

## تحلیل نگرش‌های ایدئولوژیک گردشگران مدرن در بازدید از جاذبه‌های طبیعی (مورد نمونه: گردشگران کلاته‌های غربی بخش بسطام شهرستان شاهرود)

طاهره صادقلو<sup>۱</sup>، دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

فهیمة جعفری، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

فهیمة کریمیان، دانش آموخته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۸/۲۳

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی پایه‌های ایدئولوژیک و نگرش‌های نظری گردشگران و همچنین بررسی تأثیر نوع نگرش گردشگران مدرن به محیط‌زیست و رفتار آنان نسبت به محیط است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. واحد تحلیل در این مطالعه گردشگران دهستانهای خرقان و کلاته‌های غربی بخش بسطام شهرستان شاهرود می‌باشند. به دلیل فقدان اطلاعات دقیق از تعداد گردشگران منطقه مورد مطالعه؛ لذا جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامعلوم بهره گرفته شد که با خطای ۰/۰۸۵، تعداد ۱۴۰ گردشگر به عنوان حجم نمونه تعیین و مورد پرسشگری قرار گرفتند. تحلیل اطلاعات بدست آمده نشان داد، میان متغیرهای مورد بررسی نگرش زیباشناختی-روانی گردشگران به طبیعت با میانگین ۴/۷۸ بیشترین تأثیر را در رفتار آنان نسبت به محیط‌زیست داشته است و اغلب گردشگران به دنبال منافع اقتصادی در بازدید از مناطق گردشگری نیستند و به عبارت دیگر، آن‌ها نگرش منفعت‌طلبانه در بازدید طبیعت ندارند. همچنین نتایج نشان داد نگرش گردشگران حرفه‌ای (فعال در گردشگری) و افراد غیرحرفه‌ای نسبت به طبیعت متفاوت است. براساس نتایج آزمون تی دو نمونه مستقل، زنان و مردان نگرش ایدئولوژیکی متفاوتی نسبت به طبیعت دارند که سبب می‌شود رفتار آنان نسبت به محیط طبیعی نیز متفاوت باشد. میان سن و نگرش‌های ایدئولوژیک گردشگران نسبت به طبیعت رابطه‌ای مثبت و مستقیم برقرار می‌باشد و بدین ترتیب با بالا رفتن سن نگرش به طبیعت تغییر می‌کند و در رفتارهای زیست محیطی گردشگران مؤثر است.

کلیدواژه‌ها: نگرش ایدئولوژیک، گردشگری طبیعت، رفتار گردشگر، حفظ محیط زیست، شهرستان شاهرود

## مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان نیروی محرکه‌ای برای توسعه منطقه‌ای مطرح می‌شود. گردشگری موفق می‌تواند درآمد دولت، اشتغال و دریافتی گردشگر مقصد را افزایش دهد (شیرخدایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۹). یکی از چالش‌های اساسی صنعت گردشگری مدرن در قرن معاصر، تصویر ذهنی منتج از پایه‌های نظری و نگرشی گردشگران است که رفتار گردشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد (سرودو و نیکولتا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۹). در ساماندهی گردشگری در یک مکان، توجه به برنامه‌ریزی گردشگری با شناخت رفتار گردشگران آغاز می‌شود (افراخته و خدائی، ۱۳۹۰: ۷۳). شکل‌گیری تصویر ذهنی گردشگران و به تبع آن‌ها رفتارهای آنان در برخورد با طبیعت را می‌توان نشأت گرفته از جهان‌بینی و ایدئولوژی گردشگران و انطباق ویژگی‌های مقصد با این نگرش دانست. ایدئولوژی هر گردشگر، ریشه در فرهنگ مبدأ و ذهنیت گردشگر از اطلاعات دریافتی از مقصد دارد (قدیری و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۵). ایدئولوژی، زیر مجموعه‌ای از فرهنگ است و به عقیده برنز و هولدن (۱۹۹۵) فرهنگ متشکل از الگوهایی از مجموعه‌های پیچیده‌ای از دانش، اعتقاد، هنر، قوانین، روحیه، آداب و سنن، عادات و سایر مواردی است که به وسیله انسان به عنوان عنصری از جامعه، فراگرفته شده است و در طول نسل‌ها منتقل شده است. در صنعت گردشگری نیز ایدئولوژی افراد در فرهنگ‌های مختلف، سبب گردیده گردشگران با نگاه‌ها و انتظارات متفاوت مکانی را انتخاب نمایند. نقش اولیه ایدئولوژی در ارتباط با روابط اجتماعی می‌باشد، بر همین اساس، معنای هر ایدئولوژی وابسته به ساختارهای اجتماعی می‌باشد که ایدئولوژی و رابطه آن را به‌جای واقعیت، با دیگر ایدئولوژی‌ها را حفظ می‌کند (آلدوزر<sup>۲</sup>، ۱۹۶۹: ۱۰۲). در بحث ایدئولوژی گردشگران، شناخت جوامع و فرهنگ‌های مختلف جهت تامین خواسته گردشگر از مکان گردشگری، حائز اهمیت است چرا که با کسب این شناخت می‌توان باعث موفقیت‌های بزرگی در زمینه جذب گردشگری و توسعه در منطقه شد. از آنجا که ایدئولوژی‌ها در جوامع متفاوت است، گردشگران با نگرش‌های متفاوت، گردشگری با مقاصد متفاوت را منجر شده که با انتخاب مقصد مورد نظر رابطه فرهنگی - اجتماعی میان گردشگر و میزبان شدت یافته، در نتیجه گردشگری می‌تواند عاملی برای تغییرات اجتماعی و فرهنگی به شمار آید. در رابطه میان گردشگر و

جامعه مقصد، تبادل فرهنگی با زیرساخت‌های ایدئولوژیکی ایجاد می‌گردد. پس اهمیت دادن به بحث ایدئولوژی در الگوهای فضایی گردشگری، حایز اهمیت است (قدیری و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۵). یکی از الگوهای فضایی گردشگری شکل گرفته در عصر مدرن و حتی پسامدرن، گردشگری طبیعت یا طبیعت-گردی می‌باشد. این الگوی فضایی در برگیرنده رویکرد گردشگران به محیط طبیعی با انگیزه‌های متفاوتی می‌باشد (داودی و ذبیحی، ۱۳۹۳: ۳۴). علی‌رغم تعاریف مشخص و تعیین‌کننده‌ای که از گردشگری طبیعت وجود دارد، اثرات توسعه گردشگری طبیعت در بسیاری از نقاط دنیا و از جمله ایران، بیانگر این مهم است که این تعاریف تا حد زیادی در عمل توسط گردشگران مد نظر واقع نمی‌شود. همان‌گونه که در جریان تکامل اجتماعی کشاورزی با نیروی کار بردگان به کنشی غیر اخلاقی بدل شده و مورد سرزنش قرار می‌گیرد، گردشگری مدرن نیز با آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی آن با همین وضعیت اخلاقی مواجه خواهد شد (رضوانی و لباف خانیکی، ۱۳۹۳: ۶۱). افزایش تخریب و آلودگی‌های زیست‌محیطی و بسیاری از ناپایداری‌های دیگر شاهدهی بر این مدعاست که به نوعی می‌تواند حاکی از نوع نگرش‌های ایدئولوژیکی گردشگران طبیعت در برخی فضاها از جمله نواحی روستایی با پتانسیل‌های قابل توجه اکوتوریستی باشد. دهستان کلاته‌های غربی و خرقان در بخش بسطام شهرستان شاهرود به دلیل ویژگی‌هایی چون طبیعت زیبا و آب و هوای مناسب، وجود باغات متنوع، وجود شکارگاه‌های متعدد، مردمی با فرهنگ‌های متنوع، جاذبه تاریخی، داشتن آرامگاه‌های عرفای مشهور و آداب و رسوم خاص از ظرفیت بالقوه مناسبی برای توسعه کارآفرینی در سطح محلی و منطقه‌ای برخوردار است. با توجه به تأثیر نوع نگرش گردشگران مدرن به محیط زیست در رفتار آن‌ها در جهت حفظ یا تخریب محیط، مطالعه حاضر به دنبال ارزیابی و بررسی پایه‌های ایدئولوژیک و نگرش‌های نظری گردشگران این نواحی، در بازدید از این مناطق می‌باشد.

