

بررسی تأثیر صفات شخصیتی و رضایت از خدمات تفسیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان (مورد مطالعه: باغ پرندگان تهران)

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۲۵

کد مقاله: ۳۴۸۶۱

سیده مینا خوشابی^۱، مرتضی خزائی پول^۲

چکیده

از آنجاییکه در صنعت گردشگری صحبت درباره کیفیت خدمات جایگاه مهمی دارد، رضایت از خدمات، انگیزاننده قوی برای سفرهای تفریحی و فراغتی به شمار می‌آید، موفقیت یا شکست توسعه گردشگری بسیاری از مقصدها در سرتاسر جهان به رضایت گردشگر نسبت به مقصد گردشگری وابسته است. برای جذب گردشگران بالقوه و حفظ رقابت بازار در یک مقصد، مدیران بازاریابی باید جایگاهی رقابتی در بازار و درکی مثبت در میان بازار هدف خود ایجاد کنند. بنابراین برای دستیابی به بازاریابی موفق مقصد بازاریابان گردشگری باید با ایجاد رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی با توجه به رضایت از خدمات گردشگری حس دل‌بستگی به مکان را گردشگران به وجود بیاورند. هدف این پژوهش بررسی تأثیر صفات شخصیتی و رضایت از خدمات تفسیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه گردشگران ورودی به مجموعه باغ پرندگان در بهار و اوایل تابستان ۱۳۹۸ می‌باشد، نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ نفر با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شد. سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری شد. سرانجام با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار پی‌ال‌اس فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد که صفات شخصیتی و رضایت از خدمات تفسیری با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران دارد.

واژگان کلیدی: واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی،

۱- * مقاله حاضر برگرفته از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی مازیار رویان با همین عنوان با راهنمایی دکتر مرتضی خزائی پول می‌باشد.

نویسنده مسئول، کارشناسی ارشد جهانگردی موسسه آموزش عالی مازیار؛ Morteza_khp66@yahoo.com

۲- دکتری مدیریت گردشگری و مربی گروه جهانگردی موسسه آموزش عالی مازیار

در سال ۲۰۱۸، ۱٫۴ میلیارد بازدیدکننده در نقاط مختلف در سراسر جهان وجود داشت (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸). اثرات جمعی این تعداد گردشگر در طولانی‌مدت برای حفظ محیط‌زیست و محیط‌های تفریحی مثبت نیست. محققان دانشگاهی نشان می‌دهند که رفتار مسئولانه محیط‌زیستی در مقصدهای گردشگری مبتنی بر طبیعت اغلب بر منابع طبیعی و اکوسیستم زیستی متنوع در مقیاس بزرگ تمرکز می‌کند (ساو، سوانسون، ۲۰۱۷). آن‌ها اغلب تالاب‌ها، مناظر خوش‌منظر، مناطق حفاظت‌شده حیات‌وحش، پارک ملی و میراث فرهنگی را به‌عنوان مناطق مطالعه برای ارزیابی مسائل محیط‌زیستی بازدیدکنندگان، مشارکت تفریحی، تجربیات بازدیدکننده، تصویر مقصد و ادراک از ارزش که بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد، در نظر گرفتند (آتیک، ۲۰۱۰؛ چنگ، وو، و هیونگ، ۲۰۱۳؛ چنگ و وو، ۲۰۱۵؛ چپولی و چن، ۲۰۱۴؛ هان، لی و هیونگ، ۲۰۱۶). متأسفانه، پایداری فضای سبز شهری کمتر توجه علمی را دریافت می‌کند. پارک شهری یک نمونه از فضای سبز شهری است که لذت بردن از طبیعت، تجربیات تفریح و سرگرمی و تعاملات اجتماعی را برای افراد فراهم می‌کند (بادروک، توماس، و تایلر، ۲۰۰۹). ارزیابی رفتار مسئولانه محیط‌زیستی از پارک شهری می‌تواند به مدیران کمک کند تا توسعه پایدار محیط‌های تفریحی را ارتقا داده و خدمات پارک را بهبود بخشند. خدمات تفسیری معمولاً در پارک‌ها و سایر مقاصد برای ارتباطات اطلاعاتی، برای ارائه دانش و ارزش‌های منابع طبیعی و انسانی و تقویت تجربه تفریحی استفاده می‌شوند (بالانتینه و اوزل، ۱۹۹۹؛ هام، ۲۰۱۳؛ پائول و هام، ۲۰۰۸). خدمات تفسیری ممکن است هدایت‌کننده^۱ و بسته‌های خود رهنما^۲ باشد که بستگی به نوع خدماتی که قرار است ارائه شود دارد. خدمات تفسیری هدایت‌کننده خدماتی هستند که تبادل و اشتراک‌گذاری اطلاعات فردبه‌فرد را تسهیل می‌کنند مانند تورهای هدایت‌شده، سخنرانی‌ها و بحث‌ها. فعالیت‌های تفسیری خودآموز (خود رهنما) بر علائم، مسیرهای خودگردان و تورهای موتور، نشریات، نمایشگاه‌ها، و مراکز بازدیدکننده تکیه می‌کنند (براون و دیرکس، ۲۰۱۷؛ پائول و هم، ۲۰۰۸). خدمات تفسیری مؤثر، بر آگاهی محیطی، نگرش محیطی، تعهد زیست‌محیطی و حتی رفتارهای حرفه‌ای تأثیر می‌گذارد (تسانگ، یونگ و چوانگ، ۲۰۱۱). پائول، وژیو، استرن، مور، و رایت^۳ (۲۰۱۷) یک مطالعه در پارک ملی کوه بزرگ اسموکی^۴ انجام دادند و متوجه شدند که برنامه‌های تفسیری تأثیرات فوری قابل‌توجهی هم بر دقت و هم نظارت نیات و رفتارها از جمله رفتار در پارک، رفتارهای در خانه و رفتارهای اجتماعی داشته است (چنگ و وو، ۲۰۱۵). بر اساس نظریه اقدام منطقی^۵، خدمات تفسیری بر رفتارهای انسان از طریق ترویج احساساتشان به مکانی خاص اثر می‌گذارد و دل‌بستگی به مکان^۶ می‌تواند عامل موثری بر آن باشد (میلفونت، سیبلی، ۲۰۱۲).

