیمات مربوط به سفر گردشگران احتمالی و سازوکارهای منتهی به این تصمیمات دارند؛ این نظریه‌ها را می‌توان در دو قالب کلی و جزئی تقسیم‌بندی کرد. الگوهای کلی (سیراکایا و وودساید^۶، ۲۰۰۵) تلاش می‌کنند رفتار گردشگران را از نظر فرایندهای روان‌شناختی و اجتماعی تبیین کنند. از این رو، آن‌ها به‌صراحت شامل فرایندهای ارگانیزمی هستند. برای ذکر نمونه‌ای از این تئوری‌ها می‌توان به پردازش اطلاعات دوگانه (کاهنمن^۷ و همکاران، ۱۹۹۹؛ هسی و روتنتریچ^۸، ۲۰۰۴)، تئوری منبع اطلاعات (بیگر و لارسر، ۲۰۰۴) و رفتار برنامه‌ریزی شده (اجزن، ۱۹۹۱) اشاره کرد. در مقابل، مدل‌های جزئی فقط یک تبیین جزئی ارائه می‌دهند (به‌عنوان مثال مدل‌های نگرشی و مانند آن) و/یا بیشتر روی روابط

1 Johnston
 2 Higgins-Desbiolles, Carnicelli, Krolikowski at el
 3 Bianchi & de Man
 4 Miller, Merrilees, & Coghlan
 5 Ramkissoon, Smith & Weiler
 6 Sirakaya and Woodside
 7 Kahneman
 8 Hsee & Rottenstreich

محرک - پاسخ تمرکز می کنند (سیراکایا و وودسایا^۱، ۲۰۰۵)، که در این رویکرد می توان به تئوری سطح تفسیر (تروپ و لیبرمن^۲، ۲۰۱۰) اشاره کرد. لازم به ذکر است که مدل های کلی و جامع هم چندان مطابق با واقعیت نیستند: اولاً، دیدگاه بسیار ساده انگارانه ای دارند، زیرا روند تصمیم گیری را به عنوان یک مکانیسم صرف ورودی و خروجی به تصویر می کشند (اسمالمن و مور^۳، ۲۰۱۰).

درواقع ارگانیزم به عنوان یک جعبه سیاه باقی می ماند. دوما، نویسندگان این مدل ها تصمیمات خرید محصولات ملموس را در ذهن داشتند نه خدمات، که منطقی تا حدودی متفاوت دارند. این به ویژه در مورد گردشگری، که فرد با یک محیط تجربی روبرو می شود، صدق می کند. سوماً، بیشتر الگوهای مطرح شده در این حوزه فرایند تصمیم گیری را خطی و هدفمند می دانند (که اطلاعات به طور فعال در طی یک فرایند جست و جو، ارزیابی و ذخیره می شود) (کوپر و اسکات^۴، ۲۰۰۸). سرانجام، از این واقعیت که سفر نوعی کالای اشرافی^۵ با چندین مؤلفه غیرقابل تقسیم است هم انتقاد می شود، که بده بستانی بین هزینه های فرصت ایجاد می کند (لیسر و همکاران^۶، ۲۰۱۸). در نتیجه، ماهیت تصمیمات سفر بسیار پیچیده تر از بیشتر انواع دیگر تصمیمات مربوط به مصرف است.

با وجود این، پژوهشگران مختلفی به تبیین رفتار گردشگران در قبال محیط زیست پرداخته اند، که می تواند شامل وابستگی به طبیعت (هوانگ و وانگ^۶، ۲۰۱۸)، دین داری (وانگ، وانگ، لی و ژو^۷، ۲۰۲۰)، محیط نهادی (اوساما و همکاران^۸، ۲۰۱۹)، مادی گرایی و عقاید سازگار با محیط زیست (کاظم نیا، هالتمن و مستقل^۹، ۲۰۱۶) باشد. گروهی دیگر هم اطلاعات دریافت شده از مقصد و طبقه بندی های ذهنی برندهای مقصد را مبنا قرار داده اند (بیگر و لاسر^{۱۰}، ۲۰۰۴).

-
- 1 Sirakayaa, E & Woodside
 - 2 Trope & Liberman
 - 3 Smallman & Moore
 - 4 Cooper & Scott
 - 5 Lancastrian
 - 6 Huang & Wang
 - 7 Wang, Wang, Li & Zhou
 - 8 Usman et al
 - 9 Kazmnia, Hultman and Mostaghel
 - 10 Biger & laser

گرینر (۱۹۹۶) نقش رسانه‌ها را کلیدی و مهم می‌داند. از پژوهش‌های مذکور چنین به نظر می‌رسد که هیچ پژوهشی به صورت جامع از زوایای مختلف به تبیین رفتار گردشگران نپرداخته‌است. از طرف دیگر، بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه تبیین رفتار افراد بومی نسبت به محیط زیست، شاخص‌های متعددی ذکر شده که برخی همانند نوپر، کیزر، بولدر دیجک و همکاران^۱ (۲۰۱۴) نقش شانس و قدرت دولت‌ها را مهم ارزیابی کرده‌اند؛ لابل (۲۰۰۲) ارزیابی فایده (سود جمعی و شخصی) و کاهش هزینه‌های عمل را در پیش‌بینی رفتار افراد بومی مهم و کلیدی دانسته‌است؛ استرن^۲ (۲۰۰۰) چهار عامل نگرشی، عادت و راهرفت، و عوامل زمینه‌ای و شخصی را در رفتار افراد نسبت به محیط زیست مؤثر دانسته‌است.

بر این اساس، سعی پژوهشگران پژوهش حاضر بر آن است تا ضمن شناسایی عوامل مؤثر در هر دو مرحله، بتوانند برای پیش‌بینی بهتر رفتار گردشگران مفاهیم جدیدی ارائه دهند. در نتیجه مسئله اصلی پژوهش در مرحله اول، به بررسی نحوه رفتار گردشگری سازگار با محیط زیست^۳ می‌پردازد؛ در مرحله دوم، به مقایسه تطبیقی - انتقادی نحوه مفهوم‌پردازی رفتار گردشگران با مفهوم‌پردازی‌ها و مطالعات صورت گرفته در زمینه رفتارهای سازگار با محیط زیست به طور کلی، نه صرفاً در حوزه گردشگری، می‌پردازد. انتظار می‌رود از مقایسه این دو بتوان پیشنهادهایی برای تعمیق و توسعه معنایی رفتار گردشگری سازگار با محیط زیست پیشنهاد داد. همچنین این مقایسه می‌تواند ایده‌هایی در رابطه با اینکه چه مفاهیمی تا به حال در گردشگری مغفول واقع شده و نیازمند توجه بیشتر است را ارائه کند.

پیشینه پژوهش

رویکردهای مختلف به ارتباط گردشگری و محیط زیست

صنعت گردشگری یکی از حوزه‌هایی است که با محیط زیست عجین شده‌است. توسعه صنعت گردشگری همانند یک شمشیر دو لبه است، که نه تنها به ایجاد اثرات مثبت مانند ایجاد اشتغال و زیباسازی محیط زیست می‌انجامد، بلکه به اثر منفی روی محیط بیوفیزیکی (مانند آلودگی هوا، آلودگی آب، تخریب اکوسیستم) و محیط فرهنگی و اجتماعی (مانند

1 Nopper, Keizer, Bolderdijk at el

2 stern

3 proenvironmental tourism behavior

از دست دادن فرهنگ سنتی) منجر می‌شود (ژانگ، دننگ، سونگ و همکاران، ۲۰۱۱). سه رویکرد اصلی در مورد رابطه گردشگری و محیط زیست وجود دارد:

جدول ۱. جمع‌بندی رویکردهای مطرح‌شده در مورد رابطه گردشگری و محیط زیست

رویکرد	محققان	توصیف روش
موافق	لی و چانگ ^۲ ، ۲۰۰۸؛ تانگ و چانگ ^۳ ، ۲۰۰۹؛ هولزner ^۴ ، ۲۰۱۱؛ تیان و همکاران، ۲۰۲۰	اثر توسعه گردشگری به‌عنوان عاملی که منجر به پیشرفت و بهبود زندگی می‌شود بر محیط زیست مثبت است.
مخالف	توار و لکوود ^۵ ، ۲۰۰۸؛ مارتین سجاز و سانچز ^۶ ، ۲۰۱۰؛ اسکات، پیترز و گوسلین ^۷ ، ۲۰۱۰؛ گادی و وایلز ^۸ ، ۲۰۱۳؛ ژونگ و همکاران، ۲۰۱۱	گردشگری با فرایند تخریب محیط زیست ناشی از مصرف زیاد مردم و استفاده بیش‌ازحد منابع طبیعی، ایجاد آلودگی و تأثیر روی گرمایش زمین برای تولید بیشتر همراه است.
مکمل	میکزکوسکی ^۹ (۱۹۹۵)؛ هولدن ^{۱۰} ، ۲۰۰۷	وجود گردشگری بدون یک محیط سالم و لذت‌بخش، با مناظر خوب و هماهنگ‌شده بین مردم و طبیعت غیرقابل‌تصور است.