### مبانی نظری

گردشگری در یک نگرش پس‌ساختاری بر بنیادی از کنش‌پذیری سیستمی که در فضای پسامدرن به فرآیند مبادله محصول گردشگری و گردشگر منتهی می‌شود، پیرامون اجزای کارکردی خود تأثیرات بسیاری را بر جای می‌نهد (افراخته و خدائی، ۱۳۹۰: ۷۲). یکی از این ابعاد تأثیرگذاری بی‌شک بر محیط زیست به عنوان یکی از پایه‌ها و زمینه‌های اصلی شکل‌گیری گردشگری به ویژه گردشگری مبتنی بر طبیعت می‌باشد. در

ایران نیز یکی از مهمترین ابعاد پیوند خورده با گردشگری و به ویژه گردشگری روستایی، طبیعت گردی یا اکوتوریسم است. این شکل از گردشگری فعالیت‌های فراغتی انسان را عمدتاً در طبیعت امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت‌های هدفمند توأم با برداشت‌های فرهنگی، معنوی، مطالعه و دیدار از جاذبه‌های طبیعی و بهره‌گیری و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع آن است (رضوانی، ۱۳۸۰: ۱۱۶). گردشگری در برگیرنده بخش‌های متفاوتی است که در چهارچوب کلیت و سیستمی از اعضاء مختلف عمل می‌کند (گان، ۲۰۰۳: ۳۴). طبیعت گردی یا گردشگری بر مبنای طبیعت از شاخه‌های بسیار گسترده و همچنین به سرعت در حال گسترش گردشگری به شمار می‌رود. چنان‌که پیش‌بینی می‌شود رشد اینگونه از گردشگری سالیانه تا ۶ درصد خواهد بود. شاخه‌های طبیعت گردی بر اساس تنوع محیط‌های طبیعی و انگیزه‌های بهره‌مندی از آن بسیار گسترده و پراکنده‌اند (کاظمی نسب و نیکنامی، ۱۳۹۴: ۳). انواع گونه‌های گردشگری بر مبنای طبیعت گردی گردشگری در دریا و محیط‌های آبی، ماجراجویی در طبیعت، گردشگری سلامت مثل استفاده از چشمه‌های آب گرم با هدف آب درمانی و لجن درمانی، گردشگری بر مبنای جمع‌آوری منابع و محصولات طبیعی نظیر تمشک، آلو و میوه‌های جنگلی، سنگ‌های قیمتی و یا حتی منابع انرژی، بازید گردشگران طبیعت دوست علاقه‌مند به محیط‌های بسته مثل آکواریوم، باغ وحش، باغ‌های گیاه شناسی و باغ پرندگان و مشاهده چشم‌اندازهای طبیعی و لذت از دیدن طبیعت مثل دیدن کویر و آسمان کویر، دیدن جنگل و حیات وحش (زاهدی و رنجبریان، ۱۳۹۱: ۷۷) می‌شود. تشخیص اولویت‌های اکوتوریسم با توجه به محدودیت‌های منابع مالی و اقتصادی از بنیادی‌ترین اقدامات در این خصوص است (رحیمی و رنجبر دستانی، ۱۳۹۱: ۵۴۶).

در کنار اثرات توسعه‌ای صنعت گردشگری بر اجتماعات میزبان، اثرات زیست‌محیطی آن از جایگاه و ضرورت قابل توجهی برخوردار است. امروزه مسائل محیط زیستی عمیقاً دارای مفاهیم اجتماعی‌اند و در کل مسائل محیط‌زیستی ریشه فرهنگی دارند. بخش عمده‌ایی از مشکلات زیست محیطی موجود ریشه در فقدان آگاهی‌های لازم و ضعف فرهنگی در زمینه ارتباط انسان و طبیعت دارد و در واقع نوعی مشکل فرهنگی محسوب می‌شود (شیرینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۵). اثرات زیست‌محیطی گردشگری نیز از این

مقوله مستثنی نمی‌باشد. شایان توجه است که، نحوه رفتار با محیط زیست تحت تأثیر اصول و پایه‌های فکری و ایدئولوژیکی متفاوتی در افراد شکل می‌گیرد و خود را به صورت رفتارها و کنش‌های مختلفی بر اکوسیستم نمایان می‌سازد. بر طبق گفته سازمان جهانگردی، گردشگری به مناطق طبیعی که با احساس مسئولیت همراه باشد، سبب بهبود سطح زندگی مردم بومی و حفظ محیط‌زیست می‌شود (قدیری و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۸). اکوتوریسم در وهله نخست ناظر بر ملاحظات زیست‌محیطی و توسعه پایدار است و در آن طبیعت‌گردی در درجه دوم اهمیت قرار دارد. به عبارتی دیگر، اکوتوریسم پیوند دهنده دو دیدگاه تعهد شدید به طبیعت و احساس مسئولیت اجتماعی است (جمعه پور و نماینده، ۱۳۹۱: ۴۷).

ایدئولوژی‌ها و نگرش گردشگران نه تنها انواع گردشگری را به وجود می‌آورند بلکه رفتار و عملکرد گردشگران در مقصد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. هر ایدئولوژی ساختار پیچیده‌ای است که توسط موضوعی خاص و مشخص شکل گرفته است و بایستی تنها به صورت کلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد (توریودان<sup>۱</sup>، ۱۹۶۷: ۴). فرهنگ‌ها نیز زیر بنای جهان‌بینی افراد هستند و نوع نگرش جوامع می‌تواند نقشی کلیدی در ابعاد توسعه داشته باشد. ایدئولوژی یا جهان‌بینی نشأت گرفته از فرهنگ در اجتماعات می‌تواند شامل نگرش‌ها و باورها، زیبایی‌شناسی، دین، فرهنگ مادی‌گرایی، تعلیم و تربیت، زبان، سازمان‌های اجتماعی، ویژگی‌های حقوقی (قانونی) و ساختار سیاسی باشند (تاج زاده نمین، ۱۳۸۳: ۶). ایدئولوژی، مردم را قادر به درک جهان اجتماعی‌شان می‌سازد و نگاه آن‌ها را در رابطه بانظم و عدالت اجتماعی منعکس می‌کند (توریودان، ۱۹۶۷: ۳). تصویرذهنی گردشگران از مقصد و الگوهای رفتاری و کنشی آنان در برخورد با مقصد تحت تأثیر عوامل مختلفی می‌باشد که بر اساس تقسیم‌بندی لوس لومسدن<sup>۲</sup> عوامل داخلی شامل ادراک، باورها و نگرش‌ها، یادگیری و انگیزه به عنوان پایه ساز نگرش گردشگران از اهمیت قابل توجهی برخوردار است (اندرک و وت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰: ۲۹).

### الف: ایدئولوژی‌های گردشگران مدرن به محیط زیست و اهمیت شناخت آن‌ها

گردشگران جمعیتی‌اند که از زیست بوم اصلی خود خارج و وارد زیست بوم جدیدی می‌شوند که با آن کمتر احساس قربات تاریخی و فرهنگی می‌کنند. تلقی اخلاقی آن‌ها از سرزمین‌های دیگر می‌تواند تبعات

1. TO'Riordan  
2. los lumson  
3. Andreck& vogt

زیست محیطی درخور توجهی داشته باشد. این تلقی را می‌توان ناشی از ایدئولوژی‌های مختلف گردشگران از مقصد و یا طبیعت دانست (هولدن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹: ۳۷۴). ایدئولوژی‌های مختلف شکل‌دهنده انگیزه‌های گردشگر برای گردشگری است (افراخته، ۱۳۸۷: ۸۳). اهمیت انگیزه در گردشگری کاملاً روشن است زیرا چراها و علل سفر و یا دلایل انتخاب‌های خاص گردشگران را توضیح می‌دهد (پارین<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸: ۷۵). نخستین دسته از این انگیزه‌ها به جستجوی محیط زیست مناسب مربوط می‌شود. محیطی دلپذیر و آمیخته به آرامش و سرسبزی و قطعه زمینی مفید و مناسب که بتوان در آن وسایل سرگرمی خود را فراهم آورد (افراخته، ۱۳۸۷: ۸۳).

در کنار نیاز انسان‌ها که شکل‌دهنده انگیزه آن‌ها می‌باشد، بحث برقراری تعادل بین علائق انسانی در مقابل علائق سایر موجودات، برای حفاظت از جمعیت غیر انسانی در برابر آسیب‌های انسانی نگرش‌های دیگری نظیر نگرش اخلاقی، (شریفی و همکاران، ۱۳۸۵: ۹۱) مسئولانه و سبز را در ایدئولوژی‌های گردشگری مطرح می‌سازد. در خصوص طبیعت و محیط زیست، به عنوان پایه اصلی شکل‌گیری گردشگری طبیعت، دیدگاه‌ها و نگرش‌های مختلفی وجود دارد که شیوه بهره‌گیری، تعامل و همزیستی بشر با آن را جهت داده است. گاه این رابطه یک سویه و به نفع یکی از طرفین و گاه رابطه‌ای چندبعدی با آثار و تبعات مختلف بوده است (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۳: ۷۴). در این زمینه دیدگاه‌های متعددی در فلسفه تعامل با محیط زیست وجود دارند که عبارتند از:

#### ۱: دیدگاه طبیعت محور

در این رویکرد طبیعت و محیط زیست ارزشی ذاتی دارد به هیچ وجه انسان و مسائل و منافع مادی وی مطرح نمی‌شود بلکه طبیعت فی‌الذات و به ذات خود با ارزش است این رویکرد انسان را فارغ از منافع آن و می‌دارد تا حوزه‌های محیط زیست و انسانی را محافظت کنند (مشهدی و فهیمی، ۱۳۸۸: ۲۰۰). این رویکرد راه نجات محیط زیست را ارزش قائل شدن برای طبیعت و این‌که در هر شرایطی مصالح آن را سوای ملاحظه نوع بشر مد نظر قرار داده و در هر شرایطی مصالح آن را به پای مصالح انسانی قربانی نکنیم (دلیر، ۱۳۹۷: ۷۵).

**۲: دیدگاه انسان محور**

این دیدگاه اعتقاد سنتی است به این‌که سایر موجودات زنده فقط برای استفاده انسان بوده و هیچ ارزشی به جز ارزش ابزاری برای انسان ندارند و این اعتقاد که انسان هر طور که بخواهد می‌تواند با زمین خود رفتار کند (بنسون، ۱۳۸۲: ۴۳). در این رویکرد از حفظ محیط زیست نه برای محیط زیست بلکه برای حفظ منافع انسانی است و شخص انسان و علائق و اهداف انسانی هستند که ارزش دارند و برداشت ابزاری از محیط زیست دارند. به گونه‌ایی که حمایت، پاکسازی و بهبود محیط زیست انسانی از اولویت اساسی برخوردار است و محیط زیست را حفظ می‌کند تا انسان بتواند در محیط سالم و عاری از آلودگی زندگی کند (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۳: ۷۴).