دل‌بستگی مکانی، پیوندی است بین فرد یا گروه و مکانی که می‌تواند از لحاظ سطح فضایی، میزان اختصاصی بودن، و ویژگی‌های فیزیکی یا اجتماعی مکان متغیر باشد، و از طریق فرایندهای روانشناختی عاطفی، شناختی و رفتاری نمودار شود. مکان‌ها به مرور زمان با یادآوری رویدادهایی که در گذشته در آن‌ها رخ داده است و با فراهم آوردن امکان مقایسه گذشته و حال برای افراد، انسجام را ایجاد می‌کند که در این حالت، محیط، نمایانگر بخشی از تاریخچه شخصی فرد می‌شود (اسکل، گیفورد، ۲۰۱۰). کوواوا^۷ (۲۰۱۵) نخستین تحقیق را در مقصد گردشگری برای کشف ارتباط بین صفات شخصیتی و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی انجام داد. وی نتیجه گرفت که صفات شخصیتی یک عامل مهمی است که باعث می‌شود بازدیدکننده در یک مکان تفریحی و خدمات آن درگیر شود (کوررا، هینسلی، زونیکا، ۲۰۱۰؛ سوچکا، و گیسه، ۲۰۰۱). نتیجه تحقیق سمیراپور و سعادت یار (۱۳۹۰) درباره رابطه میان نگرش‌های زیست‌محیطی و نیات رفتاری مسئولانه‌ی زیست‌محیطی نشان داد که نگرش‌های زیست‌محیطی یک عامل پیش‌بینی‌کننده قوی از رفتار مسئولانه‌ی زیست‌محیطی می‌باشند. همچنین، مشخص گردید که رفتار مسئولانه‌ی زیست‌محیطی می‌تواند به حفاظت از محیط‌زیست کمک کند.

از طرف دیگر مقصد مورد مطالعه این تحقیق باغ پرندگان تهران انتخاب شده است. این مجموعه اگرچه اولین باغ پرندگان ایرانی نیست اما از بزرگترین و کامل‌ترین آن‌ها به شمار می‌آید که در تمامی ایام سال آماده خدمت‌رسانی به گردشگران می‌باشد. در این پژوهش، ارزیابی رفتار مسئولانه محیط‌زیستی گردشگران از باغ می‌تواند به مدیران کمک کند تا توسعه پایدار محیط‌های تفریحی را ارتقا داده و خدمات باغ را بهبود بخشند. همچنین مدیران با دانستن اهمیت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی گوناگون گردشگران و رضایت از خدمات تفسیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها می‌توانند زمینه رضایت بیشتر گردشگران را فراهم کرده و به ارائه رویکردی مؤثر برای طراحی و تکمیل خدمات تفسیری بر اساس ویژگی‌های شخصیتی که پاسخ‌دهنده

1 Guided

2 Self-guided

3 Powell, Vezeau, Stern, Moore, and Wright

4 Great Smoky Mountain National Park

5 Theory of reasoned action

6 Place attachment

7 Kvasova

اهداف مدیران باغ باشد، کمک نماید. بنابراین محقق در این تحقیق به دنبال پاسخ این سوال است که صفات شخصیتی و رضایت از خدمات تفسیری چه تاثیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان دارد؟

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۱-۲- رفتار مسئولانه زیست‌محیطی^۱

از نظر مفهومی، رفتارهای زیست‌محیطی، مجموعه‌ای از کنش‌های افراد جامعه نسبت به محیط‌زیست است که طیف وسیعی از احساسات، تمایلات و آمادگی‌های خاص برای رفتار نسبت به محیط‌زیست را شامل می‌شود. افراد هر اجتماعی بر حسب شرایط و مقتضیات خاص اجتماعی-فرهنگی برخورد متفاوتی نسبت به محیط‌زیست دارند. این برخوردها رفتارها ممکن است کاملاً منفی و مخالف محیط‌زیست و یا برعکس کاملاً مثبت و موافق محیط‌زیست باشد (جعفری، نجارزاده، جعفری، رجبی، ۱۳۹۶). استگ و ولک^۲ (۲۰۰۹)، لی و همکاران^۳ (۲۰۱۳)، اظهار داشته‌اند رفتار زیست‌محیطی اقدامات انجام شده توسط افراد یا گروهها به منظور کاهش مشکلات زیست‌محیطی تا حد ممکن است. به خاطر زمینه‌های نظری مختلف، رفتار زیست‌محیطی به طرق مختلفی اندازه‌گیری شده است. برای مثال، اسمیت و دی کستا^۴ (۱۹۹۵)، نشان داده‌اند که رفتار زیست‌محیطی شامل اقدام‌های آموزشی، مدنی، مالی، فیزیکی، قانع‌کننده و اقدام قانونی بر مبنای مکان تحت کنترل می‌باشد. استرن^۵ (۲۰۰۰)، رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را عمل عمدی فردی یا گروهی می‌داند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم، تغییرات محیط را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یا مزایایی برای محیط‌زیست به همراه دارد. رفتار مسئولانه زیست‌محیطی به حفاظت از محیط‌زیست و توسعه پایدار محیط طبیعت کمک میکند و به تغییرات آب و هوایی پاسخ می‌دهد (هان و همکاران، ۲۰۱۶؛ لی، ۲۰۱۱). مقصدهای گردشگری با فراهم کردن امکانات و خدمات به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا ارزش منابع گردشگری را درک کنند و از ایجاد محیط‌زیست و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آگاه شوند (شیو و همکاران، ۲۰۱۴؛ کیل، هلند، و استین، ۲۰۱۴). محققان رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را به رفتار عمومی و خاص طبقه‌بندی کردند. رفتار عمومی همیشه نگران‌کننده بود اما رفتارهای خاص که به مقاصد گردشگری مربوط می‌شوند به اندازه کافی تحلیل و بررسی نشده است (رامکیسون، ۲۰۱۲). در حیطه موضوع رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تحقیقات چندی انجام شده است از جمله عقیلی، خوش فر و صالحی (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست‌محیطی مسوولانه در شمال ایران (مطالعه موردی: استان‌های گیلان، مازندران و گلستان) پرداختند. نتیجه تحقیق آن‌ها نشان داد که بین عناصر عمده سرمایه اجتماعی با رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی ارتباط معنی‌داری برقرار بوده و این روابط در مناطق مختلف جغرافیایی نیز متفاوت است. سمیرا پور و سعادت یار (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی ارتباط میان نگرش‌ها و نیت رفتاری مسئولانه زیست‌محیطی پرداختند. نتایج نشان داد که نگرش‌های زیست‌محیطی یک عامل پیش‌بینی‌کننده قوی از رفتار مسئولانه زیست‌محیطی می‌باشند. همچنین، مشخص گردید که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی می‌تواند به حفاظت از محیط‌زیست کمک کند.