بر اساس رویکردهای سه‌گانه نسبت به محیط زیست، شناسایی علت اصلی رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در ادامه تئوری‌های تبیین‌کننده، رفتار گردشگران صرف‌نظر از رویکرد آن‌ها بررسی شده است. شایان ذکر است که در تبیین شاخص‌های موثر به رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست، تئوری یا رویکرد خاصی مبنا نیست و صرفاً هر عاملی که بتواند نقش در رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست داشته باشد در فرایند بررسی آورده خواهد شد.

1 Zhong, L., Deng, J., Song at el

2 Lee and Chang

3 Tang & Jang

4 Holzner

5 Tovar & Lockwood

6 Martin-Cejas & Sánchez

7 Scott, Peeters and Gössling

8 Goudie & Viles

9 Mieczkowski

10 Holden

تئوری‌های تبیین‌کننده رفتار گردشگران

در این قسمت به بررسی تئوری‌های تبیین‌کننده رفتار گردشگران پرداخته شده است، که در جدول ۲ خلاصه شده است:

جدول ۲. تئوری‌های مبنایی تبیین رفتار گردشگران در قبال با محیط زیست

تئوری	شرح تئوری	منبع	نقد تئوری
ناهماهنگی شناختی ^۱	ناسازگاری بین رفتار و نگرش یا اعتقادات فرد موجب ناراحتی ذهنی یا اختلاف نظر در فرد می‌شود، سپس فرد سعی می‌کند با تغییر دادن یکی از آن‌ها عقاید و نگرش خود را با رفتار همسو کند.	فستینگر ^۲ ، ۱۹۵۷	نه تنها کنترل رفتار ادراک شده را مدنظر قرار نداده است بلکه هنجارهای ذهنی غالب بر جامعه را نیز نادیده گرفته است
تجانس خود پنداره ^۳	تمایل فرد برای مصرف یک محصول و یا سفر به یک مقصد تابعی از دو متغیر تجانس کارکردی و تجانس تصویری خودپنداری است.	سیرگی ^۴ (۱۹۸۰)	نه تنها کنترل رفتار ادراک شده بلکه هنجارهای ذهنی غالب بر جامعه را نیز نادیده گرفته است.
پردازش اطلاعات دوگانه ^۵	پردازش اطلاعات در دو نظام مستقل تجربه و تحلیلی تعریف می‌گردد	چایکن ^۶ ، ۱۹۸۰؛ کلایزنسکی، ۲۰۰۱؛ کلایزنسکی، ۲۰۰۵؛ کاهنمن ^۷ و همکاران، ۱۹۹۹؛ هسی و روتنستریچ ^۸ ، ۲۰۰۴	صرفاً دو نوع نظام مستقل ارائه می‌دهد که تبیین‌کننده رفتار افراد باشد، ولی از کارکرد واقعی آن در محیط‌های مختلف نمی‌توان مبنایی را شناسایی کرد.

1 Cognitive Dissonance Theory

2 Festingar

3 Self-congruity

4 Sirgy

5 Dual process

6 Chaiken

7 Kahneman

8 Hsee & Rottenstreich

ادامه جدول ۲.

تئوری	شرح تئوری	منبع	نقد تئوری
استدلال منطقی ^۱	سازه‌های اصلی تئوری عقاید (رفتاری و هنجاری) نگرش، هنجارهای ذهنی، نیت، نگرش و رفتارها هستند. عقاید رفتاری و هنجاری از طریق نگرش و هنجارهای ذهنی پیش‌بینی می‌شوند. بر اساس این تئوری، ویژگی‌های جمعیت شناختی هم رفتار را تحت تاثیر قرار می‌دهند.	ازجن (۱۹۸۹).	عدم انجام یک رفتار کنترل افراد بر رفتارهای آنها بوده است.
رفتار برنامه‌ریزی شده	این تئوری توسعه تئوری کنش منطقی است، که شامل یک سازه اضافی کنترل رفتار ادراک شده است و حاکی از کنترل عقاید است و رفتار و نیت را تحت تاثیر قرار می‌دهد.	آجزن، ۱۹۹۱	عدم انجام یک رفتار دلیل بر نفی آن نیست، درحالی‌که در این رویکرد بر مبنای این تفکر پیش رفته است.
مدل برانگیختگی هنجار ^۲	سه پیشاینده اصلی آگاهی از پیامدها، احساس مسئولیت شخصی و هنجارهای شخصی در رفتار مراقبت محیطی مؤثر هستند.	شوارتز، ۱۹۹۴؛ جکسون، ۲۰۰۵	تمرکز اصلی ارزش‌ها صرفاً نوع دوستانه بود و مبنای اصلی ارزیابی باورهای فرد هستند؛ درحالی‌که ممکن است معیارهای قابل کنترل یا غیرقابل کنترلی وجود داشته باشند.
انگیزه محافظت	ترس از طریق ۵ سازه، انگیزش محافظت (یا قصد انجام رفتار محافظت‌کننده در برابر خطر) را تحت تاثیر قرار می‌دهد و انگیزش محافظت در نهایت باعث برانگیخته شدن رفتار بهداشتی می‌شود. این ۵ سازه عبارت‌اند از: خود کارآمدی درک شده، کارایی پاسخ درک شده - آسیب‌پذیری درک شده - شدت درک شده - هزینه‌های پاسخ درک شده.	روگز ^۳ (۱۹۷۵)	علی‌رغم اینکه این نظریه تلاش کرده است کلیه جوانب را تحت پوشش قرار دهد ولی عوامل غیرقابل کنترلی وجود دارد که هیچ‌گونه پاسخ مشخصی برای آن وجود نداشته و حتی شاید نتوان در وهله اول آسیب‌پذیری و شدت آن را شناسایی کرد.

1 reasoned action
2 norm activation model
3 Rogers

تئوری	شرح تئوری	منبع	نقد تئوری
نظریه سطح تفسیر ^۱	افراد بر اساس بازنمایی ذهنی خود از اهداف یا اقدامات برای پیش‌بینی فعالیت‌های نزدیک خود تصمیم‌گیری می‌کنند.	تروپ و لیبرمن (۲۰۱۰)؛ تروپ، لیبرمن و واکسلاک (۲۰۰۷)	عوامل غیرقابل کنترل تا حد زیادی نادیده گرفته شده‌است.
هنجار- باور - ارزش	رفتار نوع دوستانه محیطی از طریق فعال شدن هنجارها رخ می‌دهد. این هنجارها از سه عامل ارزش‌های شخصی، احساس تهدید نسبت به ارزش‌ها و باور فرد مبنی بر توانایی خود برای کاهش این تهدیدها ناشی می‌شوند.	استرن و همکاران (۱۹۹۵)، کیاتکاو سین و هان ^۲ (۲۰۱۷)	انتقاد اصلی به این رویکرد این است که عدم تعادل به معنی نظر منفی در مورد پدیده نیست و می‌تواند تحت تأثیر شاخص‌های دیگری قرار داشته باشد.
استدلال رفتاری	ارتباط بین باورها یا ارزش‌ها، دلایل (موافق و مخالف)، انگیزه‌های کلی (نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده)، اهداف و نیات رفتار فرد را تعیین می‌کند.	وبستی ^۳ ، ۲۰۰۵ و ۲۰۱۰؛ ریان و کاسیدی ^۴ ، ۲۰۱۸؛ کلودی و همکاران ^۵ ، ۲۰۱۵.	
مکانیزم- پاسخ-محرك ^۶	محرك (به‌عنوان مثال یک پیام تبلیغاتی) در ارگانیزم فردی پردازش می‌شود (به‌عنوان مثال به‌صورت انگیزه و فعال‌سازی آن، تصمیم‌گیری یا فرآیند یادگیری)، که به واکنش‌های متفاوت (به‌عنوان مثال تغییر رفتار مصرف) منجر می‌شود.	لیسر و همکاران (۲۰۱۸)	مضامین تبیین‌کننده رفتار گردشگران از حالت خطی خارج شده و می‌تواند غیرخطی باشد و کامل‌ترین تئوری در این حوزه است.