**۳: دیدگاه خداپاورانه**

خداپاوران میان دو الگوی سلطه و سرپرستی برای مسئولیت محیط زیست فرق می‌گذارند. بنابر الگوی سلطه انسان‌ها شایسته‌تر از دیگر حیوانات‌اند و حقوقی بیشتر از آن‌ها دارند الگوی سلطه، طبیعت را دارای ارزش ابزاری می‌داند اما الگوی سرپرستی طبیعت را هم دارای ارزش ذاتی و هم ارزش ابزاری می‌داند بر اساس این دیدگاه انسان به نوعی برتر از دیگر موجودات است و در عین حال دیگر موجودات و طبیعت به دلیل ارزش و اهمیت ذاتی خود، اخلاقاً شایسته حفظ و حمایت تلقی می‌شوند (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۳: ۸۱). منابع طبیعی و محیط زیست در زمره نعمت‌های بزرگ الهی است تا آدمی در برابر آن‌ها شکرگذار باشد و برای صیانت آن‌ها بکوشد صیانت از این منابع به نگرش‌ها افکار و رفتار آحاد جامعه بستگی دارد (عابدی سروستانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۶۴). تخریب منابع طبیعی و محیط زیست از نگاه و پارادایم انسان مدرن به جهان هستی و از میزان درک، فهم و رابطه‌ی او با آن‌ها ناشی می‌شود (شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۵). به طوری که انسان مدرن به جای این‌که به شناخت جهان و تغییر رفتار خود پردازد، به تخریب این منابع پرداخته است. برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری و اکوتوریسم باید به نحوی باشد که فراهم‌کننده حداکثر منابع و حداقل تأثیرات منفی بر محیط باشد (احسانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

**۴: دیدگاه مسئولانه**

بسیاری از جوامع بومی به طور فطری به خاطر نیازی که به طبیعت دارند، در برابر آن احساس مسئولیت

می‌کنند. در این نظریه هم انسان واجد اهمیت است، هم طبیعت اطراف آن. در این نظریه استفاده از طبیعت به کمک ابزار در حد معقول است و نه این‌که طبیعت به تخریب کشیده شود، مثلاً اسکیموها در حد نیاز غذایی ماهی شکار می‌کنند و کاری به شکار بیجای گونه‌ها ندارند (بنسون، ۱۳۸۲: ۱۱۹).

#### ۵: دیدگاه اصالت دهنده به حیاط (بایوستریک) و بوم (اکوستریک)

در دیدگاه اصالت دهنده به حیات (بایوستریک) تنوع زیستی، بالاترین ارزش اخلاقی را در محیط زیست دارد. انسان نیز به عنوان یکی از گونه‌ای موجود در محیط زیست در این دیدگاه مطرح است. شاید بتوان مسئله حقوق حیوانات را بخشی از این دیدگاه بر شمرد. در دیدگاه اصالت دهنده به بوم (اکوستریک) به طور کلی اکولوژی اصالت داده می‌شود و تمامی فرآیندهای موجود در اکولوژی مانند تطابق، جهش و سیکل بیورژوشیمیایی اهمیت دارد و اکوسیستم به طور کلی محترم شمرده می‌شود (بنسون، ۱۳۸۲: ۱۱۹).

#### ۶: دیدگاه زیباشناختی

ادبیات محیط زیست اشاره به بسیاری از مزایای روانی و اجتماعی زیبایی‌شناسی محیط زیست و طبیعت زیبا دارد. بنابراین، گسترش درک بهتری از زیبایی‌شناسی زیست محیطی در میان جوامع، نه تنها یک گام به سوی بازسازی نظم جهانی و نظم کره‌ی زمین خواهد بود (زنگ و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴: ۵۸؛ برمن و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲: ۳۰۰، پورتیوس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳: ۲۴) بلکه، به مردم هم کمک خواهد کرد تا از استانداردهای خوب زندگی در محیط‌های زیستی با کیفیت قابل قبول بهره‌مند شوند. یکی از راه‌های بهره‌گیری از زیبایی‌ها طبیعت، طبیعت‌گردی می‌باشد که می‌تواند پایه نگرش و عملکرد گردشگران نیز قرار گیرد. بنابراین، یک نگرش یا بینش مثبت به زیبایی محیط زیست می‌تواند زمینه‌ساز یک نگرش و رفتار مناسب با محیط زیست به صورت عام گردد (گیفورد<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲: ۵۴۱). عوامل بسیاری می‌تواند بر سطح نگرش زیبایی‌شناختی افراد تأثیرگذار باشد که عبارتند از عوامل فردی و حرفه‌ای، آگاهی‌های زیباشناختی، عوامل محیطی - فرهنگی و

1. Zhang et al  
2. Berman et al  
3. Porteous  
4. Gifford



میزان خصایص معنوی و روحی افراد (ولی‌زاده و بیژنی، ۱۳۹۵؛ فرانکو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۱۲۸؛ پورتیوس، ۲۰۱۳: ۲۶؛ کمیتسیس و فرانسیس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳: ۱۳۹).

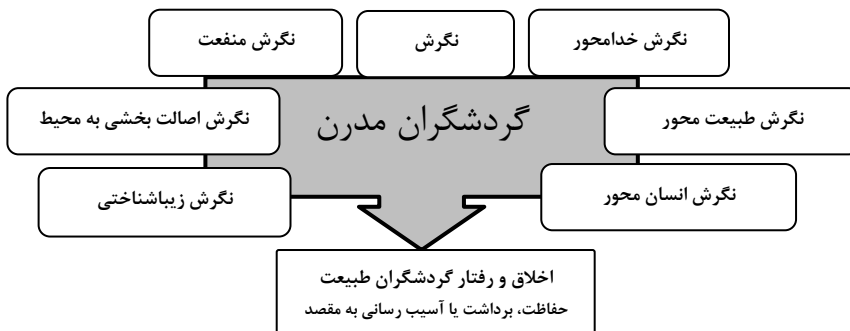
#### ۷: دیدگاه رفتار اقتصادی (انسان اقتصادی):

یکی از نگرش‌های مؤثر در رفتار گردشگران طبیعت در برابر محیط زیست به میزان توجه منفعت طلبانه آن‌ها مرتبط است. به عبارتی در دیدگاه اقتصادی یا منفعت طلبانه، ارزش محیط و بازدید از آن با هدف بهره‌گیری مادی و استفاده از مزایای اقتصادی آن صورت می‌گیرد (ذوالفقاری، ۱۳۹۱؛ مونستوری و هوریچ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸: ۱۸). که در این نگرش، ممکن است گردشگری طبیعت منجر به آسیب‌های جبران‌ناپذیر در جهت بهره‌گیری از منابع محیطی شود. به عنوان مثال، برداشت چوب، خاک، برداشت گیاهان دارویی و یا اشکال برجسته و عمیق‌تر از آن نظیر شکار حیوانات و پرندگان یا کاهش منابع آبی تحت تأثیر مصرف بی‌رویه گردشگران (بایسان<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱: ۲۲۹؛ فنل<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶: ۸). در این نگرش ممکن است پایداری گردشگری طبیعت زیرسوال برود. گردشگری در پارادایم مدرن پدید آمده و بالیده است و در واقع ماهیتی سرمایه‌داری دارد. بنابراین، با ورود گردشگری مدرن به منطقه، نظام اقتصادی جدیدی برقرار می‌شود که اساس آن استفاده حداکثر از منابع و تولید حداکثر در زمان حداقل است (رضوانی و لباف خانیکی، ۱۳۹۳: ۵۲).

در هر یک از نگرش‌های مطرح شده، شاخص‌های اخلاقی خاصی مطرح هست که می‌توانند به منزله ابزارهایی تلقی شوند که ما را در ساختن بستری برای مسئولیت مشترک در گردشگری یاری می‌دهند. به عبارتی این نگرش‌ها تبیین‌کننده اصطلاح اخلاق محیط زیستی می‌باشد که می‌تواند در عملکرد گردشگران در قبال مقاصد طبیعی تأثیرگذار باشد. لذا مقاله حاضر به منظور مدیریت اثرات گردشگری، به دنبال ارزیابی نگرش‌های غالب یا کدهای اخلاقی قالب در رفتار گردشگران طبیعت از طریق شناسایی ایدئولوژی‌های غالب ذهنی آن‌ها می‌باشد (شکل ۱).

---

1. Franco et al  
2. Kamitsis and Francis  
3. Monostori & Horich  
4. Baysan  
5. Fennell



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق؛ تأثیر نگرش‌های زیست محیطی بر رفتار گردشگران؛ منبع: یافته‌های پژوهش

### پیشینه تحقیق

در حوزه انگیزه‌ها و اثرات گردشگران بر مقاصد گردشگری تا کنون مطالعات زیادی صورت گرفته است که در بسیاری از آن‌ها نگرش و پایه‌های شناختی گردشگران به عنوان یکی از مهمترین علل انتخاب مقصد و همچنین رفتار گردشگران در محیط گردشگری است. در برخی از این مطالعات رفتار گردشگری در قبال محیط زیست و جایگاه آن از منظر مختلف مورد توجه قرار گرفته است که در جدول زیر به آن اشاره شده است (جدول ۱).