۲-۲- رضایت گردشگران

چی^۵ (۲۰۰۵) اظهار داشت رضایت مشتری طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری عبارت از: "یک مفهوم روان‌شناسانه که احساس خوشی و لذت ناشی از به دست آوردن آنچه که فردی امیدوار است و از یک محصول و یا خدمت انتظار دارد، می‌باشد. رضایت گردشگر زمانی به دست می‌آید که فرآیندهای مناسب به گونه‌ای طراحی شوند که خدمات ارائه شده، توقعات و انتظارات گردشگر را برآورده نمایند. اگر گردشگران مقاصد خاصی را انتخاب کنند و از تجربه سفر خود راضی برگردند، بدون شک آشنایان و اطرافیان خود را تشویق به سفر به آن مقصد نموده و تمایل خود گردشگران برای بازگشت و بازدید مجدد از آن مقصد بیشتر می‌گردد. به عبارت دیگر تعریف و تمجیدهای گردشگران از مقصد در بسیاری موارد تأثیر بیشتری در جذب گردشگران داشته و نسبت به ابزارهایی نظیر تبلیغات و غیره بهتر عمل می‌نماید (جعفری، نجارزاده، جعفری، رجبی، ۱۳۹۵)؛ به نقل از چی، ۲۰۰۵، صباغ کرمانی، ۱۳۸۰). در تحقیق که جعفری، نجارزاده، جعفری و رجبی (۱۳۹۶) به بررسی رابطه ساختاری ارزش درک شده و رضایت گردشگر با رفتار مسئولانه زیست‌محیطی انجام داده بودند به این نتیجه دست یافتند که رضایت گردشگر تأثیر معناداری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی دارد و ارزش ادراک شده و رضایت گردشگر به طور مستقیم و با واسطه مشارکت گردشگر می‌تواند رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را تحت تأثیر قرار دهند.

1 Environmental Responsible Behaviour
2Steg & Vlek
3 Smith-Sebasto & D costa
4 Stern
5 chiu

۲-۳- خدمات تفسیری در گردشگری^۱

خدمات تفسیری شامل دو شکل شخصی و غیرشخصی می‌باشد. تفسیر شخصی شامل تماس مستقیم با افراد است. خدمات غیرشخصی می‌تواند بصورت علامت‌های تفسیری، بروشور، مرکز نمایش، راهنمای صوتی، راهنمای چندرسانه‌ای و غیره باشد. اثربخشی روش‌های تفسیری بطور زیادی بر تجربه بازدیدکنندگان تأثیر می‌گذارد (هورن، ۲، ۱۹۸۰). بازدیدکنندگانی که در طول سفر به منابع خدمات تفسیری دسترسی طبیعی تری دارند نگرش‌های خود را به طور موثرتری تغییر می‌دهند و رفتارهای قوی تری را به قصد حفاظت از محیط‌زیست و مسائل زیست‌محیطی نشان می‌دهند (بالانتینه، پکر و فالک، ۲۰۱۱؛ لی و موسکارو، ۲۰۰۵).

هوانگ، ویلر و آرساکر^۳ (۲۰۱۴) با انجام یک تحقیق و از بررسی ورود توریست‌های چینی به استرالیا به این نتیجه دست پیدا کردند که رضایت از خدمات تور تأثیر مستقیمی بر رفتار مسئولانه می‌گذارد و خدمات تفسیری به‌عنوان نقش میانجی بر رفتار مسئولانه تأثیر می‌گذارد. جان، نیدهام، اسزوستر و جردن^۴ (۲۰۱۶) رضایت پس از سفر از خدمات تفسیری تور دریایی بازدیدکنندگان را مورد بررسی قرار دادند و این رضایت می‌تواند به ترویج رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی منجر شود.

۲-۴- دل‌بستگی به مکان^۵

دل‌بستگی به مکان نه تنها در چارچوب روابط عاطفی افراد با یک فضا تعریف می‌شود بلکه بر روابط اجتماعی‌ای که افراد را به مکان‌های خاص همراه با رفتارهای مربوط به مکان پیوند می‌دهد، اشاره دارد. همچنین، نشان داده شده است که دل‌بستگی به مکان که جزئی لاینفک از وفاداری نگرشی است، همانندی مفهومی با تعهد روانشناختی دارد و به شدت با مقاصد رفتاری و بازدید مجدد ارتباط دارد. واژه‌ی «دل‌بستگی» بر عاطفه و «مکان» بر صحنه‌ی محیطی که افراد به لحاظ عاطفی و فرهنگی به آن دلبسته میشوند، تأکید دارد (یاسوری، شاکری نیا، شفیع ماسوله، ۱۳۹۴). دل‌بستگی به مکان پیوند عاطفی میان فرد و محل است که اغلب از یک تجربیات شخصی نتیجه می‌گیرد (کیله، گرافی، منینگ و بیکن، ۲۰۰۴). وقتی بازدیدکنندگان به مقصد گردشگری احساس دل‌بستگی به مکان پیدا می‌کنند احتمال بیشتری دارد تا فعالانه درگیر حفاظت از محیط‌زیست شوند (چیو و همکاران، ۲۰۱۴؛ فایروپجر، مسلین و سیمونس، ۲۰۰۵؛ واکر و رایان، ۲۰۰۸). رامکینسون و همکاران^۶ (۲۰۱۲) در یک بررسی که در پارک‌های ملی استرالیا انجام دادند متوجه شدند دیدار بازدیدکنندگان از محل و دل‌بستگی به مکان نقش مهمی در رفتار مسئولانه زیست‌محیطی دارد و خدمات تفسیری می‌تواند به‌عنوان اثر میانجی‌گری می‌تواند رضایت بازدیدکنندگان را افزایش دهد.

۲-۵- صفات شخصیتی^۷

«شخصیت»^۸ موضوعی است که در علم روان‌شناسی، منشا و بانی مباحث بسیار گسترده و وسیعی شده است. این موضوع از یک سو در برگزیده مضامینی است که تفاوت‌های فردی موجود بین افراد انسانی را در بر می‌گیرد و از سوی دیگر در پی یافتن قانونمندی‌های حاکم بر تحول روانی آدمی است. آنچه ویژگی‌های الگوهای رفتاری شخص را توصیف می‌کند شخصیت نامیده می‌شود. الگوهای کلی و نسبتاً ثابت رفتار آدمی با برچسب «صفت» توصیف می‌گردد. صفات شخصیت انسان که توصیف‌کننده الگوهای کلی رفتاری اوست، از پایایی نسبی برخوردار است و لذا در محدوده خطای معیار اندازه‌گیری قابل سنجش و قابل پیش‌بینی است. سنجش شخصیت و توصیف خصایص شخصیتی از دیرباز مورد توجه روان‌شناسان بوده است (منصوری، ۱۳۸۰). با این حال، شخصیت نه تنها سبک رفتاری افراد را تعیین می‌کند بلکه نشان‌دهنده ویژگی‌های نسبتاً پایدار است (سرویدیو، ۲۰۱۵). مک کری و کوستا^۹ (۱۹۸۵) مدل پنج‌عاملی را ارائه دادند که شامل پنج بعد است روان‌رنجوری، برون‌گرایی، پذیرا بودن، سازگاری و وجدان است. به دلیل اینکه رفتارهای انسانی تأثیر زیادی بر محیط‌زیست دارد، تحقیقات چندی به بررسی مسائل زیست‌محیطی از دیدگاه این ابعاد پنج‌گانه پرداختند که به ارتباط معنی‌دار بین آن‌ها پی بردند. برای مثال ژائو و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۸) در تحقیقی به بررسی عوامل اصلی تأثیرگذار بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بازدیدکنندگان، صفات شخصیتی یا خدمات تفسیری پرداختند. این مطالعه با هدف شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی در ۵۶۷ نفر از بازدیدکنندگان پارک شهری یوواتان