به‌صورت کلی تئوری‌های تبیین‌کننده رفتار گردشگران محیط زیست را می‌توان در قالب سه رویکرد مطرح کرد:

- 1 construal level theory
- 2 Kiatkawsin and Han
- 3 Westaby
- 4 Ryan and Casidy
- 5 Claudy
- 6 S-O-R

۱. رویکردهای تصمیم‌گیری شناختی: مانند نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (اجزن و فیشبین^۱، ۱۹۸۰؛ چن^۲، ۱۹۹۸) با ویژگی‌هایی مانند عمدی بودن، صراحت، تحت کنترل بودن و مبتنی بر قاعده بودن به بهترین شکل توصیف می‌شود. آن‌ها ابتدا بر روی هزینه‌ها و مزایای گزینه‌های مختلف متمرکز می‌شوند و بر اساس ادراک خود بهترین گزینه را انتخاب می‌کنند. زیربنای نظری و پایه اصلی این مدل‌ها بر اساس تئوری تولید خانگی^۳ است، که توسط گری بکر (۱۹۶۵) معرفی شد، که هنگام استفاده از این نظریه در زمینه سفر، باید توجه ویژه‌ای به برخی عناصر تشکیل‌دهنده داشته باشید: تاریخ و مدت سفر، انتخاب اعضای دسته سفر، انتخاب مقصد، انتخاب حمل‌ونقل و مسیر رسیدن به مقصد و انتخاب طبقه محل اقامت و همچنین فعالیت‌های انتخاب‌شده (هاید و لاسر^۴، ۲۰۰۹؛ سولنت، دوزکار، بولدیکار^۵، ۲۰۱۶).
۲. رویکردهای تصمیم‌گیری عاطفی: مبتنی بر احساسات و خلق‌وخو و بر ویژگی‌هایی مانند غیرعمدی، ضمنی، خودکار، انجمنی و موازی متمرکز است. در مورد مدل‌های تصمیم‌گیری احساسی، چندین زیرشاخه وجود دارد. به عنوان مثال، آن‌ها ارزش‌ها و نگرش‌های اساسی (مادریگال، ۱۹۹۵) درک خطر، درگیری و مشارکت^۶ (بوکسبرگر و همکاران، ۲۰۰۷؛ برودی و همکاران، ۲۰۱۱) یا شخصیت و روانشناسی (بوکسبرگر و همکاران، ۲۰۱۱؛ لاسر و زهر، ۲۰۱۲) را برجسته می‌کنند. بسیاری از ویژگی‌های مارک تجاری در واقع به دامنه‌های فوق‌می‌پردازد. بارنت و ووماک^۷ (۲۰۱۵)، گاوو و همکاران^۸ (۲۰۱۹) و فیسنک و همکاران^۹ (۲۰۰۷) اضطراب محیطی، غرور و احساس گناه را در تبیین رفتار موثر دانسته‌اند.
۳. رویکردهای تصمیم‌گیری مشروط: با ایجاد تمایز بین رفتار عمدی و غیرعمدی، دیدگاه متفاوتی نسبت به دو رویکرد قبلی ارائه می‌دهند، مانند آنچه در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (اجتماعی) بحث شده است (اجزن و درایور^{۱۰}، ۱۹۹۲). این گروه اساساً سعی می‌کنند رفتار را

1 Ajzen and Fishbein

2 Chen

3 Household production theory

4 Hyde & Laesser

5 Solnet, Boztug, and Dolnicar

6 involvement and engagement

7 Barnett & Womack

8 Gao et al

9 Eysenck et al

1010 Ajzen and Driver

در نتیجه نگرش توضیح دهند (آجزن و فیش‌بین^۱، ۱۹۸۰). نظریه پردازش دو گانه به تشریح این موضوع می‌پردازد که عدم قصد غالباً با عدم آگاهی یا آگاهی ناقص همراه بوده (نوگاردن، بوس و دیجکستن‌هویس^۲، ۲۰۱۱) و/ یا تکانش‌گری (ناگهانی) که می‌تواند به‌عنوان یک عامل غیر آگاهانه در فرایند تصمیم‌گیری باشد (لاسر و دولنیکار، ۲۰۱۲). همچنین شواهدی وجود دارد که رفتار عمدی می‌تواند ناشی از نیازهای غیر عمدی/ غیر آگاهانه باشد، یعنی استدلال ناخود آگاه برای یک رفتار عمدی بیان شده و قابل مشاهده وجود دارد (تران و رالستون، ۲۰۰۶). این مدل‌ها مرزها را گسترش می‌دهند و به‌طور خاص، شامل شرایط و زمینه‌ای می‌شوند که نماینده در آن تصمیم می‌گیرد. آن‌ها فاکتورهای درون‌زا و همچنین برون سازنده تصمیم‌گیری را شامل می‌شوند (موتینیو، ۱۹۸۷). به‌دلایل عملی، ممکن است با توجه به زمینه شخصی و زمینه سفر گروه‌بندی شوند (بیگر و لاسر، ۲۰۰۰).

با توجه به این رویکردهای مطرح‌شده، پژوهش حاضر در تلاش است تا با در نظر گرفتن کلیه تئوری‌های تبیین‌کننده‌ای که در حوزه رفتار گردشگران وجود دارد، ابتدا این عوامل را شناسایی کند و پس از آن، بدون در نظر گرفتن بستر و فضای گردشگران، رفتار افراد بومی را نسبت به محیط زیست بسنجد و از طریق مقایسه این عوامل با یکدیگر، بتواند عوامل جدیدی را در جهت توسعه رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست پیشنهاد دهد. نکته قابل توجه این است که ممکن است در جهت توسعه رفتار افراد و گردشگران نسبت به محیط زیست تئوری‌هایی وجود داشته باشد که الزاماً مرتبط با فضای گردشگری نباشند، ولی اگر در مقالات گزینش شده وجود داشته باشند، در تشریح بهتر نتایج پژوهش مورد استفاده قرار خواهند گرفت. نقطه تمایز اصلی این پژوهش در ارائه عوامل پیشنهادی در جهت توسعه رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست است، که از طریق الگوی مقایسه‌ای شکل می‌گیرد؛ بنابراین سؤالات اصلی پژوهش را می‌توان در قالب موارد زیر مطرح کرد:

- عوامل مؤثر در پیش‌بینی رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست چیست؟
- عوامل مؤثر در پیش‌بینی رفتار افراد بومی نسبت به محیط زیست چیست؟
- از مقایسه بخش اول و دوم چه عواملی را می‌توان در جهت پیش‌بینی و توصیف بهتر رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست پیشنهاد داد؟

1 Ajzen and Fishbein

2 Nordgren,., Bos,., and Dijksterhuis

روش^۱

پژوهش حاضر، به‌عنوان تحقیقی بنیادی، در پی آن است که با استفاده از روش تحقیق فراترکیب (به‌عنوان متناسب‌ترین روش مطالعه ثانویه از میان سایر روش‌های مربوط)، به پرسش‌های پژوهش پاسخ دهد و به اهداف این مطالعه دست پیدا کند. در روش فراترکیب، به‌عنوان نسخه کیفی فراتحلیل، محقق با رویکردی تفسیری، تحقیقات کیفی گذشته را مجدداً مورد بررسی قرار می‌دهد و درنهایت، با ترکیب و تلفیق نتایج آن‌ها، به یافته‌های جدیدی می‌رسد (اختر و همکاران، ۲۰۱۹، ۲).