جدول ۱. پیشینه مطالعات مرتبط با موضوع

محقق و سال	عنوان	یافته
رمضان نژاد و رکن الدین افتخاری (۱۳۹۶)	ارزیابی فرهنگ محیط زیستی جامعه در مقاصد گردشگری ساحلی روستایی استان گیلان	محقق در این پژوهش قالب نگرش و رفتار محیط زیستی را مورد توجه قرار داده است و تأثیر منفی نگرش‌های جامعه را در آلوده کردن محیط زیست بررسی می‌کند. با توجه به نتایج پژوهش، گردشگران و روستائیان از سطح فرهنگ زیست محیطی پایین برخوردار هستند و میانگین فرهنگ زیست محیطی کارشناسان در سطح متوسط می‌باشد. نتایج این پژوهش نیز حاکی از سطح فرهنگ زیست محیطی پایین در جامعه است.
بدری و همکاران (۱۳۹۴)	بخش بندی گردشگران روستایی بر اساس انگیزه‌های گردشگری (مطالعه موردی: دهستان سروستان، شهرستان بوئات)	یافته‌های این پژوهش نشان داد بازار تقاضای گردشگری روستایی منطقه شامل پنج بخش که عبارت است از: طبیعت گردی و بازدید از آثار تاریخی، گروه منفعل، روستاگرایی و آرامش و استراحت، آرامش و استراحت، طبیعت گردی و تعلق مکانی. نتایج پژوهش اطلاعات ارزشمندی در زمینه ساختار حاکم بر وضعیت تقاضای گردشگری روستایی برای نهادهای دولتی، فعالان کسب و کار گردشگری و جامعه محلی فراهم می‌آورد.

## ادامه جدول ۱. پیشینه مطالعات مرتبط با موضوع

محقق و سال	عنوان	یافته
مصطفوی و همکاران (۱۳۹۴)	اخلاق در گردشگری سلامت	این پژوهش بیان می‌دارد که گردشگری بر اساس جنبه‌های اخلاقی گردشگران در زمینه سلامت مورد بررسی قرار گرفته است و تأثیر مثبت و منفی ایدئولوژی اخلاقی گردشگران سلامت را در محیط زیست و سلامت ساکنان منطقه بررسی نموده است.
کاظمی نسب و نیکنای (۱۳۹۴)	اثرات طبیعت‌گردی بر محیط زیست، فرصت‌ها و تهدیدها	محقق بر اساس اهداف گردشگری مهم‌ترین اثر گردشگری منطقه را به لحاظ آثار زیست‌محیطی گردشگران مورد بررسی قرار داده است و تأثیر ابعاد گردشگری طبیعی را بر توسعه صنعت گردشگری مورد تحلیل قرار می‌دهد.
رضوانی و لباف خانیکی (۱۳۹۳)	اخلاق گردشگری مدرن رویکردی انتقادی به ابعاد، اصول و آثار اخلاق گردشگری ایران	محقق چالش‌های فلسفی و سوالات اساسی اخلاق در گردشگری را مطرح می‌کند و به بررسی هنجارهای اخلاقی در برخی جوامع مقصد گردشگری می‌پردازد. اخلاق گردشگری را در دو زمینه ساختار طبیعی و جامعه انسانی و همچنین نقش اخلاق را در جذب و دفع گردشگر بررسی می‌کند.
نبوی و شهریاری (۱۳۹۳)	دین، اخلاق و محیط زیست	یافته‌ها نشان می‌دهد که از بین ۳ متغیر احساس مسئولیت، اخلاق زیست محیطی و ارزش‌های دینی، متغیر احساس مسئولیت با ضریب ۰/۳۹۶ تأثیر بیشتری نسبت به دو متغیر دیگر در حفظ محیط زیست دارد.
خوش فر و همکاران (۱۳۹۱)	بررسی رفتار مردم نسبت به محیط زیست (مطالعه موردی: مناطق شهری و روستایی استان کردستان)	در این پژوهش که با روش میدانی پرسشنامه در تعدادی از مناطق شهری و روستایی استان کردستان صورت گرفته، رفتارهای زیست محیطی منطقه مورد مطالعه، بررسی شده است و یافته بیانگر این هستند که برای ترویج رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط زیست باید نحوه رفتار و روش زندگی انسان‌ها در طبیعت تغییر یابد. نتایج نشان داد که رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط زیست اغلب شامل صرفه‌جویی در مصرف انرژی و سوخت انجام شده و در مجموع رفتار افراد مورد مطالعه در حدود ۴/۶۷ درصد مسئولانه و ۳۶/۲ درصد غیر مسئولانه بوده است.
قدوسی فر و همکاران (۱۳۹۱)	حکمت خالده و جایگاه طبیعت در جهان بینی و معماری معابد ادیان مختلف	در این پژوهش محقق جهان بینی و ایدئولوژی را از آن از جنبه تأثیر بر معماری محیط و نقش آن بر جذب گردشگر مورد توجه قرار داده است و در نهایت به بررسی ایدئولوژی مذهبی و هنری و تأثیر آن بر محیط زیست پرداخته است.
عابدی سروسنایی و همکاران (۱۳۸۶)	ماهیت و دیدگاه‌های اخلاق زیست محیطی با تأکید بر دیدگاه اسلامی	در این تحقیق تأکید بر این است که برای حفظ محیط‌زیست، نحوه رفتار انسان با طبیعت و روش زندگی وی باید تغییر یابد. از این رو، تنظیم مجموعه رفتارهایی به عنوان راهنمای تعامل انسان با طبیعت، ضروری است و در این راستا علم اخلاق که با توجه به نظام ارزش‌ها به تبیین باید و نبایدها و درستی و نادرستس رفتارهای انسان می‌پردازد، در قالب اخلاق زیست محیطی و به منظور ممانعت از آسیب رساندن به طبیعت و حفاظت از آن، حاکم باشند و به نظر نویسنده برای حفاظت از محیط زیست، مباحث دینی و مذهبی در تعامل انسان با طبیعت، اهمیت زیادی دارد.

## ادامه جدول ۱. پیشنهاد مطالعات مرتبط با موضوع

محقق و سال	عنوان	یافته
پتی <sup>۱</sup> (۲۰۱۰)	مصرف سبز: رفتارها و هنجارها	این پژوهش نشان می‌دهد که نوع مصرف که از سبک زندگی مصرف کنندگان صنعتی نشأت می‌گیرد، عامل اصلی ناپایداری است.
بار <sup>۲</sup> (۲۰۰۳)	استراتژی‌هایی برای پایداری: شهروندان و رفتار زیست محیطی مسئولانه	این پژوهش برای حفظ پایداری محیط زیست به تقویت رفتار زیست محیطی اشاره دارد و رفتار زیست محیطی مسئولانه را به عنوان یک استراتژی برای پایداری قلمداد می‌کند و بر به حداقل رساندن ضایعات و رفتار بازیافتی تأکید دارد: اقداماتی چون کاهش بسته‌بندی، بازیافت ظروف، استفاده از کیسه هنگام خرید که از جمله رفتارهای مناسب زیست محیطی است و جزو اخلاق سبز محسوب می‌شوند. در اخلاق سبز آگاهی عمومی در مورد چگونگی رفتار با محیط زیست و رفتار مصرف پایدار بسیار مهم می‌باشد.
بصری <sup>۳</sup> (۲۰۱۳)	مصرف سبز: در جستجوی اخلاق دینی مصرف	در این تحقیق نشان می‌دهد که مصرف زیادی با بحران زیست محیطی و تشدید آن ارتباط وجود دارد و نقش مذهب در مقوله مصرف پایدار بسیار مهم می‌باشد. هر مذهبی پایگاه اخلاقی و ظرفیت خاصی برای تولید سرمایه اجتماعی جهت رسیدن به پایداری دارد از جمله این سرمایه‌های اجتماعی مفهوم اخلاق سبز می‌باشد که به عنوان زمینه‌های مشترک برای گروه‌های مذهبی، حل مشکل مصرف اضافی است.
کارته و همکاران <sup>۴</sup> (۲۰۱۲)	رفتار سبز مصرف کنندگان در یک اقتصاد نو ظهور: سردرگمی، اعتبار و سازگاری	در این پژوهش مصرف‌کنندگان مکزیکی، مستقل از طبقه اجتماعی و منطقه جغرافیایی، رفتاری سازگار یا ناسازگار با محیط زیست دارند. از جمله رفتارهای سازگار با محیط که در بین آن‌ها رایج‌تر است، کاهش و استفاده مجدد می‌باشد و شیوه‌های سازگار مربوط به بازیافت و خرید محصولات ارگانیک در بین آن‌ها کمتر رایج است و نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که خانواده در بروز رفتارهای سازگار با محیط زیست در تمام طبقات اجتماعی غالب است.
ای پی <sup>۵</sup> (۱۹۹۲)	دیدگاه شهروندان در مورد تأثیرات گردشگری	این پژوهش به بررسی اهمیت نقش شهروندان در توسعه گردشگری بر حسب منفعت مورد انتظار آن‌ها پرداخته است یا این‌که به تأثیر دیدگاه شهروندان در حمایت از گردشگری منطقه.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

با توجه به قابلیت‌های منطقه مورد مطالعه به لحاظ جاذبه‌های اکوتوریستی، در این مطالعه سعی شده است که به نگرش و ایدئولوژی‌های مهم و اثرگذار گردشگران طبیعت در بهره‌برداری از طبیعت پرداخته شود تا

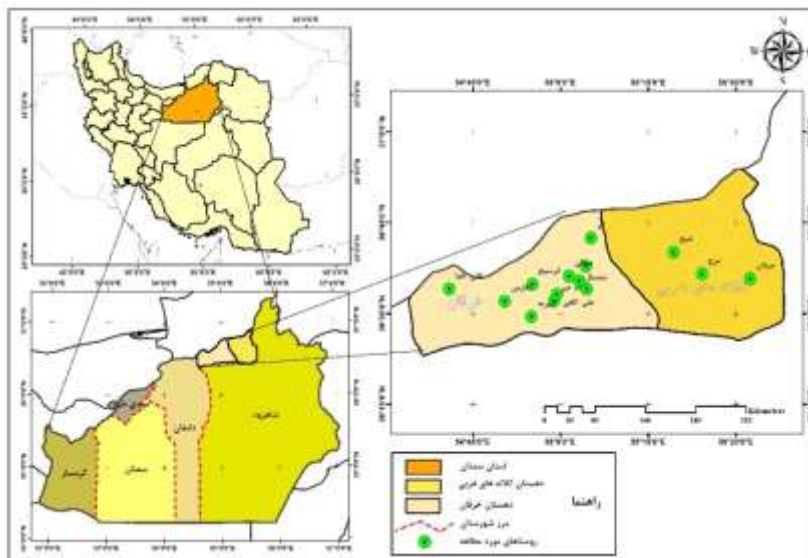
1. Peattie
2. Barr
3. Basiri
4. Carrete, et al
5. Ap

با بررسی همه جانبه راهکارهای مناسبی برای جذب گردشگران طبیعت و همچنین به موازات آن کاهش ناسازگاری‌های طبیعی و ارتقای پایداری و حفظ محیط زیست پرداخته شود. در این راستا از مطالعات پیشین برای تعیین نگرش‌ها و متغیرها و همچنین مقایسه نتایج این مطالعات با یافته‌های تحقیق استفاده شده است.

