



تأثیر آموزه‌های اسلامی رضوی بر خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت

دریافت: ۱۴۰۱/۱/۱۳ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۱۶
مصطفی محمودی^۱، بهار بیشمی^۲

چکیده

گردشگران می‌توانند محیط زیست را به خطر بیندازند، باعث تغییر آن شوند و آثار منفی بسیار زیادی در آن به بار آورند؛ اما شناخت صحیح فعالان گردشگری از آموزه‌های دین و بزرگان درباره حفظ محیط زیست و پایبندی به این ارزش‌ها می‌تواند به کنترل و نظارت رفتار صحیح خود و گردشگران در محیط‌های طبیعی کمک کند. از این‌رو، هدف این پژوهش نحوه تأثیر آموزه‌های اسلامی رضوی بر خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت است. نوع پژوهش توسعه‌ای کاربردی و توصیفی پیمایشی بوده و جمع‌آوری داده‌ها بر اساس پرسش‌نامه‌ای متشکل از ۳۷ سؤال و انتخاب هدفمند نمونه ۱۰۲ نفری از فعالان صنعت گردشگری انجام گرفته است. یافته‌های پژوهش از تأثیر مثبت متغیر آموزه‌های اسلامی رضوی بر جمع‌گرایی فعالان گردشگری حکایت دارد. همچنین بر مبنای یافته‌های پژوهش، میان جمع‌گرایی با دغدغه زیست‌محیطی و تمایل به پرداخت، سواد زیست‌محیطی با تمایل به پرداخت، دغدغه زیست‌محیطی با تمایل به پرداخت برای محصولات و خدمات سبز گردشگری ارتباط وجود دارد؛ اما میان آموزه‌های اسلامی رضوی با سواد زیست‌محیطی و سواد زیست‌محیطی با دغدغه زیست‌محیطی ارتباط معناداری مشاهده نشد. تبیین کاربردی دیدگاه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی در حوزه‌های گردشگری و ثبت روز ملی محیط‌بان مصادف با میلاد امام هشتم علیه السلام بر اساس نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: محیط زیست، جمع‌گرایی، سواد محیط‌زیستی، دغدغه محیط‌زیستی.

M_mahmoudi@atu.ac.ir
bbeishami@yahoo.com

۱. دانش‌آموخته دکترای مدیریت گردشگری (نویسنده مسئول):
۲. استادیار گروه گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری:

۱. مقدمه

فعالان یا شاغلان هر صنعتی نقش اساسی در جهت‌دهی به بازار آن صنعت ایفا می‌کنند و از آنجا که صنعت گردشگری اساساً فعالیتی مصرف‌محور بوده و یکی از استفاده‌های گسترده بشر از طبیعت در حوزه مهمان‌نوازی و گردشگری صورت می‌گیرد، فعالان مسئولیت مهمی در ارائه محصولات و خدمات دوستدار طبیعت و ایجاد تمایل به خرید و مصرف این گونه محصولات در گردشگران دارند؛ اما نداشتن درک صحیح این فعالان از بحران‌های محیط‌زیستی و پایبند نبودن آنان به ارزش‌های پایداری محیط موجب خواهد شد محصولات و خدمات تولیدی به منابع و جاذبه‌های طبیعی آسیب بزنند. دستور قرآنی «وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ» در آیه ۱۹۹ سوره اعراف و دیگر آیات و احادیث در این زمینه تأکیدی است بر اینکه این شاغلان (فعالان گردشگری) علاوه بر انجام عمل نیک و صالح باید دیگران (گردشگران) را از این طریق به پرهیز از اسراف و زیاده‌روی در مصرف دعوت کنند تا از بحران‌های محیط‌زیستی دامن‌گیر تمام احاد جامعه جلوگیری شود.

بسیاری بر این باور هستند که بحران‌های ذکر شده در واقع يك بحران اخلاقی، معنوی و دینی بوده و معلول دوری انسان از آموزه‌های اخلاقی ناشی از غرور بشری است و جدایی دین از زندگی دنیوی می‌تواند مهم‌ترین عامل بروز این شرایط باشد؛ زیرا بوم‌شناسی انسانی به شدت تحت تأثیر باورهای دینی انسان از ماهیت و طبیعت است. انسان به عنوان اشرف مخلوقات و جانشین خداوند اجازه دارد تا استفاده‌های لازم را از نعمت‌های الهی ببرد (فتاوی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱) و اسلام، به عنوان دینی جامع، طبیعت را در تسخیر انسان و متعلق به انسان می‌داند؛ اما بشر باید همانند امانتی از آن بهره‌بردار صحیح ببرد و آن را به طور کامل به نسل‌های آینده تحویل دهد (محقق داماد، ۱۳۹۰: ۱۷۱؛ قاسمی و شاه‌ولی، ۱۳۹۷: ۲۲۷).