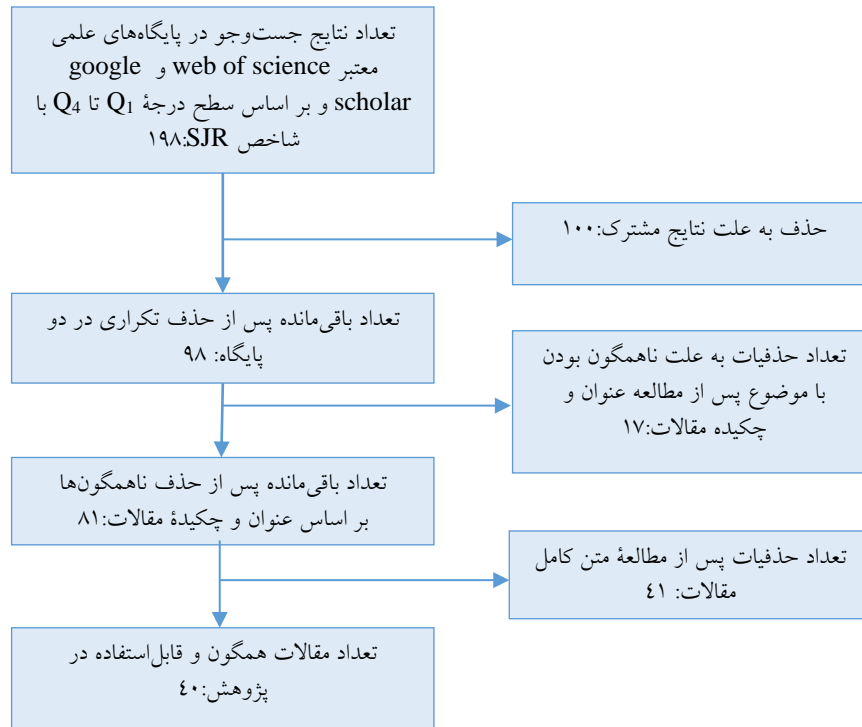
مراحل سپری‌شده بر اساس فراترکیب

در روش فراترکیب آگوئیر و بالتون (۲۰۱۴)، جهت ارزیابی مطالعات و پژوهش‌ها و ورود به مرحله تحلیل، دو معیار اساسی وجود دارد که عبارت‌اند از ارتباط موقتی و نقص اساسی. با توجه به اینکه نقص اساسی عموماً در مطالعات کیفی وجود دارد، از معیار اول برای انتخاب مقالات انتخاب‌شده استفاده شد. کلیدواژه‌های انتخابی برای مقالات گزینش‌شده شامل Proenvironmental behavior; Sustainable travel behavior; Ecofriendly behavior; Tourism behavior بود. مبنای انتخاب مقالات هم از دو پایگاه داده وب‌آف‌ساینس و گوگل اسکالر بوده است. وب‌آف‌ساینس به‌لحاظ اعتبار بالای آن و گوگل اسکالر هم از نظر جامعیت جزو پایگاه داده‌های اصلی محسوب می‌شوند. بعد از جمع‌آوری این دو پایگاه، کلیدواژه‌های انتخابی در اسکوپوس هم جست‌وجو شد، که سرانجام به‌خاطر درصد اشتراک بالا نسبت به دو پایگاه قبلی، مبنای جمع‌آوری داده‌ها دو پایگاه اول شدند. انتخاب فرایند بر اساس توضیحات داده‌شده به‌شرح زیر است:

1. method

2 Akhter et al

نمودار ۱. روش انتخاب مقالات



الگوی سنجش اعتبار و کیفیت تحقیق کالدول^۱ است، که این نوع ارزیابی بر اساس معیارهای اولیه و بنیادین، موضوع‌های موردنظر، گستره مدنظر، نتایج موردنظر، مطالعات مدنظر، روش‌شناسی و اعتبار مقالات مورد سنجش قرار می‌گیرد (بتانی سالتیکو و^۲، ۲۰۱۲)؛ به بیان دیگر، از میان مقالاتی که واجد معیارهای شمول بودند، که در نهایت بر مبنای وب‌سایت SJR ۴۰ مقاله گزینش شده مبنای تحلیل قرار گرفتند.

در این پژوهش، برای گردآوری و استخراج داده‌ها از روش «کدگذاری دستی» استفاده شده است. بر اساس پژوهش بتانی (۲۰۱۲)، مراحل کدگذاری به شرح زیر است:

- ✓ تفکیک داده‌های احصاشده (مقالات) و استخراج کد از میان آن‌ها؛
- ✓ گنجانیدن کدهای فوق به دسته‌ها بر اساس شباهت آن‌ها با یکدیگر؛
- ✓ کدگذاری مجدد؛

1 Caldwell

2 Bettany-Saltikov

✓ دسته‌بندی نهایی همه یافته‌ها.

بدین منظور، هر مقاله به صورت دقیق مورد مطالعه قرار گرفت و به هر فعالیتی که به نقش اساسی در رابطه گردشگران نسبت به محیط زیست اشاره کرده باشد یک کد جداگانه تخصیص داده شد. بعد از شناسایی شاخص‌های مؤثر در گام قبلی بررسی و فعالیت‌های مرتبط با یکدیگر به منظور تشکیل مداخله (مضمون) گروه‌بندی شدند، که در انتها نیز در سه دسته کلی شناسایی شدند. به منظور اجرای مناسب فرآیند و قابل اعتماد بودن نتایج تحلیل و کدگذاری، ضریب کاپای کوهن به کار رفت. بدین منظور، تعدادی از مقالات بررسی شده (۱۵ مقاله از ۴۰ مورد) به صورت تصادفی انتخاب شد و در اختیار یک پژوهشگر باتجربه دیگر قرار گرفت. در این پژوهش، ضریب کاپای کوهن برای کدگذاری دو پژوهشگر ۰/۷۸ به دست آمد، که نشان‌دهنده پایایی بالا است (اکایر^۱، ۲۰۱۰)

یافته‌ها

بر اساس مقالات گزینش شده در بخش قبلی، ۴۰ مقاله نهایی شده در نشریات زیر پراکنده شده بودند، که در قالب جدول ۳ آورده شده‌اند:

جدول ۳. فراوانی مجلات از مقالات گزینش شده

نام مجله	فراوانی ذکر شده
Journal of Travel Research	۱
Journal of Environmental Psychology	۹
Journal of Sustainable Tourism	۱۲
Journal of Retailing and Consumer Services	۶
Tourism Management	۳
Journal of Destination Marketing & Management	۲
international journal of consumer studies	۱
Tourism Planning & Development	۱
Asia Pacific Journal of Tourism Research	۱
Tourism Analysis	۲
Journal of Outdoor Recreation and Tourism	۱
Resources, Conservation & Recycling	۱

بر اساس مقالات گزینش شده، مقالات انتخاب شده به دودسته کلی تقسیم شدند، که شامل رفتار کنشگران در فضای گردشگری و در قالب مردم عادی است و تلاش شده تا از طریق پیدا کردن شکاف بین آنها، بهترین شکل نمایش داده شود؛ در بخش اول، شاخص‌های تبیین کننده رفتار کنشگران در فضای گردشگری بررسی شده است.

بخش اول: شاخص‌های تبیین کننده رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست
بر اساس تئوری‌های شکل گرفته در حوزه تبیین رفتار گردشگران، شاخص‌های متعددی از آنها استخراج شده است، که تلاش شده بر اساس مقالات گزینش شده، بهترین مضامین انتخاب شوند. لازم به ذکر است که ممکن است برخی از این تئورهای ذکر شده الزاما در حوزه گردشگری و محیط زیست نباشند، ولی می‌توانند رفتار آنها را تا حدی تشریح کنند. خروجی بر اساس این تئوری‌ها از مبانی انتخاب شده در جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴. مضامین تبیین کننده رفتار گردشگران نسبت محیط زیست

مضمون اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های پشتیبان	محققان
کشور مقصد	آلودگی هوا	تئوری ارزش، عقاید، هنجار، تئوری انتظار	وو و جنگ ^۱ (۲۰۱۹)
گردشگر	اضطراب گردشگری		
گردشگر	نوستالژی گردشگری	پست ماتریالیسم	هالتمن، کاظم نیا و قاسمی ^۲ (۲۰۱۵)
گردشگر	تمایل به پرداخت بیشتر		
کشور مبدأ - گردشگر کشور مقصد	عقاید		
گردشگر	نگرش	تئوری تعلق ^۴ (وابستگی)	رامکیسون، وایلر و اسمیت ^۳ (۲۰۱۵)، مایر و فرانتر (۲۰۰۴)
کشور مقصد	هویت مکان		
کشور مقصد	وابستگی مکان		
کشور مقصد	اثرگذاری مکان		
کشور مقصد	پیوند اجتماعی مکان		

1 Wu & jeng

2 Hultman;Kazmnia & ghasemi

3 Ramkissoon, Weiler & Smith

4 attachment theory

ادامه جدول ۴.

مضمون اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های پشتیبان	محققان
گردشگر	تجربه شخصی گردشگر	تئوری سطح تفسیر	چن، دای، ژو همکاران ^۱ (۲۰۲۰)؛ تروپ و لیبرمن ^۲ (۲۰۱۰)؛ تروپ، لیبرمن و واکسلاک ^۳ (۲۰۰۷)
گردشگر	دانش گردشگران		
کشور مبدا - کشور مقصد	فاصله زمانی		
کشور مبدا - کشور مقصد	فاصله مکانی		
کشور مبدا - کشور مقصد	فاصله اجتماعی		
کشور مبدا - کشور مقصد	فاصله فرضیه‌ای		
گردشگر	حساسیت درک‌شده	تئوری انگیزش محافظت	چن و همکاران (۲۰۲۰) تروپ و لیبرمن (۲۰۱۰)؛ تروپ، لیبرمن و واکسلاک (۲۰۰۷)
گردشگر	شدت درک‌شده		
گردشگر	پاداش‌های درونی و بیرونی		
گردشگر	ارزیابی کنار آمدن (کارآمدی پاسخ درک‌شده، خودکارآمدی درک‌شده و هزینه‌های پاسخ است).		
کشور مبدا - کشور مقصد	تغییرات کانال‌های ارتباطی تعاملی از سنتی به مجازی		دورن، هانس و لارسن ^۴ (۲۰۱۷)
گردشگر	هنجارهای شخصی	تئوری هنجار - برانگیختگی	دورن و همکاران (۲۰۱۷)؛ کياتکوسین و هان ^۵ (۲۰۱۷)
گردشگر - کشور مبدا - کشور مقصد	ویژگی‌های جمعیتی - اجتماعی		

1 Chen, Dai, Zhu, et al

2 Trope & Liberman

3 Trope, Liberman, & Wakslak

4 Doran, Hanss & Larsen

5 Kiatkawsin and Han

ادامه جدول ۴.