### روش‌شناسی و منطقه مورد مطالعه

بر مبنای هدف و موضوع، این تحقیق از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. واحد تحلیل در این مطالعه گردشگران دهستان‌های خرقان و کلاته‌های غربی بخش بسطام شهرستان شاهرود می‌باشند. در تحقیق حاضر متناسب با اهداف، سؤالات، فرضیات و روش‌های گردآوری، ترکیبی از روش‌های توصیفی-تحلیلی مبتنی بر مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای است. در عملیات پیمایشی و میدانی با تنظیم پرسشنامه از طریق شاخص‌ها، گردشگران طبیعت مورد پرسش قرار گرفتند لازم به ذکر است جهت تعیین حجم نمونه با توجه به این‌که آمار دقیقی از گردشگران منطقه مورد مطالعه در دست نبود؛ لذا از فرمول کوکران برای جوامع نامعلوم بهره گرفته شد که با خطای ۰/۰۸۵ صدم، تعداد ۱۴۰ گردشگر به عنوان حجم نمونه تعیین و مورد پرسشگری قرار گرفتند. نهایتاً اطلاعات گردآوری شده از طریق نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس<sup>۱</sup> و اکسل<sup>۲</sup> تجزیه و تحلیل شدند. در بخش تحلیل آماری بر حسب نوع متغیرها از آزمون‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد.

منطقه مورد مطالعه دهستان‌های خرقان و کلاته‌های غربی بخش بسطام شهرستان شاهرود در استان سمنان می‌باشد. شهرستان شاهرود از شمال به استان گلستان و شهرستان میامی، از غرب به شهرستان دامغان و از شرق به استان خراسان رضوی و شهرستان میامی همچنین از جنوب به استان‌های خراسان جنوبی محدود می‌شود. همچنین این شهرستان در حداقل طول شرقی ۵۴ درجه و ۳۶ دقیقه و حداقل عرض شمالی جغرافیایی ۳۴ درجه و ۱۴ دقیقه قرار داشته و ارتفاع ایستگاه هواشناسی مرکز شهرستان از سطح دریا ۱۳۲۵ متر است (شکل ۲).



شکل ۲. موقعیت منطقه مورد مطالعه؛ منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

## یافته‌ها

طبق جدول ۲ ویژگی‌های فردی پاسخگویان بیانگر آن است که از میان ۱۴۰ نفر پاسخ‌گو در منطقه گردشگری مورد مطالعه، ۵۶/۴ درصد مرد بودند. بیشترین پاسخگویان یعنی ۳۵/۷ درصد، در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشتند و اکثریت آنان (۴۴/۳ درصد) از نظر سطح تحصیلی، دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر از آن بودند. بیشتر افراد پاسخ‌گو (۳۲/۷ درصد) بین ۴ تا ۷ میلیون تومان درآمد داشتند که اکثریت آنان (۳۱/۴ درصد) دارای مشاغل دولتی بودند. اکثریت گردشگران پاسخگو (۳۶/۴ درصد) افرادی بودند که برای اولین بار به منطقه مورد مطالعه مراجعه کرده بودند و به مدت چند ساعت در مقصد اقامت داشتند و محل اقامت اکثریت آنان (۳۰ درصد) در اقامتگاه بومگردی بوده است و در نهایت این‌که اکثریت گردشگران (۴۴/۳ درصد) بصورت خانوادگی به منطقه مورد مطالعه سفر کرده بودند.

جدول ۲. ویژگی‌های فردی پاسخگویان

مؤلفه	بیشترین	درصد	کمترین	درصد
سن	۳۱-۴۰	۳۵/۷	۴۱-۵۰	۱۷/۱
تحصیلات	لیسانس و بالاتر	۴۴/۳	بی سواد	۱/۴

ادامه جدول ۲. ویژگی‌های فردی پاسخگویان

مؤلفه	بیشترین	درصد	کمترین	درصد
جنس	مرد	۵۶/۴	زن	۴۳/۶
میزان درآمد	بین ۴ تا ۷ میلیون تومان	۳۲/۷	کمتر از ۷۰۰ هزار تومان	۳/۶
میزان تردد	اولین بار است دیدن می‌کنم	۳۶/۴	بیش از یک بار در ماه	۲/۹
شغل	کارمند	۳۱/۴	کشاورز	۱/۴
متوسط اقامت گردشگر در روستای مقصد	چندساعت	۳۹/۳	یک هفته	۲/۱
محل اقامت گردشگر در روستای مقصد	اقامتگاه بوم‌گردی	۳۰	چادر در طبیعت	۵/۷
نوع سفر به روستای مقصد گردشگری	خانوادگی	۴۴/۳	تورهای گردشگری	۳/۶

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

در پژوهش حاضر جهت سنجش نگرش ایدئولوژیکی گردشگران طبیعت به جاذبه‌های طبیعی نواحی روستایی ۴۰ مؤلفه/گویه در قالب هفت بعد کمی گردیده است. برای بررسی وضعیت این متغیر در محدوده مورد مطالعه براساس تعداد پاسخگویان که ۱۴۰ نفر می‌باشد، از آزمون کای اسکوتر استفاده شده است. با استفاده از آزمون کای اسکوتر، مقدار معناداری برای تمام متغیرها کمتر از ۰/۰۵ محاسبه شد (برهانی و دیگران، ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴)!. تمامی مؤلفه‌ها معنادار بوده و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد. بررسی تفاوت میانگین نگرش ایدئولوژیکی گردشگران طبیعت به جاذبه‌های طبیعی نواحی روستایی در منطقه با اطمینان ۹۵ درصد تصادفی نیست. از میان متغیرهای مورد نظر بیشترین میانگین به ترتیب به نگرش زیباشناختی-روانی با میانگین ۴/۷۸ و نگرش اکولوژیکی و حیات‌بخشی با میانگین ۴/۲۵ اختصاص دارد و کمترین

میانگین به نگرش اقتصادی و منفعت طلبانه گردشگران به جاذبه‌های طبیعی منطقه مورد مطالعه (میانگین ۱/۸۷) مربوط است (جدول ۳).

جدول ۳. میانگین و کای اسکور متغیرهای نگرش ایدئولوژیکی گردشگران طبیعت به جاذبه‌های طبیعی

ابعاد	میانگین	کای اسکور
طبیعت محوری	۳/۶۵	۰/۰۰۰
انسان محوری	۳/۰۶	۰/۰۰۰
مستولانه	۴/۲۱	۰/۰۰۰
خدماتمحوری	۳/۹۸	۰/۰۰۰
اقتصادی و منفعت طلبانه	۱/۸۷	۰/۰۰۰
اکولوژیکی و حیات‌بخشی	۴/۲۵	۰/۰۰۰
زیباشناختی-روانی	۴/۷۸	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

در جدول ۴، میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا آمده است. طبق جدول ۴ و شکل ۳ میانگین شاخص‌های نگرش ایدئولوژیکی گردشگران طبیعت به جاذبه‌های طبیعی ۳/۶۸ است. بیشترین میانگین نگرش ایدئولوژیکی گردشگران به جاذبه‌های طبیعی به روستاهای نگارمن و ابرسیج به ترتیب با میانگین ۴/۲۵ و ۴/۰۱ و کمترین نگرش ایدئولوژیکی گردشگران به جاذبه‌های طبیعی به روستاهای نمدمال و درخانیات به ترتیب با میانگین ۳/۲۴ و ۳/۳۷ مربوط است. به طور کلی نگرش‌های نظری و ایدئولوژیک گردشگران این نواحی در تمامی نگرش‌ها در حد متوسط به بالا است.