1 Interpretive services in tourism

2 Horn

3 Huang, Wwiler, and Assaker

4 Littlejohn, Needham, Szuster, and Jordan

5 Place attachment

6 Ramkisson et al.

7 Personality traits

8 Personality

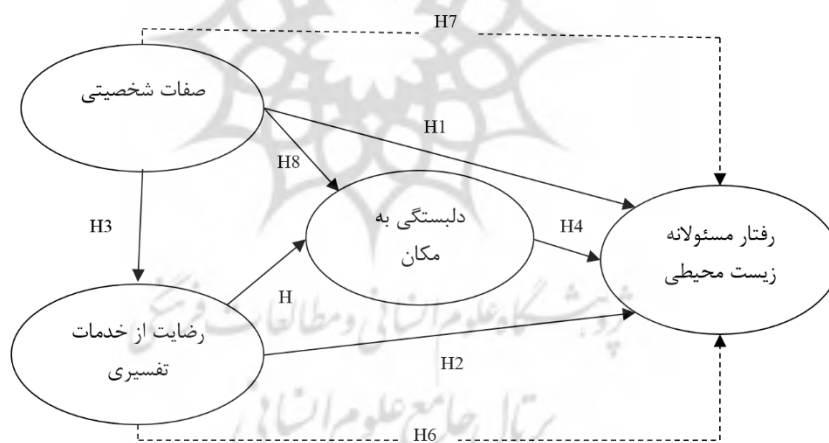
9 McCrae and Costa

پکن مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی، پایداری را در مقصد گردشگری تسهیل می‌کند و همچنین ویژگی‌های شخصیتی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بازدیدکنندگان است. همچنین عباس زاده، بنی فاطمه، علی زاده اقدم و بوداکی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان تأثیر مداخله‌ای نگرش مسوولانه زیست محیطی بر رابطه بین دلبستگی مکانی و رفتار مسوولانه زیست محیطی به بررسی رفتار زیست محیطی شهروندان جوامع و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده از تحقیق آن‌ها نشان داد که متغیر نگرش زیست محیطی به صورت مستقیم بر رفتار مسئولانه زیست محیطی تأثیر داشته و متغیر دلبستگی مکانی نیز بر رفتار زیست محیطی و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی مؤثر است.

۳- مدل نظری تحقیق و فرضیات

مدل و فرضیات این تحقیق بر اساس مدل ژائو و همکاران^۱ در سال ۲۰۱۸ می‌باشد که شامل شش فرضیه اصلی و دو فرضیه میانجی می‌باشد:

۱. صفات شخصیتی گردشگران باغ پرندگان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.
۲. رضایت گردشگران از خدمات تفسیری باغ پرندگان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.
۳. صفات شخصیتی گردشگران باغ پرندگان بر روی رضایت آن‌ها از خدمات تفسیری مجموعه تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.
۴. دلبستگی به مکان گردشگران روی رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.
۵. رضایت گردشگران از خدمات تفسیری باغ پرندگان بر روی دلبستگی به مکان آن‌ها تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.
۶. رضایت گردشگران از خدمات تفسیری باغ پرندگان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها به طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی دلبستگی به مکان گردشگران تأثیر دارد.
۷. صفات شخصیتی گردشگران باغ پرندگان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها به طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی دلبستگی به مکان گردشگران تأثیر دارد.
۸. صفات شخصیتی گردشگران باغ پرندگان بر روی دلبستگی به مکان آن‌ها تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.



مدل مفهومی تحقیق (ژائو و همکاران، ۲۰۱۸)

۴- روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش علی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه گردشگران ورودی به باغ پرندگان تهران در بهار و اوایل تابستان ۱۳۹۸ می‌باشد. به طور کلی در روش شناسی مدلیابی معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده تعیین شود (هومن، ۱۳۹۵). با توجه به اینکه تعداد سوالات پرسشنامه مدل این تحقیق ۳۳ سوال بوده است لذا حجم نمونه بین ۱۶۵ تا ۴۹۵ می‌باشد که محقق توانست تعداد ۳۰۰ پرسشنامه را به روش در دسترس بین گردشگران باغ پرندگان توزیع کند که همان تعداد جهت تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه تحقیق حاضر، از تحقیق ژائو^۲ و همکاران (۲۰۱۸) اقتباس شده است. برای تعیین روایی ابزار تحقیق از روایی همگرا^۱

1 Zhao et al

2 Zhao

یعنی معنی دار بودن بار عاملی (FL) استفاده شد. که نتایج آن در جدول ۱ برای هر سوال نشان داده شده است که در این تحقیق تمامی بارهای عاملی بالاتر از آستانه مطلوب (۰,۳) می باشند. بنابراین سوالی حذف نشده و تحلیل ادامه یافت.

جدول ۱- ارزیابی میزان روایی متغیرهای تحقیق (ماخذ: یافته های پژوهش)