مضمون اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های پشتیبان	محققان
کشور مقصد	هنجارهای اجتماعی	تئوری هنجار - برانگیختگی	هان ^۱ (۲۰۱۵)؛ دوران و همکاران (۲۰۱۷)
گردشگر	محتوای تولیدشده گردشگر ^۲ در حمایت از محیط زیست	تئوری هنجار - برانگیختگی	هان و همکاران (۲۰۱۷)، دوران و همکاران (۲۰۱۷)
گردشگر	مسئولیت پذیری محیطی	تئوری هنجار - برانگیختگی	هان، لی، ترانگ و همکاران ^۳ (۲۰۱۸)
گردشگر	آگاهی محیطی		
کشور مقصد	هنجار اجتماعی		
گردشگر - کشور مبدا	هنجار شخصی		
گردشگر	درگیری محتوای تولید شده در حمایت از محیط		
کشور مبدا - کشور مقصد	نوع ارزش (خودخواهانه، نوع دوستی، زیست محیطی)	-	کیم و استیچنکوا (۲۰۱۹)؛ دوران و همکاران (۲۰۱۵)؛ دی گورت و استگ ^۴ (۲۰۰۷)
کشور مبدا - کشور مقصد	منظر زمان (چشم انداز زمان)	-	برودراینزله ^۵ (۲۰۱۵)
گردشگر	خودکارآمدی ^۸	-	هاسن و بوهم ^۶ (۲۰۱۰)؛ دوران و همکاران (۲۰۱۵)؛ هاسن، بوهم، دوران و همکاران ^۷ (۲۰۱۶)
کشور مبدا	عقاید کارای جمعی ^۹		

1 Han

2 User Generated Content

3 At el Han, Lee,, Trang

4 De Groot & Steg

5 Bruderer Enzler

6 Hanss and Böhm

7 Hanss, Böhm,, Doran at el

8 Self-efficacy beliefs

9 Collective efficacy beliefs

ادامه جدول ۴.

مضمون اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های پشتیبان	محققان
گردشگر	گردشگری شانسن آخر ^۴	تئوری هنجار - باور - ارزش	دنلی، وسدام ریبیرو و همکاران ^۱ (۲۰۲۰) ایجیلر، تاپر و پیترز ^۲ (۲۰۱۰)؛ لمیلین، دئوسن، استوارت و همکاران ^۳ (۲۰۱۰)
گردشگر	وجدان صرفه‌جویی ^۶	-	هوانگ و وانگ ^۵ (۲۰۱۸)
گردشگر	وابستگی به طبیعت ^۷	-	وانگ، وانگ، لی و ژو ^۸ (۲۰۲۰)
کشور مبدا	دین‌داری (ذاتی و بیرونی)	-	اوساما و همکاران ^۹ (۲۰۱۹)
کشور مبدا - کشور مقصد	محیط نهادی	-	
گردشگر	مادی‌گرایی	پردازش اطلاعات دوگانه	کاظم نیا، هالتمن و مستقل ^{۱۰} (۲۰۱۶)
گردشگر	عقاید سازگار با محیط زیست		
گردشگر - کشور مبدا	علائق اکوتوریسم		
کشور مقصد	اطلاعات دریافت شده از مقصد	تئوری منبع اطلاعات	بیگر و لاسر ^{۱۱} (۲۰۰۴)
کشور مقصد	طبقه‌بندی ذهنی برندهای مقصد		
گردشگر	مدت زمان سفر	تئوری استدلال منطقی	پودل و نیوپانه ^{۱۲} (۲۰۱۶)
گردشگر	اندازه گروه		
گردشگر	سن		
گردشگر	جنسیت		

- 1 Denley, Woosnam, Alector Ribeiro at el
- 2 Eijgelaar, Thaper, & Peeters
- 3 Lemelin,, Dawson, Stewart at el
- 4 last chance tourism
- 5 Huang & Wang
- 6 frugality consciousness;
- 7 Connectedness to nature
- 8 Wang, Wang, Li & Zhou
- 9 Usman el at
- 10 Kazmnia,Hultman and Mostaghel
- 11 Biger & laser
- 12 Poudel & Nyaupane

ادامه جدول ۴.

مضمون اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های پشتیبان	محققان
کشور مقصد	وفاداری مقصد	تئوری هنجار-باور-ارزش	کیم و استیپچنکوا ^۱ (۲۰۱۹)
کشور مقصد	تبلیغات توصیه‌ای مثبت از رفتار حامی محیط		
گردشگر	رفتار مسئولیت پذیرانه محیطی		
کشور مقصد	تصویر مقصد	-	لاین، هانکس و میاوی ^۲ (۲۰۱۷)
گردشگر	مشوق‌های مالی		
کشور مقصد	مشوق‌های امنیتی		
گردشگر - کشور مبدا	نگرانی محیطی		
کشور مقصد	آب‌وهوا محیطی	-	وانگ و همکاران ^۳ (۲۰۱۹)
گردشگر	احساس تعهد نسبت به مقصد		
گردشگر	نگرانی‌های نوع‌دوستانه ^۴		
گردشگر	تجربیات چشم‌گیر ^۶		هانت و هاربور ^۵ (۲۰۱۸)

بخش دوم: تبیین تئوری‌های مبنایی رفتار افراد بومی در قبال محیط زیست

در این بخش تلاش شده تا از طریق تشریح تئوری‌های مبنایی در حوزه رفتار افراد در قبال محیط زیست (سوی فضای گردشگری)، شاخص‌های مؤثری که بتوانند در تشریح رفتار گردشگران کمک‌کننده باشند را ارائه کرد. از این‌رو، در گام اول، به استخراج تئوری‌ها و همین‌طور شاخص‌های مؤثر در تشریح رفتار افراد در قبال محیط زیست پرداخته شده‌است. نکته مهم در استخراج مضامین فرعی این است که این پژوهش صرفاً تأثیر افراد بومی را مورد بررسی قرار داده‌است. از این‌رو، در مضامین اصلی، به صورت کلی، نقش فرد مبنا قرار داده شده‌است.

1 Kim & Stepchenkova
2 Line, Hanks and Miao
3 Wang et al
4 Altruistic concern
5 Hunt & Harbor
6 immersive

جدول ۵. مضامین تبیین‌کننده رفتار کنشگران (افراد بومی) نسبت محیط زیست

مضامین اصلی	مضامین فرعی	تئوری‌های مبنایی	محقق
افراد	نگرش	تئوری استدلال منطقی	کولموس و اچیمن ^۱ (۲۰۰۲)
کشور مبدأ	منبع کنترل		
افراد	مسئولیت‌پذیری اشخاص		
افراد	فاکتورهای شخصی		
کشور مبدأ	فاکتورهای موقعیتی		
افراد	دانش موضوع	مدل رفتار محیط زیست ی	فیتکائو و کسل ^۲ (۱۹۸۱)
کشور مبدأ- افراد	نگرش و ارزش‌ها؛ امکانات برای رفتار محیط زیستی؛		
افراد	مشوق‌های رفتاری		
افراد	پیامدهای ادراک‌شده در مورد رفتار محیط زیستی		
افراد	دانش دربارهٔ طبیعت	الگوی انگیزه - توانایی - فرصت - رفتار	تورگرسن و الاندر ^۳ (۱۹۹۵)
افراد	اطلاعات کاربردی		
کشور مبدأ	موقعیت مکانی	-	کورالیز و برنگر (۲۰۰۰)؛ ویلیامز و واسک (۲۰۰۳)
کشور مبدأ	تعلق مکانی		
کشور مبدأ	سرمایه اجتماعی	اعتماد اجتماعی	پانتام (۱۳۸۰)
کشور مبدأ	اهمیت رسانه در اطلاع‌رسانی	نظریه برجسته‌سازی	سورین و تانکار، ۱۹۹۹
افراد	عوامل نگرشی	-	استرن ^۴ (۲۰۰۰)
کشور مبدأ	عادت و راهرفت		
کشور مبدأ	عوامل زمینه‌ای		
افراد	عوامل شخصی		
کشور مبدأ	رسانه‌ها	نظریه پرورش (کاشت)	گرینر (۱۹۹۶)

1 Kollmuss & Agyeman

2 Fietkau & kessel

3 Thøgersen & olander

4 stern

ادامه جدول ۵.