جدول ۴. میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

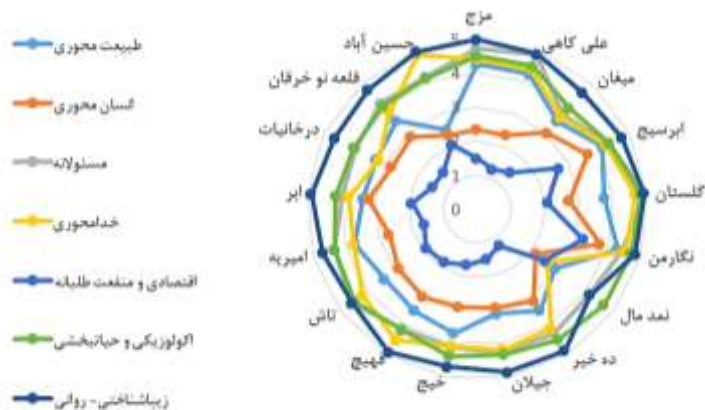
روستا	طبیعت محوری	انسان محوری	مستولانه	خدماتمحوری	اقتصادی و منفعت طلبانه	اکولوژیکی و حیات‌بخشی	زیباشناختی-روانی	نگرش ایدئولوژیکی
مزج	۴/۲۵	۲/۳۳	۴/۷۱	۴/۴	۱/۵	۴/۵	۴/۹۸	۳/۸۳
علی کاهی	۴/۲۵	۲/۳۳	۴/۸۶	۴/۴	۱/۲۵	۴/۵	۴/۸۸	۳/۷۶
میغان	۳/۴۹	۳/۰۵	۳/۷۵	۳/۶۵	۱/۴۵	۴/۰۲	۴/۶۲	۳/۴۳
ابرسیج	۴/۱۲	۳/۶۳	۴/۳۱	۴/۲۳	۲/۶۸	۴/۳۴	۴/۷۴	۴/۰۱
گلستان	۳/۷۵	۲/۸۲	۴/۹۵	۴/۶۷	۲/۰۸	۴/۸۳	۴/۹۳	۴
نگارمن	۴/۲۹	۳/۷۶	۴/۴۵	۴/۵۴	۲/۲۴	۴/۷۱	۴/۸۴	۴/۲۵
نمد مال	۲/۸۸	۲/۱۷	۴/۱۴	۲/۶	۲/۵	۴/۶۶	۴/۱۷	۳/۲۴



جدول ۴. میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

روستا	طبیعت محوری	انسان محوری	مستولانه	خدمات‌محوری	اقتصادی و منفعت طلبانه	اکولوژیکی و حیات‌بخشی	زیباشناختی - روانی	نگرش ایدئولوژیک
ده خیر	۳/۵	۳/۱۷	۴/۲۹	۴/۱۱	۱/۲۵	۴/۵	۴/۸۹	۳/۶۷
جیلان	۳/۱۳	۲/۹۴	۴/۲۹	۴/۲	۱/۵	۴/۳۳	۴/۸۷	۳/۶۲
خج	۳/۷۰	۲/۹۲	۴/۱۲	۴/۰۹	۱/۶۶	۴/۳۹	۴/۷۰	۳/۶۳
قهج	۳/۵	۳/۰۲	۴/۱۲	۴/۵۱	۱/۸۲	۴/۱۸	۴/۹۳	۳/۷۳
تاش	۳/۴۱	۲/۸۸	۴/۶۱	۴/۲	۱/۸۸	۴/۵	۴/۵۸	۳/۷۲
امیره	۳/۷۳	۲/۶۸	۴/۳۶	۳/۷۵	۱/۶۰	۴/۳۳	۴/۷۱	۳/۵۸
ابر	۳/۳۶	۳/۲	۳/۹۹	۳/۷۷	۱/۹۲	۴/۱۷	۴/۸۸	۳/۶۱
درخانیات	۳/۳۰	۲/۷۹	۳/۹۸	۳/۲۳	۱/۴۶	۴/۰۴	۴/۶۷	۳/۳۷
قلعه نو خرقان	۳/۵	۲/۸۷	۴/۲۰	۳/۸۱	۱/۴۷	۴/۰۹	۴/۷۵	۳/۵۳
حسین آباد	۲/۵	۲/۳۳	۴/۱۶	۴/۸۵	۲/۰۴	۴/۱۲	۴/۹۵	۳/۵۶
مجموع	۳/۵۷	۲/۸۷	۴/۳۱	۴/۰۶	۱/۸۴	۴/۳۷	۴/۷۷	۳/۶۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰



شکل ۳. میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا؛ منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

برای بررسی میزان تأثیر هر یک از نگرش‌های ایدئولوژیک گردشگران نسبت به محیط، از آزمون تی‌تک نمونه‌ای استفاده شد؛ نتایج آزمون در جدول ۵ نشان می‌دهد، میانگین محاسبه شده ابعاد تحقیق با میانگین

فرضی ۳ سنجش و ثابت می‌شود که میانگین واقعی نظر پاسخگویان در بعد زیباشناختی-روانی (۴/۷۸) بیشتر از میانگین فرضی ۳ و در حد زیاد است. بدین ترتیب نگرش زیباشناختی و روانی گردشگران نسبت به محیط زیست بیشترین تأثیر را در رفتار آنان داشته است. اما پایین‌ترین میانگین (۱/۸۷) به نگرش اقتصادی و منفعت طلبانه اختصاص دارد؛ لذا گردشگران در طبیعت به دنبال منفعت‌طلبی و منافع اقتصادی نبودند و این بعد کمترین تأثیر را در نگرش ایدئولوژیکی گردشگران نسبت به محیط، داشته است همچنین میزان معناداری برای تمامی ابعاد (به جز بعد انسان محوری) کمتر از ۰/۰۵ و معنادار است، لذا قابلیت تعمیم به جامعه دارد.

جدول ۵. رتبه و میانگین رتبه‌ای شاخص‌های نگرش ایدئولوژیک گردشگران طبیعت

95% Confidence Interval of the Difference		اختلاف میانگین	میزان معناداری	آماره t	میانگین	ابعاد تحقیق
Upper	Lower					
۰/۸۸۸	۰/۵۱۶	۰/۶۴۷	۰/۰۰۰	۹/۷۶۸	۳/۶۴	طبیعت محوری
۰/۳۴۱	-۰/۰۱۹	۰/۰۹۷۶	۰/۱۰۲	۱/۶۴۸	۳/۰۵	انسان محوری
۱/۳۲۶	۱/۰۸۷	۱/۲۱	۰/۰۰۰	۲۰/۰۲	۴/۲۱	مسئولانه
۱/۱۳۳	۰/۸۲۵	۰/۹۷۹	۰/۰۰۰	۱۲/۵۸۲	۳/۹۸	خدمات‌محوری
-۰/۹۴۴	-۱/۳۱۶	-۱/۱۳۰	۰/۰۰۰	-۱۲/۰۱۷	۱/۸۷	اقتصادی و منفعت طلبانه
۱/۳۵۰	۱/۱۵۳	۱/۲۵۲	۰/۰۰۰	۲۵/۱۲۳	۴/۲۵	اکولوژیکی و حیات‌بخشی
۱/۸۴۴	۱/۷۰۵	۱/۷۷۵	۰/۰۰۰	۵۰/۷۲۴	۴/۷۸	زیباشناختی-روانی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

در ادامه جهت سنجش و مقایسه میانگین نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی با شاخص-هایی که در جدول ۶ آورده است از آزمون آماری تی با دو گروه مستقل استفاده شد. جهت انجام آزمون تی دو گروه مستقل، ابتدا بایستی برابری واریانس‌ها به کمک آزمون لون بررسی شود. با توجه به جدول ۶، سطح معناداری آزمون لون در مواردی که  $\text{sig} > 0/05$  باشد، آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها و در موارد دیگر، آزمون تی با فرض نابرابری واریانس انجام می‌شود. طبق جدول ۶ میزان معناداری نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی در دو گروه گردشگرانی که به صورت حرفه‌ای در گروه‌های گردشگری فعالیت می‌کنند و آن‌هایی که به صورت حرفه‌ای در گروه‌های گردشگری فعالیت نمی‌کنند

۰/۰۴ که کمتر از ۰/۰۵ است؛ نشان دهنده تفاوت میان این دو گروه است. براین اساس نگرش‌های این دو گروه از افراد نسبت به طبیعت متفاوت است. سطح معنی‌داری میان دو گروه از گردشگرانی که دوره‌های آموزشی خاص در ارتباط با گردشگری گذرانده‌اند و آن‌هایی که این دوره‌ها را نگذرانده‌اند با ۰/۳۵ که بیشتر از ۰/۰۵ است، بیانگر عدم وجود تفاوت بین این دو گروه است. بر این اساس می‌توان بیان کرد که نگرش‌های گردشگرانی که دوره آموزشی خاصی در خصوص گردشگری گذرانده‌اند با آن‌هایی که اینچنین دوره‌هایی را نگذرانده‌اند، نسبت به محیط زیست تفاوتی ندارد. همچنین سطح معنی‌داری میان دو گروه زنان و مردان با ۰/۳۱ که کمتر از ۰/۰۵ است، بیانگر وجود تفاوت بین این دو گروه است؛ بنابراین داشتن نگرش‌های ایدئولوژیکی به جاذبه‌های طبیعی منطقه در بین زنان در رفتار آنان نسبت به محیط تأثیر بیشتری نسبت به مردان دارد.

جدول ۶. نتایج مقایسه میانگین نگرش ایدئولوژیکی گردشگران به طبیعت (آزمون تی دو نمونه مستقل)

متغیر		آماره‌های توصیفی		آزمون لون		آزمون تی برای برابری میانگین‌ها		
		میانگین	انحراف معیار	آماره F	سطح معنی‌دار	آماره T	درجه آزادی	سطح معنی‌دار
فعالیت به صورت حرفه‌ای در گروه‌های گردشگری	بله	۳/۳۲	۰/۸۰۶	۲/۵۷۲	۰/۱۲۱ برابری واریانس	۴/۶۱۹	۱۳۴	۰/۰۴
	خیر	۲/۸۳	۰/۶۷۶					
گذراندن دوره‌های آموزشی خاص در ارتباط با گردشگری	بله	۳/۸۵	۰/۶۴۹	۰/۲۹۵	۰/۵۸۸ برابری واریانس	۰/۶۹۳	۱۳۴	۰/۳۵
	خیر	۳/۶۷	۰/۴۷۴					
جنسیت	مرد	۳/۵۵	۰/۵۵۴	۰/۶۴۷	۰/۴۲۳ برابری واریانس	-۲/۰۲	۱۳۸	۰/۰۳۱
	زن	۳/۸۳	۰/۵۱۹					

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

طبق نتایج یافته‌های استنباطی، بررسی رابطه میان متغیرهای فردی (سن، تحصیلات و درآمد) و نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی براساس جدول ۱۰، نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن (به دلیل ترتیبی بودن متغیرها از آزمون اسپیرمن استفاده شد) نشان می‌دهد با توجه به سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ میان سطح درآمد، سطح تحصیلات و نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی رابطه

وجود ندارد. اما میان سن و نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی رابطه‌ای مستقیم و مثبت برقرار است به این معنا که با افزایش سن، نگرش گردشگران به طبیعت تغییر می‌کند و در رفتارهای زیست محیطی آنان بیشتر تأثیر دارد و همین سبب جلوگیری از تخریب محیط زیست می‌شود (جدول ۷).