بار عاملی	سوالات	متغیرهای اصلی مدل
۰,۷۰۱	من در این باغ آرامم.	صفات شخصیتی
۰,۷۹۱	در نواحی بیش از حد شلوغ، به راحتی مضطرب می شوم.	
۰,۷۲۴	در شرایط اضطراری آرامش خود را حفظ می کنم.	
۰,۷۰۸	وقتی که باغ را می بینم احساس خوشحالی می کنم.	
۰,۶۹۲	من دوست دارم با دیگر بازدیدکنندگان صحبت کنم.	
۰,۶۷۸	دوست دارم به تنهایی بازدید کنم.	
۰,۷۸۰	من اغلب تجربه های جالب را امتحان می کنم.	
۰,۷۱۶	من زیبایی باغ پرندگان را تحسین می کنم.	
۰,۷۳۳	من اشتیاقی فراوانی برای کسب دانش و آگاهی درباره پرندگان دارم.	
۰,۸۲۲	من مشتاقم تا با دیگران از مناظر زیبای باغ پرندگان لذت ببرم.	
۰,۸۲۷	من مشتاقم تا با دیگران از مناظر زیبای باغ پرندگان لذت ببرم.	
۰,۸۲۴	من مسائل حفاظت از محیط زیست را در نظر خواهم گرفت	
۰,۸۱۷	من یک برنامه بازدید دقیق و صحیح دارم و قصد دارم آن را انجام دهم.	
۰,۸۲۷	گاهی اوقات من یک فرد قابل اعتماد و اطمینان نیستم.	
۰,۸۲۴	من شخصی با مسئولیت اجتماعی هستم (نسبت به مسائل و مشکلات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی حساسم).	
۰,۷۷۷	من دانش و آگاهی زیادی را از این بازدید آموختم.	رضایت از خدمات تفسیری
۰,۷۴۶	بازدید از این باغ یک تجربه یادگیری فوق العاده بود.	
۰,۸۲۵	بازدید از باغ علاقه من را تحریک کرد تا چیزهای جدیدی یاد بگیرم.	
۰,۸۲۵	خدمات تجربی و مشاهده ای ارائه شده در باغ بیشتر به جزئیات احساسات من توجه می کند.	
۰,۷۹۸	من برای حضور در فعالیت های این باغ هیجان زده شدم.	
۰,۸۰۹	حضور در این باغ یک تجربه به یاد ماندنی است.	
۰,۷۳۴	خدمات تفسیری ارائه شده در باغ (مثل علائم و نشانه ها و تصویرها، مسیرها، نشریات و آگهی ها، راهنماها و ...) نیازهای بازدید من را برآورده کرد.	دل بستگی به مکان
۰,۷۷۷	باغ پرندگان اولین جایی است که من فکر کردم باید بازدید از پرندگان را تجربه کنم.	
۰,۷۸۴	باغ پرندگان یک تجربه متفاوت در مقایسه با دیگر باغ ها است.	
۰,۸۴۹	باغ پرندگان یک نوع خاصی از احساس حضور در طبیعت است.	
۰,۸۴۲	من دوست دارم مدت بیشتری در این باغ بمانم.	
۰,۸۱۱	دیدن پرندگان در هر جایی، در آینده، من را به یاد باغ پرندگان تهران خواهد انداخت.	
۰,۷۳۲	در آینده من دانش بیشتری از طبیعت یاد خواهم گرفت.	رفتار مسئولانه زیست محیطی
۰,۸۱۴	من کتاب ها و نشریات دیگری را درباره حفظ محیط زیست خواهم خواند.	
۰,۷۳۷	من پرندگان را اذیت نخواهم کرد و محافظت از پرندگان را مسئولیت خود می دانم.	
۰,۷۳۳	من از دوستان و همراهانم می خواهم که به پرندگان و دیگر حیوانات آسیب وارد نکنند.	
۰,۸۰۲	من رفتارهای آسیب زای دیگران را متوقف خواهم کرد.	
۰,۷۹۶	من مایلم در سایر فعالیت های آگاهی بخشی و حفظ محیط زیست شرکت کنم.	

جهت سنجش پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش استفاده شد که در جدول ۲ آمده است. مقدار این ضریب برای همه متغیرها بالاتر از آستانه ۰,۷ بدست آمد که نشان از قابلیت اعتماد پرسشنامه دارد. برای آزمون و تجزیه و تحلیل فرضیه ها از نرم افزار PLS استفاده شد.

جدول ۲- آلفای کرونباخ ابعاد (ماخذ: یافته های پژوهش)

مولفه ها	تعداد گزینه ها	آلفای کرونباخ
صفات شخصیتی	۱۵	۰/۹۴۹
رضایت از خدمات تفسیری	۶	۰/۸۸۴
دل بستگی به مکان	۶	۰/۸۸۷
رفتار مسئولانه زیست محیطی	۶	۰/۸۷۰

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه یافته ها

ویژگی های جمعیت شناختی نمونه پژوهش نشان داد که ۱۲۱ نفر از پاسخ‌دهندگان (۳۴٪) دارای سن زیر ۳۰ سال، ۱۴۲ نفر از پاسخ‌دهندگان (۴۴٪) دارای سنی بین ۳۰ الی ۵۰ سال و ۳۷ نفر از پاسخ‌دهندگان (۲۲٪) دارای سن بالای ۶۰ سال بودند. ۵۶ درصد پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات کاردانی و کارشناسی و ۲۷ درصد دارای تحصیلات ارشد و بالاتر و ۶۰ درصد مرد و ۴۰ درصد زن بودند. همچنین ۴۰ درصد بازدیدکنندگان فقط یکبار تجربه قبلی بازدید از باغ را داشتند و ۲۴ درصد هرگز بازدید نکرده بودند و ۲۲ درصد دوبار تجربه قبلی بازدید داشتند. ۶۰ درصد بازدیدکنندگان از تهران و ۴۰ درصد از سایر شهرها بودند. ۴۵ درصد بازدیدکنندگان از کارمندان بخش خصوصی، ۲۳ درصد شغل آزاد و ۲۱ درصد کارمند بخش دولتی بودند. ۶۵ درصد بازدیدکنندگان هدف از بازدید خود را دیدن پرند ها عنوان کردند و ۲۴ درصد بهره مندی از فضای باغ مدنظرشان بود.

۶- آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون مدل مفهومی و فرضیات پژوهش از نرم‌افزار PLS که یک فن مدل سازی مسیر واریانس محور است، استفاده شد. برای آزمون فرضیات قبل از هر چیز بایستی مدل بیرونی مورد ارزیابی قرار گیرد. برای ارزیابی مدل بیرونی از سه معیار بار عاملی، سوالات یا روایی همگرا (جدول ۱)، ρ دیلون-گلد اشتاین (پایایی مرکب) و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که در جدول ۳ خلاصه شده اند.

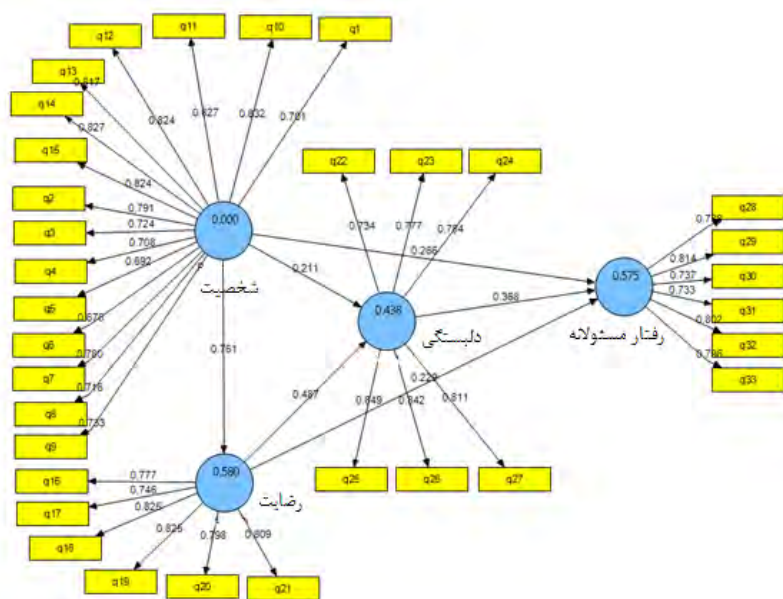
با توجه به جدول ۳، مقدار پایایی مرکب برای مدل اندازه گیری بیشتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان دهنده آنست که مدل از پایایی مرکب لازم برخوردار است. همچنین با توجه به مقدار میانگین واریانس استخراج شده که بالاتر از ۰/۵ می‌باشد می توان بیان نمود که گویه ها می توانند به اندازه کافی واریانس متغیر های مدل پژوهش را تشریح نمایند.