مضمین اصلی	مضمین فرعی	تئوری‌های مبنایی	محقق
افراد	ارزیابی فایده (سود جمعی و شخصی) و کاهش هزینه‌های عمل	نظریهٔ مبادله و منافع	لابل (۲۰۰۲)
افراد	برچسب در راستای محیط زیست ^۳	تئوری سیگنال	کریمانی و اکشای ^۱ (۲۰۰۰)، داربی و کارنی ^۲ (۱۹۷۳)
افراد	نگرش نسبت به محصول		
کشور مبدا	شانس و سرنوشت	تئوری قلمرو کنترل	نوپر، کیزر، بولدر دیجک و همکاران ^۴ (۲۰۱۴)
کشور مبدا	قدرت‌های خارجی (دولت و شرکت)		
افراد	عوامل فردی	تئوری بازدارندگی - تسهیل ^۶	کورالیزا و برنگوئر ^۵ (۲۰۰۰)
کشور مبدا	عوامل موقعیتی		
افراد	اضطراب محیطی	تئوری خود تناقض ^{۱۰} - نظریه کنترل توجه	بارنت و ووماک ^۷ (۲۰۱۵)؛ گاو و همکاران ^۸ (۲۰۱۹)؛ فیسنک و همکاران ^۹ (۲۰۰۷)
افراد	غرور		
افراد	گناه		
افراد - کشور مبدا	استفاده از اینترنت	-	لئو، هانگ و تنگ ^{۱۱} (۲۰۲۱)
افراد - کشور مبدا	تهدیدات آلودگی محیطی درک‌شده		
افراد	دانش محیطی		

با توجه به تئوری‌های مطرح‌شده می‌توان به بررسی این نکته پرداخت که عموماً تبیین رفتار گردشگران بر اساس تئوری‌های مطرح‌شده سوای مقصد مدنظر است و استفاده از شاخص‌های تأثیرگذار روی مقصد ادراک‌شده می‌تواند تعدیل‌کننده مناسبی به حساب آید.

- 1 Kirmani and Akshay
- 2 Darby and Karni
- 3 Eco-label trust
- 4 Nopper, Keizer, Bolderdijk et al
- 5 Corraliza and Berenguer
- 6 Inhibition-facilitation theory
- 7 Barnett & Womack
- 8 Gao et al
- 9 Eysenck et al
- 10 self-discrepancy
- 11 Liu, Hun and Teng

بحث

در این پژوهش، در راستای دستیابی به تبیین رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست، بر اساس مقالات گزینش شده (۴۰ مقاله)، نهایتاً با توجه به محتوای مقالات انتخابی، رفتارها برای تبیین در دو دسته تقسیم‌بندی شدند که دسته اول شامل تبیین رفتار گردشگران نسبت به محیط زیست بود و در دسته دوم، سوای گردشگران، رفتار افراد بومی نسبت به محیط بررسی شد. با توجه به هدف پژوهش حاضر که به دنبال تبیین رفتار گردشگران است، مبنای مضامین اصلی تحقیق بر اساس گروه اول بود که در فضای گردشگران مورد بحث بوده است. بر اساس پژوهش‌هایی همانند لاین و همکاران (۲۰۱۷) و کاظم‌نیا و همکاران (۲۰۱۷)، مبنای تبیین رفتار کنشگران نسبت به محیط زیست می‌تواند در طیفی از کشور مبدأ، کشور مقصد و خود نیات رفتاری گردشگر باشد. از این رو، بر اساس این فضا، مضامین اصلی را می‌توان در قالب موارد زیر مطرح کرد: کشور مبدأ (شهر یا استان) - کشور مقصد (شهر، استان) - گردشگر (فرد). به عبارت دیگر، مضامین تبیین‌کننده رفتار گردشگران نمی‌تواند غیر از این سه دسته مضمون کلی باشد. با توجه به تئوری‌های مطرح شده در بخش اول می‌توان استنباط کرد که عموماً در آغاز، تئوری‌های مطرح شده (ناهماهنگی شناختی، استدلال درک‌شده، هنجار، باور، ارزش و ...) بر فرد گردشگر متمرکز بودند، یعنی تناقضاتی که فرد در بافت‌های نهادی با آن مواجه می‌شد می‌توانست نوع رفتار آن‌ها را تبیین کند. از این رو، در ابتدای تئوری‌های مطرح شده، نقش باورها و نگرش گردشگران در اولویت بود و کم‌کم نقش محیط‌های مقصد نیز مطرح شد (رامکینسون و همکاران، ۲۰۱۲؛ رامکینسون و ماوونندو^۱ و ۲۰۱۵). در نتیجه، تلاش کردند تا بتوانند از طریق تئوری‌های جدیدتر این رابطه را بهتر تشریح کنند.

نمودار ۱. سه جزء اصلی رفتار گردشگران را نشان می‌دهد

نمودار ۲. ارکان اصلی تبیین رفتار گردشگران



منبع: دورن و همکاران (۲۰۱۷)؛ کیاتکوسین و هان (۲۰۱۷)؛ لاین و همکاران، ۲۰۱۷؛ کاظم نیا و همکاران (۲۰۱۶)

بر اساس نمودار ۲، مضامین تبیین‌کننده رفتار گردشگران بر اساس تئوری‌های متعددی مورد بررسی قرار گرفت، که تمرکز اصلی محققان عموماً بر خود نیات رفتاری گردشگران بوده است. حال بر اساس جدول شماره ۵، که در آن شاخص‌های کلی نسبت به رفتار افراد در قبال محیط زیست مورد بررسی قرار گرفته است، دو نکته قابل ذکر است: ۱. تئوری‌های تبیین‌کننده رفتار کنشگران نسبت به محیط زیست ۲. مضامین شناسایی شده در خصوص رفتار کنشگران نسبت به محیط زیست. از این رو، بر اساس این تئوری‌ها، مضامین دیگری در کنار عوامل شناسایی شده گردشگران نسبت به محیط زیست می‌تواند رفتار گردشگران را مورد بررسی قرار دهد. لذا محققان از طریق مقایسه این تئوری‌ها و به دنبال آن، مضامین شناسایی شده تلاش کردند که ابعاد جدیدی از شاخص‌های تبیین‌کننده رفتار گردشگران را مورد بررسی قرار دهند، که از طریق مقایسه دو جدول ۴ و ۵ به دست آمده است:

جدول ۶. مقایسه مضامین تبیین‌کننده رفتار گردشگران و عموم مردم نسبت به محیط زیست

مفاهیم	تبیین‌کننده رفتار گردشگران در قبال محیط زیست (جدول ۴)	تبیین رفتار افراد در قبال محیط زیست (جدول ۵)
تعلق مکان (وابستگی مکان، هویت مکان، اثرگذاری مکان و پیوند اجتماعی مکان)	✓	✓
مادی‌گرایی	✓	✓
آب‌وهوای محیطی	✓	✓
نقش رسانه در اطلاع‌رسانی	***	✓
ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن و جنسیت)	✓	✓
دانش محیطی	✓	✓
اضطراب گردشگری	✓	✓
نوستالژی گردشگری	✓	✓
عادت‌ها	***	✓
سرمایه اجتماعی	***	✓
هنجارهای اجتماعی	✓	✓
محیط نهادی	✓	✓
دین‌داری	✓	✓
عوامل غیرقابل کنترل خارجی (دولت)	***	✓
شانس و تصادف	***	✓
اعتماد اجتماعی	*** ^۱	✓

۱. موارد ستاره‌دار از جمله مضامینی هستند که در فضای گردشگری توسط محققان بررسی نشده‌اند.

بر اساس خروجی مقایسه دو دسته از پژوهش‌ها، نهایتاً مواردی که به صورت ستاره در جدول ۶ مشخص شده‌اند شناسایی شدند. این مضامین عبارت‌اند از: نقش رسانه، عادت‌ها، سرمایه اجتماعی، نقش دولت، اعتماد اجتماعی، شانس و تصادف. در نتیجه، بر اساس موارد مطرح‌شده، شکاف‌های پژوهش که می‌تواند تبیین‌کننده رفتار محیطی گردشگران باشد در قالب موارد زیر جای می‌گیرد: تشخیص اینکه پایداری رفتار مصرفی نه تنها تحت تأثیر ادراک- نگرش- عقاید فرد قرار می‌گیرد، بلکه ادراک مصرف‌کنندگان در مورد عوامل خارجی غیرقابل کنترل مانند نقش‌های دولت‌ها و کسب‌وکارها و همچنین درک در

مورد عوامل شانسی / سرنوشت (به عنوان مثال خدایان سبز) می توانند از شکاف های حاضر در تبیین رفتار گردشگران باشند؛ در حالی که، این شکاف ها در مقایسه با مجموعه گسترده تحقیقات متمرکز بر رابطه بین تمایلات محیطی داخلی (به عنوان مثال، خودکارآمدی، اثربخشی درک شده مصرف کننده، کنترل محیطی درک شده و مکان کنترل محیطی داخلی) به وفور بررسی شده اند (کالا مس و همکاران، ۲۰۱۴). از طرف دیگر، نقش عادت های عمومی مردم و سرمایه های اجتماعی می تواند در آن جامعه نقش به سزایی در واکنش مردم نسبت به محیط زیست داشته باشد.