جدول ۷- بررسی رابطه بین متغیرهای فردی و نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی

درآمد	تحصیلات	سن		
-۰/۱۲	۰/۱۵۵	۰/۳۳۲	ضریب همبستگی	نگرش ایدئولوژیک گردشگران به جاذبه‌های طبیعی
۰/۳۳۱	۰/۱۸۷	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

در ادامه جهت بررسی این‌که آیا تفاوت معناداری میان نگرش‌های ایدئولوژیکی گردشگران نسبت به طبیعت در روستاهای مختلف وجود دارد یا خیر از آزمون F (تحلیل واریانس<sup>۱</sup>) بهره گرفتیم. نتایج حاصل در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸. تحلیل واریانس نگرش ایدئولوژیکی گردشگران به طبیعت بین روستاهای مورد مطالعه

منبع تغییرات	آماره Leven	سطح معنی داری	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
بین گروهی	۳/۱۷۵	۰/۰۰۰	۹/۹۴۸	۱۵	۰/۶۶۳	۲/۶۳۲	۰/۰۰۲
درون گروهی			۳۱/۲۴۵	۱۲۴	۰/۲۵۲		
کل			۴۱/۱۹۳	۱۳۹			

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

ابتدا جهت بررسی همگنی واریانس بین گروه‌ها از آزمون لون<sup>۲</sup> استفاده شده است که در جدول ۸ نتایج برابر بودن واریانس بین گروه‌ها نمایش داده شده است که طبق نتایج می‌توان گفت بین واریانس گروه‌ها اختلاف معنادار وجود دارد و در قسمت مقایسه میانگین<sup>۳</sup> می‌توان از آزمون‌های مقایسه میانگین‌ها که واریانس بین گروه‌ها را مساوی فرض نمی‌کنند استفاده نمود، که در اینجا مقایسه آزمون<sup>۴</sup> به کار گرفته شده

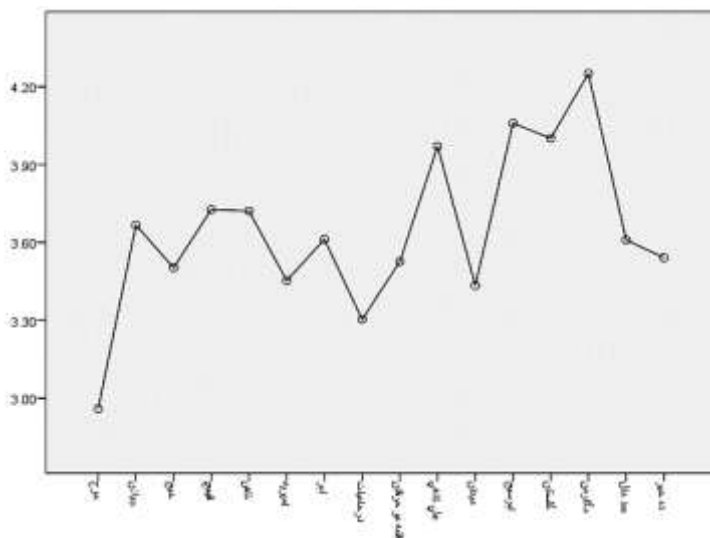
1. ANOVA

2. Leven

3. Post Hoc

4. Games-Howell

است (سجاسی قیداری و دیگران، ۲۰۱۷)<sup>۱</sup>. در ادامه واریانس بین گروه‌ها نسبت به واریانس درون گروه‌ها سنجیده شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود میزان معناداری در قسمت بین گروه‌ها از ۰/۰۵ کوچکتر بوده، بنابراین می‌توان گفت که دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود دارد. به بیان دیگر نگرش ایدئولوژیکی گردشگران نسبت به جاذبه‌های محیطی در روستاهای مورد مطالعه متفاوت است (شکل ۴).



شکل ۴. ساختار تفاوت میانگین نگرش‌های ایدئولوژیکی گردشگران نسبت به طبیعت در بین روستاهای مورد

مطالعه منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به این که یکی از چالش‌های اساسی صنعت گردشگری مدرن در قرن معاصر، تصویر ذهنی حاصل از پایه‌های نظری و نگرشی گردشگران است که رفتار آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، لذا هدف پژوهش حاضر ارزیابی و بررسی پایه‌های ایدئولوژیک و اثرگذار گردشگران طبیعت در بازدید از مناطق اکوتوریستی می‌باشد، نتایج حاصل نشان داد از میان متغیرهای مورد بررسی داشتن نگرش زیباشناختی-

روانی گردشگران به طبیعت با میانگین  $4/78$  بیشترین تأثیر را در رفتار آنان نسبت به محیط زیست داشته است و گردشگران طبیعت به دنبال منافع اقتصادی در بازدید از مناطق گردشگری نیستند و به عبارت دیگر دارای نگرش منفعت طلبانه نسبت به طبیعت نمی باشند. به طور کلی نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه ای نشان داد میزان معناداری در تمامی ابعاد به جز بعد انسان محوری معنادار است و قابلیت تعمیم به جامعه را دارد. همچنین نتایج حاصل از آزمون تی دو گروه مستقل نشان داد نگرش های دو گروهی که به صورت حرفه ای در گروه های گردشگری فعالیت می کنند و آن هایی که به صورت حرفه ای در گروه های گردشگری فعالیت نمی کنند نسبت به طبیعت متفاوت است اما میان گردشگرانی که دوره های آموزشی خاص در ارتباط با گردشگری گذرانده اند و آن هایی که این دوره ها را نگذرانده اند تفاوتی نسبت به محیط زیست وجود ندارد. در نهایت طبق نتایج آزمون تی دو نمونه مستقل زنان و مردان نگرش ایدئولوژیکی متفاوتی نسبت به طبیعت داشته که سبب می شود رفتار آنان نسبت به محیط طبیعی نیز متفاوت باشد. طبق نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون از میان متغیرهای مورد بررسی که شامل سن، تحصیلات، درآمد فقط متغیر سن دارای رابطه ای مثبت و مستقیم با نگرش های ایدئولوژیک گردشگران نسبت به طبیعت می باشد و بدین ترتیب با بالا رفتن سن نگرش به طبیعت تغییر می کند و در رفتارهای زیست محیطی گردشگران مؤثر است و در نهایت طبق نتایج حاصل از تحلیل واریانس نشان داد نگرش ایدئولوژیکی گردشگران نسبت به جاذبه های محیطی در روستاهای مورد مطالعه متفاوت است.

در این راستا طبق نتایج حاصله ضروری است در جهت بالابردن نگرش های مسئولانه، زیباشناختی - روانی و اکولوژیکی گردشگران اقداماتی توسط مدیران و دست اندرکاران مربوطه صورت گیرد تا بدین ترتیب شاهد حفظ جاذبه های طبیعی باشیم. لذا در این رابطه پیشنهاداتی ارائه می گردد:

- برگزاری دوره های آموزشی گردشگری مسئولانه به گردشگران طبیعت توسط سازمان های مربوطه؛
- افزایش نظارت بر اجرای قوانین زیست محیطی در مقاصد گردشگری روستایی؛
- بالابردن سطح فرهنگ و آگاهی مردم (گردشگران و مردم محلی) در ارتباط حفظ محیط زیست؛
- تهیه کاتالوگ و بروشورهایی در ارتباط با اصول اخلاقی زیست محیطی و ارائه آن توسط مدیران روستایی به گردشگران.

## منابع

- احسانی، امیر هوشنگ و محمدی نهوجی، مقداد. (۱۳۹۰). «برنامه‌ریزی و اکوتوریسم پایدار مناطق بیابانی (مطالعه موردی: استان اصفهان)»، دانشگاه آزاد واحد اسلامشهر، دومین همایش ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری؛ فضای جغرافیایی، رویکرد آمایشی و مدیریت محیط، صص ۹۷-۱۰۶.
- عابدی سروستانی، احمد؛ شاه ولی، منصور و محقق داماد، سید مصطفی. (۱۳۸۶). «ماهیت و دیدگاه‌های اخلاق زیست محیطی با تأکید بر دیدگاه اسلامی». *اخلاق در علوم و فن آوری*، ۲ (۱): ۵۹-۷۲.
- افراخته، حسن. (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های روستایی*، تهران: گنج هنر.
- افراخته، حسن، خدایی، بهرام، علی. (۱۳۹۰). «ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی»، *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی دانشگاه تربیت معلم*، ۱۷ (۲۰): ۶۹-۸۸.
- بدری، علی؛ بیات، ناصر؛ فتاحی، احده‌الله؛ عبدی، ناصر و باقری، فاطمه. (۱۳۹۴). «بخش‌بندی گردشگران روستایی بر اساس انگیزه‌های گردشگری (مطالعه موردی: دهستان سروستان، شهرستان بوانات)»، *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۴۷ (۴): ۷۷۳-۷۸۷.
- بنسون، جان. (۱۳۸۲). *اخلاق محیط‌زیست*، مجموعه مقالات و بررسی‌ها؛ ترجمه عبدالحسین وهاب زاده، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، چاپ اول.
- تاج زاده نمین، ابوالفضل. (۱۳۸۳). «نگرشی بر جایگاه فرهنگ و ضوابط اخلاقی در گردشگری»، *فصلنامه مطالعات جهانگردی*، ۲ (۵): ۱-۲۶.
- جمعه پور، محمود و نماینده، علی. (۱۳۹۱). «ارزیابی راهبردی توان‌های اکوتوریستی و ظرفیت برد گردشگری کویر مرنجاب کاشان»، *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۱ (۱): ۴۵-۷۱.
- خوش فر، غلامرضا، الحی، صادق و امام قلی، لقمان. (۱۳۸۹). بررسی رفتار مردم نسبت به محیط زیست (مطالعه موردی: مناطق شهری و روستایی استان کردستان)، چهارمین همایش و نمایشگاه تخصصی مهندسی محیط زیست، تهران، <https://civilica.com/doc/93228>
- داوودی، زینب، ذبیحی، حسین. (۱۳۹۴). «بررسی و نقش اکوتوریسم به عنوان رویکردی نوین در توسعه صنعت گردشگری و بهره‌گیری از آن در طراحی مجموعه‌های اقامتی-توریستی (مورد مطالعه: منطقه ۲۲ تهران)»، *مطالعات آینده‌پژوهی و سیاست-گذاری*، ۱ (۱): ۳۳-۴۳.
- دلیر، الهه. (۱۳۹۷). *بین رابطه اخلاق سبز و رفتار اکولوژیکی مصرف خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: شهرستان خواف)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی گروه جغرافیا.