جدول ۳- ارزیابی میزان برازش مدل بیرونی (مدل اندازه گیری) (ماخذ: یافته های پژوهش)

متغیرهای اصلی مدل	$\rho_c (>0.6)$	AVE (>0.5)
صفات شخصیتی	۰.۹۵۵۱۶۱	۰.۵۸۱۱۴۲
رضایت از خدمات تفسیری	۰.۹۱۲۵۸۳	۰.۶۳۵۳۱۱
دل بستگی به مکان	۰.۹۱۴۴۹۳	۰.۶۴۱۱۷۶
رفتار مسئولانه زیست محیطی	۰.۹۰۲۲۷۶	۰.۶۰۶۵۱۳

۶-۱- مدل درونی یا مدل ساختاری (مقدار R^2 ، معیار Q2 و آزمون فرضیات)

پس از آزمون مدل بیرونی لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارایه شود. با استفاده از مدل درونی می توان به بررسی فرضیه های پژوهش پرداخت.



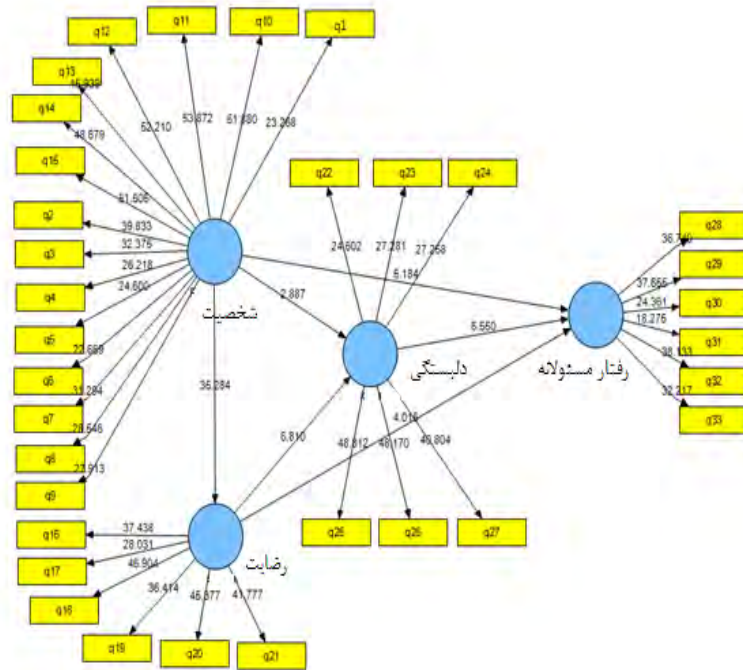
شکل ۱- مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب مسیر و بارهای عاملی) (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

اعداد نوشته شده بر روی خطوط در شکل (۱) در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیون میان متغیرها است که همان ضریب مسیر است. اعداد داخل هر دایره نشان دهنده R^2 مدلی است که متغیرهای پیشین آن از طریق فلش به آن دایره وارد شده‌اند. همچنین قبل از آزمون فرضیه بهتر است تا کیفیت مدل درونی یا ساختاری ارزیابی شود. کیفیت مدل ساختاری به معنای آنست که آیا متغیرهای مستقل توانایی پیش‌بینی متغیرهای وابسته را دارند یا خیر؟ که در این حالت از معیار واریانس اعتبار افزونگی Q^2 استفاده می‌گردد که به آن ضریب Q^2 نیز می‌گویند. چنانچه ضریب Q^2 مثبت باشد، می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری از کیفیت مناسب برخوردار می‌باشد

جدول ۴- بررسی کیفیت مدل درونی یا ساختاری

۱-SSE/SSO(Q^2)	SSE	SSO	کل
۰.۲۷۰۷۴۷	۱۷۵۰.۲۰۶۵۹۶	۲۴۰۰.۰۰۰۰۰۰	دل‌بستگی به مکان
۰.۳۳۸۷۷۸	۱۵۸۶.۹۳۱۹۹۰	۲۴۰۰.۰۰۰۰۰۰	رفتار مسئولانه زیست‌محیطی
۰.۳۶۷۹۰۹	۱۵۱۷.۰۱۷۳۷۲	۲۴۰۰.۰۰۰۰۰۰	رضایت از خدمات تفسیری

با توجه به جدول فوق، از آنجایی که ضریب Q^2 مثبت می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری از کیفیت مناسب برخوردار می‌باشد و نشان از قدرت پیش‌بینی قوی مدل در خصوص سازه درون‌زا (وابسته) دارد و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش را تایید می‌سازد. برای بررسی میزان معنادار بودن ضریب مسیر لازم است تا مقدار t هر مسیر نشان داده شود که در نمودار زیر مشخص شده است.



شکل ۲- مدل کلی آزمون شده پژوهش (میزان t) (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

همانطور که مشاهده می‌شود در تمامی فرضیات پژوهش، مقدار تی بالاتر از آستانه مطلوب (۱,۹۶) می‌باشد و همه فرضیات مورد تایید قرار می‌گیرند که خلاصه نتیجه در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۵- ضرایب مسیر و آماره آزمون (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

فرضیات	مسیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه
فرضیه اول	صفات شخصیتی ← رفتار مسئولانه	۰.۲۶۶	۵.۱۸۴	تایید
فرضیه دوم	صفات شخصیتی ← دل‌بستگی به مکان	۰.۲۱۱	۲.۸۸۷	تایید
فرضیه سوم	صفات شخصیتی ← رضایت از خدمات	۰.۷۶۱	۳۶.۲۸۴	تایید
فرضیه چهارم	رضایت از خدمات ← دل‌بستگی به مکان	۰.۴۸۷	۶.۸۱۰	تایید
فرضیه پنجم	رضایت از خدمات ← رفتار مسئولانه	۰.۲۲۹	۴.۰۱۶	تایید
فرضیه ششم	دل‌بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه	۰.۳۶۸	۶.۵۵۰	تایید

در ادامه برای بررسی دو فرضیه اصلی میانجی از آزمون سوپل استفاده می‌شود که برای معناداری تأثیر متغیر میانجی در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می‌رود. در آزمون سوپل یک مقدار Z-value بدست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تایید نمود. همانطور که نتایج در جدول ۶ نشان می‌دهد دو فرضیه اصلی میانجی نیز تایید می‌گردد.