نتیجه گیری

در این بخش، محققان تلاش کردند تا از طریق دسته بندی مقالات در فضای گردشگری و فضای عمومی بتوانند عواملی که می تواند رفتار گردشگران را به صورت بهتری تشریح کند شناسایی کنند. بر اساس تئورهای مطرح شده در بخش مبانی نظری، عوامل متعددی در پیش بینی رفتار گردشگران آورده شده است، ولی محققان در این پژوهش تلاش کرده اند تا از طریق مقایسه پژوهش های انجام شده در خصوص رفتار گردشگران و مردم بومی نسبت به محیط زیست بتوانند شکاف های اصلی را شناسایی کنند و عوامل جدیدی در جهت بهبود رفتار گردشگران ارائه دهند. در بخش اول، تبیین شاخص های رفتار گردشگران را می توان در سه دسته کلی تقسیم بندی کرد، که شامل خود گردشگر، کشور مبدا و کشور مقصد می شود. در بخش گردشگر با مضامینی نظیر انگیزه ها - نگرش - تجارب شخصی، دانش محیطی، مادی گرایی، غرور، گناه، عوامل فردی، تجربیات چشم گیر، اضطراب گردشگر، نوستالژی گردشگر، سن، جنسیت، اندازه گروه، درگیری محتوای تولید شده کاربر در حمایت از محیط و ... بوده است. در بخش عوامل مربوط به کشور مبدا و مقصد، شاخص های متعددی مورد بررسی قرار گرفت، که می توان به مضامینی از قبیل موقعیت های مکانی، تعلق مکانی، وفاداری مقصد، مذهب، آب و هوای محیطی اشاره کرد. پژوهش های بی شماری نقش رابطه بین تمایلات محیطی داخلی (به عنوان مثال، خودکارآمدی، اثربخشی درک شده مصرف کننده، کنترل محیطی درک شده و مکان کنترل محیطی داخلی) را مورد بررسی قرار داده اند، که می توان به هان و همکاران (۲۰۱۷)، چن و همکاران (۲۰۱۹) و رامکینسون و

همکاران (۲۰۱۳) اشاره کرد. با توجه به مقایسه پژوهش‌های انجام‌شده در دو حوزه گردشگری و کنشگران عمومی نسبت به محیط پیشنهاد می‌شود که در راستای بهبود فعالیت‌های گردشگران در راستای محیط زیست، باید سه آیت‌م را مورد توجه قرار دهند: موقعیت کشور خود، موقعیت کشور مقصد، انگیزه‌ها و تجارب خود گردشگر؛ با توجه به موقعیت کشورهای مقصد باید به شاخص‌های متعددی مانند محیط نهادی توجه کنند. در واقع محیط نهادی بر اساس اقتصاد کشورها تعریف می‌شود و محیط نهادی قوی عموماً به لحاظ توسعه‌یافتگی در سطح بالا قرار دارد و بالعکس، که این موضوع می‌تواند در تبیین رفتار گردشگران نسبت به محیط تاثیرگذار باشد. فضایی که گردشگران در آن قرار می‌گیرند می‌تواند بسیاری از رفتارهای افراد را تفسیر کند. از طرفی، شاخص دیگر می‌تواند نقش مذهب باشد، که در نوع سلايق و نگرش مردم نسبت به محیط تاثیر بگذارد. در کنار این موارد، موقعیت سنی، تحصیلات و تجارب قبلی گردشگران هم از متغیرهای تأثیرگذار است، که می‌تواند بر اساس گروه‌های مختلف متفاوت باشد.

محدودیت اصلی پژوهش حاضر را می‌توان گسترده بودن حوزه بحث دانست، که تئوری‌های متعددی تلاش کرده‌اند رفتار کنشگران را نسبت به محیط زیست مورد بررسی قرار دهند. لذا محقق به‌ناچار تلاش کرده تا از طریق جدا کردن آن‌ها بتواند پوشش بهتری به موضوع بدهد. همچنین مبنای اصلی پژوهش حاضر مقالات سطح بالای علمی بود، که ممکن است به‌خاطر رد کردن پایان‌نامه‌ها و کتاب‌ها، شاخص‌هایی نادیده گرفته شده باشند.

پیشنهاد می‌شود که بر مبنای تئوری‌هایی مانند تئوری کنترل، تئوری سیگنال و ...، که رفتار افراد را نسبت به محیط زیست در فضای بومی مورد بررسی قرار می‌دهند، وارد فضای گردشگری شد و بتوان مضامین جدیدی از رفتار گردشگران را تبیین کرد. از طرفی، پیشنهاد می‌شود محققان در پژوهش‌های آتی تاثیر نقش دولت و نوع اقتصاد کشورها بر گردشگران را بررسی کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که از طریق مقایسه‌های تئوری‌های تبیین‌کننده گردشگران و همین‌طور عموم مردم بتوانند مضامین جدیدی که تبیین‌کننده رفتار افراد باشد را شناسایی کنند؛ نهایتاً پیشنهاد می‌شود که با توجه به اثربخشی بالای رسانه‌های اطلاعاتی، میزان تأثیر نوع رسانه را بر رفتار گردشگران مورد بررسی قرار دهند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

در انجام و چاپ این پژوهش از هیچ گونه حمایت مالی بهره گرفته نشده است.

ORCID

Salman Eivazinezhad
Mohsen Akbari



<https://orcid.org/0000-0002-0927-4871>



<https://orcid.org/0000-0003-1884-6656>

References

- Ajzen, I. 1991: The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, [online]. 50(2). Available at: <http://www.sciencedirect.com>.
- Ajzen, I. and Driver, B.L. (1992), "Application of the theory of planned behaviour to leisure choice", *Journal of Leisure Research*, Vol. 24(3), 207-215.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Akhter, S., Pauyo, T., & Khan, M. (2019). What Is the Difference Between a Systematic Review and a Meta-analysis?. In *Basic Methods Handbook for Clinical Orthopaedic Research* (pp. 331-342). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ateljevic, I. (2020). Transforming the (tourism) world for good and (re)generating the potential new normal. *Tourism Geographies*, 22(3), 467-475.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation.
- Bettany-Saltikov, J. (2012). How to do a systematic literature review in nursing: a step-by-step guide: *McGraw-Hill Education*.
- Bianchi, R. V., & de Man, F. (2020). Tourism, inclusive growth and decent work: A political economy critique. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Chen, F., Dai, S., Zhu, Y., Xu, H. (2020). Will concerns for ski tourism promote pro-environmental behaviour? An implication of protection motivation theory, *international journal of tourism research*, Volume 22, Issue 3, Pages 303-313
- Claudy, M.C., Garcia, R., O'Driscoll, A., 2015. Consumer resistance to innovation—A behavioral reasoning perspective. *J. Acad. Mark. Sci.* 43 (4), 528-544.
- Cole, S., & Eriksson, J. (2010). Tourism and human rights. In S. Cole & N. Morgan (Eds.), *Tourism and inequality: Problems and prospects* (pp. 107-125). CABI.

- Cole, S., & Morgan, N. (2010). *Tourism and inequality: Problems and prospects*. CABI.
- Cooper, C. & Scott, N. (2005) " Structure of the Australian Tourism Sector. Gold Coast",
- Cordano M, Welcomer S, Scherer RF, Pradenas L and Parada V, 2011. A Cross-Cultural Assessment of Three Theories of Pro-Environmental Behavior A Comparison Between Business Students of Chile and the United States. *Environment and Behavior*, 43(5): 634-657
- Corraliza, J. A. & Berenguer, J. 2000: Environmental values, beliefs, and actions: A situational approach, *Environment and Behavior*, 32(6).
- De Groot JI & Steg L. (2009). Morality and prosocial behavior: The role of awareness, responsibility, and norms in the norm activation model. *The Journal of Social Psychology*, 149(4): 425-449.
- De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2007). Value orientations and environmental beliefs in five countries: Validity of an instrument to measure egoistic, altruistic and biospheric value orientations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(3), 318–332.
- Denley, T.J; Woosnam, K; Alector Ribeiro; Boely, B.B; hehir, C (2020). Individuals' intentions to engage in last chance tourism: applying the value-belief-norm model, *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM*.
- Doran, R., Hanss, D., & Larsen, S. (2017). Intentions to make sustainable tourism choices: do value orientations, time perspective, and efficacy beliefs explain individual differences? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17 (3), 223-238.
- Eijgelaar, E., Thaper, C., & Peeters, P. (2010). Antarctic cruise tourism: the paradoxes of ambassadorship, "last chance tourism" and greenhouse gas emissions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 337–354.
- Gao, L., Wang, S., Li, J., & Li, H. (2017). Application of the extended theory of planned behavior to understand individual's energy saving behavior in workplaces. *Resources Conservation and Recycling*, 127, 107–113.
- Gosling, E., & Williams, K. (2010). Connectedness to nature, place attachment and conservation behavior: testing connectedness theory among farmers. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 298e304.
- Goudie, A.S. and Viles, H.A. (2013). *The Earth Transformed: An Introduction to Human Impacts on the Environment*, John Wiley & Sons.
- Halpenny, E. (2010). Pro-environmental behaviors and park visitors: the effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 409e421.