- رحیمی، داریوش و رنجبردستانی، محمود. (۱۳۹۱). «ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم، روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال بختیاری»، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۴ (۱۴): ۱۳۱-۱۵۰.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۰). «نقش اکوتوریسم در حفاظت محیط زیست»، فصلنامه محیط شناسی، ۲۹ (۱۲۲): ۳۱-۱۱۵.
- رمضان نژاد، یاسر و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا. (۱۳۹۶). «ارزیابی فرهنگ محیط زیستی جامعه در مقاصد گردشگری ساحلی روستایی استان گیلان»، مجله جغرافیای انسانی نواحی ساحلی، ۱ (۱): ۳۷-۵۶.
- زاهدی، محمد و بهرام رنجبریان. (۱۳۹۱). شناخت گردشگری، نشر چهارباغ، چاپ اول.
- قدوسی فر، سید هادی؛ حبیب، فرح و مهتیبام شهبازی. (۱۳۹۱). «حکمت خالده و جایگاه طبیعت در جهان بینی و معماری معابد ادیان مختلف»، باغ نظر، ۹ (۲۰): ۵۰-۳۷.
- شاه ولی، منصور و قاسمی، علی اصغر. (۱۳۹۶). «تبیین پارادایم توحیدی آموزش صیانت از منابع طبیعی و محیط زیست»، پژوهش‌های اخلاقی، ۷ (۴): ۱-۱۸.
- شیرینی، سیدمحمد؛ شمسی پاکباده، سیده زهرا و ابراهیمی، هادی. (۱۳۹۲). «اثرات اجرای برنامه‌های آموزش زیست محیطی بر طبیعت‌گردی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان مدارس لنگرود)»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲ (۷): ۱۶۲-۱۴۸.
- شیرخدایی، میثم؛ عزیززاده ثانی، محسن و آملی دیوا، فهیمه. (۱۳۹۵). «بررسی تصویر مقصد بر رضایت و مقاصد رفتاری در گردشگری سلامت (مورد مطالعه: آبگرم معدنی لاریج)»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵ (۱۷): ۱۲۸-۱۴۵.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ استعلاجی، علیرضا و پازکی، معصومه. (۱۳۹۴). گردشگری پایدار روستایی و عشایری، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- کاظمی نسب، حسن و نیکنامی، مهرداد. (۱۳۹۴). اثرات طبیعت‌گردی بر محیط‌زیست؛ فرصت‌ها و تهدیدها، همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، دانشگاه بوعلی سینا همدان، اردیبهشت ۹۴، صص ۱-۱۰.
- رضوانی، محمدرضا و لباف خانیکی، مجید. (۱۳۹۳). «اخلاق گردشگری مدرن رویکردی انتقادی به ابعاد، اصول و آثار اخلاق گردشگری مدرن»، گردشگری شهری، ۱ (۱): ۴۷-۶۱.
- شریفی، مرتضی؛ مخدوم، مجید؛ قوام الدین، زاهدی امیری و سبحانی، هوشنگ. (۱۳۸۵). «ایجاد مدل طیف قابلیت اکولوژیکی بهره‌وری انسان از پارک‌ها و مناطق حفاظت شده»، محیط شناسی بهار، شماره ۳۹، ۱۱۸-۱۰۱.
- مشهدی، علی، فهیمی، عزیز الله. (۱۳۸۸). «ارزش ذاتی و ارزش ابزاری در فلسفه محیط زیست (از رویکردهای فلسفی تا راهبردهای حقوقی)»، فصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه قم، ۷ (۳): ۱۹۵-۲۱۶.
- مصطفوی، حکیمه؛ گوشکی شمسی، احسان و عباسی، محمود. (۱۳۹۱). «اخلاق در گردشگری سلامت»، فصلنامه اخلاق زیستی، ۲ (۴): ۱۶۱-۱۸۰.



نبوی، سید عبدالحسین و شهریاری، مرضیه. (۱۳۹۳). «دین، اخلاق و محیط زیست»، فصلنامه انسان و محیط زیست، شماره ۲۹، صص ۶۹-۸۴.

ولی زاده، ناصر و بیژنی، مسعود. (۱۳۹۵). «تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر نگرش زیبایی شناسی محیط زیستی از دیدگاه روستاییان شهرستان میاندوآب»، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲ (۳): ۷۱۹-۷۳۰.

Althusser, L. (1969). For Marx: New York: Pantheon Books.

Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1): 27-36.

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4): 665-690.

Barr, S. (2003). Strategies for sustainability: citizens and responsible environmental behavior, *AREA*, 35 (3): 227-240

Basri, M. H. (2013). Green Consumption: Searching For Religious Ethics Of Consumption, AL ALBAB - Borneo Journal of Religious Studies (BJRS), 2 (22): 249-256.

Baysan, S. (2001). Perceptions of the environmental impacts of tourism: A comparative study of the attitudes of German, Russian and Turkish tourists in Kemer, *Antalya, Tourism Geographies* 3(2): 281-235.

Berman, M. G., Kross, E., Krpan, K. M., Askren, M. K., Burson, A., Deldin, P. J., & Jonides, J. (2012). Interacting with nature improves cognition and affects individuals with depression. *Journal of Affective Disorders*, 140 (3): 300-305.

Borhani, F., Pourezat, A. A., & Ehsani, A. H. (2024). Spatial Distribution of Particulate Matter in Iran from Internal Factors to the Role of Western Adjacent Countries from Political Governance to Environmental Governance. *Earth Systems and Environment*, 8(1), 135-164.

Borhani, F., Shafiepour Motlagh, M., Ehsani, A. H., Rashidi, Y., Ghahremanloo, M., Amani, M., & Moghimi, A. (2023). Current status and future forecast of short-lived climate-forced ozone in Tehran, Iran, derived from ground-based and satellite observations. *Water, Air, & Soil Pollution*, 234(2), 134.

Carrete, L., Castaño, R., Felix, R., Centeno, E., González, Eva. (2012). Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility, *Journal of Consumer Marketing*, 29 (7): 470-481,

Fennell, D., (2006). The Ethics of Excellence in Tourism Research, *Journal of Travel Research*, 52(4):

Franco, D., Franco, D., Mannino, I., & Zanetto, G. (2003). The impact of agroforestry networks on scenic beauty estimation: the role of a landscape ecological network on a socio-cultural process. *Landscape and Urban Planning*, 62(3): 119-138.

Gifford, R. (2014). Environmental psychology matters. *Psychology*, 65(1), 541.

Gunn, C. A. (2002) *Tourism planning: basics, concepts, cases*: 4th Edition. Taylor and Francis, London, ISBN 0-415-93268-8, ISBN 0-415-93269-6 (pbk).

- Holden, A., (2009) . THE ENVIRONMENT-TOURISM NEXUS: Influence of Market Ethics, *Annals of Tourism Research*, 36 (3): 373-389,
- Kamitsis, I., & Francis, A. J. (2013). Spirituality mediates the relationship between engagement with nature and psychological well-being. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 136-143.
- Monostori, K., and Horich, B. (2008). Studies environmental awareness: Attitude or action?. *Journal of Review of Sociology*, 14 (2), 5-31.
- Parrinllo'G.L. (1998). Motivation and Anticipation in Post-Industrial Tourism, *Annals of Tourism Research*, 20 (3): 233, 234.
- Peattie, F. (2010). Green Consumption Behavior& Norms, *Annual Review of Environment and Resources*, Vol. 35 (13):195-228
- Porteous, J. D. (2013). *Environmental aesthetics: ideas, politics, and planning*. Routledge.
- Servidio, R. Nicoletta, R. (2012). Tourists' opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation, *Tourism Management Perspectives*, 4:19-27.
- Sojasi Qeidari, H, Mahmoodi, H, Jafari, F. (2017). An Analysis of Entrepreneurial Skills of Women in Rural Areas: A Case Study of Villages in Central District of Fariman, *Journal of Rural Research* 8 (2), 242-263
- T O'Riordan, T. (1977). Environmental ideologies, School of Environmental Sciences, The University of East Anglia, Norwich, England, *Environment and Planning*, 12 (9): 3-14.
- Zhang, J. W., Howell, R. T., & Iyer, R. (2014). Engagement with natural beauty moderates the positive relationship between connectedness with nature and psychological well-being. *Journal of Environmental Psychology*, 38: 55-63.