جدول ۶- ضرایب مسیر و آماره آزمون فرضیات میانجی (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

فرضیات	مسیر	ضریب مسیر	آماره Z	نتیجه
فرضیه اول	صفات شخصیتی ← دل‌بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه	۰.۱۵۹	۴.۷۱۳	تایید
فرضیه دوم	رضایت از خدمات ← دل‌بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه	۰.۳۰۴	۴.۷۴۱	تایید

نتیجه‌گیری

این تحقیق با ارائه مدلی به بررسی تأثیر همزمان صفات شخصیتی بازدیدکنندگان، رضایت از خدمات تفسیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان در میان بازدیدکنندگان باغ پرندگان تهران پرداخت. در راستای این پژوهش هشت فرضیه مطرح شد که پس از تجزیه و تحلیل همگی مورد تایید قرار گرفتند. در ابتدا، یافته‌ها نشان داد که صفات شخصیتی نقش مهمی را در ایجاد رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی بازدیدکنندگان بازی می‌کنند در حالی که خدمات

تفسیری نقش غیرمستقیم و پیچیده ایفا می‌کنند. رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی بازدیدکنندگان مربوط به صفات شخصیتی است که با انباشت دراز مدت شکل می‌گیرد، که این یافته با یافته‌ها و مطالعات قبلی یکسان است. ژائو و همکاران (۲۰۱۸) نیز در تحقیق خود ثابت کرد صفات شخصیتی مهم ترین عامل تأثیرگذار بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بازدیدکنندگان است. سمیرا پور و سعادت پور (۱۳۹۰) نیز ثابت کردند که نگرش‌های زیست‌محیطی یک عامل پیش‌بینی کننده ی قوی از رفتار مسئولانه ی زیست‌محیطی می‌باشند. همچنین مشخص شد که رضایت از خدمات تفسیری بر دل‌بستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. تحقیقات گذشته نیز نتایج مشابهی را دریافت کرده‌اند که دل‌بستگی به مکان بازدیدکنندگان بین رضایت آن‌ها و قصد رفتارشان تأثیر گذار است (هوانگ و همکاران، ۲۰۱۸؛ براون، اسمیت، اساک، ۲۰۱۶؛ جیا و لین، ۲۰۱۵؛ روتر و زنکر، ۲۰۱۴). هنگامی که رضایت از خدمات تفسیری به دست می‌آید، دل‌بستگی به مکان معنی‌دار می‌شود. خدمات تفسیری مناسب باعث افزایش دل‌بستگی به مکان در منابع طبیعی و منابع فرهنگی و افزایش جایگاه می‌شوند. این تحقیق نشان داد که دل‌بستگی به مکان یک کلید واسطه بین ارتباط رضایت از خدمات تفسیری و رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی در مجموعه باغ پرندگان تهران است. همچنین تأثیر مثبت و معنی‌دار دل‌بستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی نیز توسط تحقیقات گذشته (ژائو و همکاران، ۲۰۱۸) مورد تأیید قرار گرفته است.

پیشنهادات کاربردی

با توجه به اهمیت رضایت از خدمات تفسیری در ایجاد رفتار مسئولانه زیست‌محیطی و همچنین با توجه به رابطه مثبت و معنی‌دار با رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه، نیاز به تقویت و ارائه خدمات و مشارکت دادن گردشگران در خدمات زیست‌محیطی مبرم و ضروری است. از این رو انتظار می‌رود مدیران مجموعه باغ پرندگان با برنامه ریزی به این نیاز پاسخ داده و به تولید برنامه ریزی شده خدمات تفسیری بپردازند. از این رو به منظور برانگیختن حس دل‌بستگی به مکان و رضایت گردشگران استفاده از برگزاری دوره‌های آموزشی مربوط به رفتارهای زیست‌محیطی در پیشرفت و توسعه گردشگری و توسعه پایدار ضروری می‌باشد. این مطالعه نشان می‌دهد که خدمات تفسیری باید مطابق با صفات شخصیتی بازدیدکنندگان ارائه شود. خدمات تفسیری اغلب از نظر سن، تحصیلات، محل اقامت و دیگر مشخصات دموگرافیک طبقه بندی می‌شوند. بازدیدکنندگان با صفت پذیرا بودن بالا توجه بیشتری نسبت به کسب تجربه‌های جدید خدمات تفسیری دارند. آن‌ها خانواده و دوست خود را برای شرکت در برنامه‌های تفسیری و دنبال کردن تجربه‌های متفاوت هدایت می‌کنند. علاوه بر این، رضایت از خدمات تفسیری باید با افزایش امکانات تجربی و فعالیت‌های گردشگری انجام شود. فعالیت‌های مختلف موضوعی باید با منابع طبیعی باغ پرندگان از طریق استفاده از حواس پنج‌گانه چشایی، بینایی، لامسه، بویایی و شنوایی ترکیب شود. تورهای هدایت‌شده نه تنها جمعیت را در طول زمان اوج بازدید پراکنده می‌کنند بلکه به بازدیدکنندگان نیز کمک می‌کنند تا بیشتر در مورد پرندگان یاد بگیرند. بنابراین پس از افزایش رضایت، دل‌بستگی به مکان یک مقصد خاص باید ارتقا یابد. مجموعه باغ پرندگان با طراحی علائم تفسیری، جزوه، تورهای هدایت‌شده و ارائه خدمات آنلاین برای کسب آگاهی، می‌تواند به حفاظت از محیط‌زیست و ارتباط بین بازدیدکنندگان و زندگی روزمره با طبیعت کمک کند.