- Han, H., Lee, J. S., Trang, H. L. T., & Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58–66.
- Hanss, D., & Böhm, G. (2010). Can I make a difference? The role of general and domain-specific self-efficacy in sustainable consumption decisions. *Umweltpsychologie*, 14(2), 46–74.
- Hanss, D., Böhm, G., Doran, R., & Homburg, A. (2016). Sustainable consumption of groceries: The importance of believing that one can contribute to sustainable development. *Sustainable Development, Sustainable Development*, 24(6),
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926–1944.
- Higgins-Desbiolles, F. (2021) The "war over tourism": challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29:4, 551-569,
- Holden, A. (2007). *Environment and Tourism*, Second Edition, Routledge, 65–77.
- Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease?. *Tourism Management*, 32(4): 922-933.
- Hsee, C. K., & Rottenstreich, Y. (2004). Music, pandas, and muggers: On the affective psychology of value. *Journal of Experimental Psychology: General*, 133(1), 23-30.
- Huang, Z., & Wang, C. L. (2018). Conspicuous consumption in emerging market: The case of Chinese migrant workers. *Journal of Business Research*, Volume 86, , Pages 366-373
- Hultman, M, Kazemina, A Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation, *Journal of Business Research*
- Hyde, K. and Laesser, C. (2009), "A structural theory of the vacation", *Tourism Management*, Vol. 30
- Johnston, A. (2006). Is the sacred for sale? Tourism and Indigenous People. *Earthscan Journal of Business Research*, 86, 366–373.
- Kalamas, M; Cleveland, M and Laroche, M. (2014). Pro-environmental behaviors for thee but not for me: Green giants, green Gods, and external environmental locus of control, *Journal of Business Research* 67 (2014) 12–22.

- Kals, E., Shumaker, D., & Montada, L. (1999). Emotional affinity toward nature as a motivational basis to protect nature. *Environment and Behaviour*, 31, 178e202.76–88.
- Kiatkawsin, K., Han, H. (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally:merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tour. Manag.* 59,
- Kim,M.S. & Stepchenkova,S. (2019). Altruistic values and environmental knowledge as triggers of proenvironmental behavior among tourists, *Current Issues in Tourism Volume* 23, Issue 13,1575-1580.
- Klaczynski, P.A. (2005). Metacognition and cognitive variability: A two-process model of decision making and its development. In J.E. Jacobs and P.A. Klaczynski (Eds.). *The development of decision making in children and adolescents* (pp. 39-76). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to to Pro-Environmental Behavior?*Environmental Education Research* 8(3):239-260
- Lee, C.C. and Chang, C.P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels, *Tourism Management*, 29(1): 180-192.
- Lemelin, H., Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P., & Lueck, M. (2010). Last-chance tourism: The boom, doom, and gloom of visiting vanishing destination, *Current Issues in Tourism* 13(5):477-493
- Liberman, N., and Y. Trope. (1998). The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory. *Journal of Personality and Social Psychology* 75(1): 5-18.
- Line, D., Hanks,L..L, and Miao,L(2017). Image Matters: Incentivizing Green Tourism Behavior, *Journal of Travel Research*,1–14
- Liu,P., Hun,G., and Teng,H. (2021). The influence of Internet use on pro-environmental behaviors: An integrated theoretical framework, *Resources, Conservation & Recycling* 164 (2021) 105162
- Martin-Cejas, R.R. and Sánchez, P.P.R. (2010). Ecological footprint analysis of road transport related to tourism activity: The case for Lanzarote Island, *Tourism Management*, 31(1): 98-103.
- Mayer, F. S., & Frantz, C. M. (2004). The connectedness to nature scale: a measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 503e515.
- Mieczkowski, Z. (1995). *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, University Press of America, 45-50.
- Miller, D., Merrilees, B., & Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism:

- Understanding and developing visitor pro-environmentally behaviors. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26e46.
- Navarro Jurado, E., Ortega Palomo, G., & Torres Bernier, E. (2020). Propuestas de reflexion desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperacion. Universidad de Malaga.
- Nepal, S. K. (2020). Travel and tourism after COVID-19 – business as usual or opportunity to reset? *Tourism Geographies*, 22(3), 646-650.No.
- Nordgren, L.F., Bos, M.W. and Dijksterhuis, A. (2011), "The best of both worlds: integrating conscious and unconscious thought best solves complex decisions", *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 47 No. 2, pp. 509-511.
- Onwezen MC, Antonides G and Bartels J, 2013. The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39: 141-153.
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2013). The role of interpretative tour guiding in sustainable destination management: A comparison between guided and nonguided tourists. *Journal of Travel Research*, 52(5), 659–672.
- Ramkissoon, H & Mavondo, F.T. (2015). The satisfaction–place attachment relationship: Potential mediators and moderators, *Journal of Business Research* 68 (2015) 2593–2602.
- Ramkissoon, H; Weiler, B & Smith, L. (2013). Place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour: a comparative assessment of multiple regression and structural equation modelling, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 5(3):215-232
- Ryan, J., Casidy, R., 2018. The role of brand reputation in organic food consumption: a behavioral reasoning perspective. *J. Retail. Consum. Serv.* 41, 239–247.
- Scott, D., Peeters, P. and Gössling, S. (2010). Can tourism deliver its "aspirational" greenhouse gas emission reduction targets?, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3): 393-408.
- Scott, D., Peeters, P., Gossling, S., 2010. Can tourism deliver its aspirational greenhouse gas emission reduction targets? *J. Sustain. Tour.* 18, 393–408.
- Silverman, D. (Ed.), 2016. *Qualitative Research*. Sage.
- Sirakayaa, E & Woodside, A.G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers, *Tourism Management* 26 (2005) 815–832
- Solnet, D., Boztug, Y. and Dolnicar, S. (2016), "An untapped gold mine? Exploring the potential of marketbasket analysis to grow hotel revenue", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 56, pp. 119-125

- Tang, C.H.H. and Jang, S.S. (2009). The tourism–economy causality in the United States: A sub-industry level examination, *Tourism Management*, 30(4): 553-558.
- Tovar, C. and Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study, *International Journal of Tourism Research*, 10(4): 365-378.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440–463.
- Trope, Y., Liberman, N., & Wakslak, C. (2007). Construal levels and psychological distance: Effects on representation, prediction, evaluation, and behaviour. *Journal of Consumer Psychology*, 17(2), 83–95.
- UNWTO. (2020). Impact assessment of the COVID 19 outbreak on international tourism. Updated 27 March 2020.
- Wang,S; Wang, J Li,J & Zhou,K. (2020): How and when does religiosity contribute to tourists' intention to behave pro-environmentally in hotels?, *Journal of Sustainable Tourism*.
- Westaby, J.D., 2005. Behavioral reasoning theory: identifying new linkages underlying intentions and behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process*. 98 (2), 97–120.
- Westaby, J.D., Probst, T.M., Lee, B.C., 2010. Leadership decision-making: a behavioral reasoning theory analysis. *Leadersh. Q.* 21 (3), 4 81–4 95.
- Wu, Z & Geng,L. (2019). Traveling in haze: How air pollution inhibits tourists' pro-environmental behavioral intentions, *Science of the Total Environment*,
- Zhong, L., Deng, J., Song, Z. and Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect, *Journal of Environmental Management*, 92(11): 2972-2983.

استناد به این مقاله: عیوضی نژاد، سلمان، اکبری، محسن. (۱۴۰۰). شناسایی و طبقه‌بندی عوامل مؤثر در واکنش گردشگران نسبت به محیط‌زیست از طریق فرایند تطبیقی - مقایسه‌ای. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶ (۵۶)، ۴۴-۹.



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.