منابع

- پور سمیرا، سعادت یار فهیمه سادات، (۱۳۹۰)، «بررسی ارتباط میان نگرش‌ها و نیت رفتاری مسئولانه زیست‌محیطی»، پنجمین همایش ملی بحران‌های زیست‌محیطی ایران و راهکارهای بهبود آن‌ها، اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات خوزستان
- جعفری سکینه، نجارزاده محمد، جعفری نرگس، رجیبی نگار، (۱۳۹۶)، «رابطه ساختاری ارزش درک شده و رضایت گردشگر با رفتار مسئولانه زیست‌محیطی: نقش میانجی مشارکت گردشگری»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره دوازدهم، شماره ۳۷، بهار ۱۳۹۶، صفحه ۱۱۵-۱۵۱
- شفیعی ماسوله سیده سمیرا، یاسوری مجید، شاکری نیا ایرج، (۱۳۹۳)، «بررسی عوامل مؤثر بر دل‌بستگی به مکان و جایگاه آن در برنامه ریزی شهری (مورد پژوهش: بندر انزلی)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان
- عقیلی سیدمحمد، خوش فر غلامرضا، صالحی صادق، (۱۳۸۸)، «سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست‌محیطی مسوولانه در شمال ایران (مطالعه موردی: استان‌های گیلان، مازندران و گلستان)»، نشریه علوم کشاورزی و منابع طبیعی
- عباس زاده محمد، بنی فاطمه حسین، علیزاده اقدم محمد باقر، علوی لیلا، (۱۳۹۵)، «تأثیر مداخله‌ای نگرش مسئولانه زیست‌محیطی بر رابطه بین دل‌بستگی مکانی و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی». جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و هفتم، شماره پیاپی (۶۲)، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۵

- منصوری مرضیه، (۱۳۸۰)، «بررسی صفات شخصیتی دانشجویان دختر ورزشکار و غیر ورزشکار»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران
- هومن حیدرعلی، (۱۳۹۵)، «مدلیابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل»، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سمت
- Atik, M. (2010). Environmental protection in coastal recreation sites in Antalya, Turkey. *Coastal Management*, 38, 598–616
- Budruk, M., Thomas, H., & Tyrrell, T. (2009). Urban green spaces: A study of place attachment and environmental attitudes in India. *Society & Natural Resources*, 22(9), 824–839.
- Ballantyne, R., & Uzzell, D. (1999). International trends in heritage and environmental interpretation: Future directions for Australian research and practice. *Journal of Interpretation Research*, 4(1), 59–75.
- Braun, T., & Dierkes, P. (2017). Connecting students to nature – How intensity of nature experience and student age influence the success of outdoor education programs. *Environmental Education Research*, 23, 937–949.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management*, 32, 1243–1252.
- Brown, G., Smith, A., & Assaker, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism Management*, 55, 160–172.
- Cheng, T. M., & Wu, H. C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23, 557–576.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Zúñiga, H. G. D. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253.
- Chiu, Y. H., Lee, W. I., & Chen, T. H. (2014a). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*, 40, 321–329.
- Cheng, T. M., Wu, H. C., & Huang, L. M. (2013). The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 1166–1187.
- Fairweather, J. R., Maslin, C., & Simmons, D. G. (2005). Environmental values and response to ecolabels among international visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 13, 82–98.
- Horn, G. (1980). A comparative study of two methods of conducting docent tours in art museums. *Curators*, 23(2), 105–117
- Han, J., Lee, M., & Hwang, Y. (2016). Tourists' environmentally responsible behavior in response to climate change and tourist experiences in nature-based tourism. *Sustainability*, 8, 644.
- Huang, S. S., Weiler, B., & Assaker, G. (2014). Effects of interpretive guiding outcomes on tourist satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54, 344–358.
- Han, J., Lee, M., & Hwang, Y. (2016). Tourists' environmentally responsible behavior in response to climate change and tourist experiences in nature-based tourism. *Sustainability*, 8, 644.
- Ham, S. H. (2013). Interpretation: Making a difference on purpose. *Golden: Fulcrum*.
- Jia, Y. J., & Lin, D. R. (2015). Influence factors and effects of tourists' environmentally responsible behaviors based on place theory. *China Population, Resources and Environment*, 25, 161–169.
- Kvasova, O. (2015). The big five personality traits as antecedents of eco-friendly tourist behavior. *Personality and Individual Differences*, 83, 111–116.
- Kil, N., Holland, S. M., & Stein, T. V. (2014). Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 7–8, 16–25.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian trail. *Leisure Sciences*, 26, 99–118.
- Lee, T. H. (2011). How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 895–915.
- Lee, W. H., & Moscardo, G. (2005). Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 13, 546–565.

- Milfont, T. L., & Sibley, C. G. (2012). The big five personality traits and environmental engagement: Associations at the individual and societal level. *Journal of Environmental Psychology*, 32, 187–195.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1985). Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 6, 587–597.
- Minyan Zhao, Suocheng Dong, Homer C. Wu, Yu Li, Tengwei Su, Bing Xia, Ji Zheng & Xin Guo (2018) Key impact factors of visitors' environmentally responsible behaviour: personality traits or interpretive services? A case study of Beijing's Yuyuantan Urban Park, China, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23:8, 792-805, DOI: 10.1080/10941665.2018.1493518.
- Powell, R. B., & Ham, S. H. (2008). Can ecotourism interpretation really lead to pro-conservation knowledge, attitudes and behaviour? Evidence from the galapagos islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 467–489.
- Powell, R. B., Vezeau, S. L., Stern, M. J., Moore, D. W. D., & Wright, B. A. (2017). Does interpretation influence elaboration and environmental behaviors? *Environmental Education Research*, 23(2), 875–888.
- Ramkissoon, H., Weiler, B., & Smith, L. D. G. (2012). Place attachment and pro-environmental behaviour in national parks: The development of a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 20, 257–276.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2017). The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first-time and repeat tourists. *Tourism Management*, 60, 308–321.
- Sojka, J. Z., & Giese, J. L. (2001). The influence of personality traits on the processing of visual and verbal information. *Marketing Letters*, 12(1), 91–106.
- Servidio, R. (2015). Images, affective evaluation and personality traits in tourist behaviour: An exploratory study with Italian postcards. *Tourism Management Perspectives*, 16, 237–246.
- Tsang, N. K. F., Yeung, S., & Cheung, C. (2011). A critical investigation of the use and effectiveness of interpretive services. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16, 123–137.
- Walker, A. J., & Ryan, R. L. (2008). Place attachment and landscape preservation in rural New England: A Maine case study. *Landscape and Urban Planning*, 86, 141–152.
- World Tourism Organization. (2018). UNWTO Tourism Highlights 2018 edition. Retrieved from. www.unwto.org.
- Zenker, S., & Rütter, N. (2014). Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior. *Cities*, 38, 11–17.
- Applegate, L.M. Austin, R.D., and McFarlan, W.F. (2003). *Corporate Information Strategy & Management*, International Edition, Sixth edition, McGraw- Hill.
- Clarke, S. (2001). *Information Systems Strategic Management, Anintegrated approach*, Routledge, Taylor & Francis Group, London & New York.
- Dohertya, N.F., Marplesa, C.G. and Suhaimib, A. (1999) Therelative success of alternative approaches to strategicinformation systems planning: an empirical analysis, *Journal of Strategic Information Systems* 8 .pp. 263–283.

پرتال جامع علوم انسانی