خداوند در کتاب خود، قرآن می‌فرماید: «بخورید و بیاشامید، اما زیاده‌روی نکنید که ما مسرفان را دوست نمی‌داریم» (انعام، ۱۱۴). مفهوم اسراف از منظر قرآن کریم تعاریف متعددی دارد، مانند: ۱. از حد گذراندن در گناه و نافرمانی و از حد گذشتن در

انفاق (فرقان، ۶۷)، ۲. زیاده‌روی در خوردن یا مصرف آنچه حلال است (انعام، ۴ و ۱۴۱)، ۳. افراط و زیاده‌روی در کار یا عمل (الأسرا، ۳۳). همچنین برای جزای کسانی که اسراف می‌کنند در سوره غافر می‌فرماید: «مصرفان اهل دوزخ‌اند» (غافر، ۴۳). مصارف زاید، تشریفاتی و تجملاتی با هدف تفریح و سرگرمی، از نمودهای اسراف است و بزرگان دین از جمله امام رضا (علیه السلام) با تشویق به قناعت، آن را با حفظ شخصیت و ارزشمندی جایگاه و رها کردن هزینه‌های فزون‌طلبی همراه می‌دانند (مجلسی، ۱۴۴۰ ق، ج ۷۵: ۳۴۹)؛ بنابراین آموزه‌های دین اسلام و بزرگان آن از همان ابتدا بر حفظ صحیح منابع در اختیار (اسراف نکردن) و تحویل آنان به نسل‌های آینده (تحویل امانت) تأکید داشتند. مواردی که به‌تازگی و بعد از گذشت ۱۴ قرن در گزارش توسعه‌یابدار برانتلند به آن‌ها توجه شده است (Amor, 1992:12).

با تمام این تفاسیر، دوام و بقای منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری کشور منوط به وجود فعالانی خواهد بود که مسئولیت‌های اجتماعی محیطی خود را در برابر محیط اطراف شناخته و دغدغه و اعتقاد به منافع جمعی آنان را به پیشرو حفظ طبیعت تبدیل کرده باشد. اگرچه تلاش‌هایی برای بررسی تأثیر دین بر رفتارهای حامی محیط‌زیست توسط پژوهشگران صورت گرفته است (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۳؛ حبیبی و ابراهیم‌پور، ۱۳۹۳؛ حاجی‌زاده میمنندی و همکاران، ۱۳۹۳)، اما مطالعات درباره‌ی برخی آموزه‌های اسلامی مانند معارف رضوی و تأثیر آن‌ها بر تمایل به پرداخت در حوزه صنعت گردشگری هنوز بسیار محدود است. از این‌رو، در این مقاله تلاش شده است ارتباط میان التزام به آموزه‌های اسلامی رضوی را بر خرید محصولات و خدمات گردشگری بسنجد و در این باره سؤال اصلی این پژوهش این‌گونه خواهد بود: «آیا توجه به آموزه‌های اسلامی رضوی بر تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت توسط فعالان گردشگری تأثیر می‌گذارد؟»

۱-۱. پیشینه پژوهش

دین به عنوان یک عامل فرهنگی، بخش مهمی را در نظام اعتقادی بشر شامل می‌شود و ارزش‌های دینی تأثیر مثبتی بر رفتار افراد در طبیعت دارد (Felix & Braunsberg, 2016; Vogel, 2001; Beisner, 2000). از محتوای کلی آیات و روح سفری که در آموزه‌های دینی بدان تأکید می‌شود، برمی‌آید که مسافرت و گردشگری در مکتب اسلام جایگاه خاصی دارد. پیامبر از همان ابتدا مسلمانان را بر اساس دستور خداوند یکتا، به انجام مسافرت برای کسب معرفت و گسترش دین حتی در چین تشویق می‌کردند (مجلسی، ۱۴۴۰ق، ج ۱: ۱۸۰)؛ اما بر اساس دستور آیه ۷۷ سوره قصص این انسان نباید روی زمین فتنه و فساد برمی‌انگیزد. درس‌های زیبایی برای بشر در این آیه وجود دارد اما به‌طور خلاصه می‌توان گفت این آیه به انسان یادآوری می‌کند که باعث زیان جبران‌ناپذیر در محیط اطراف نشود یا در آموزه‌های اسلامی درباره حج و عمره حکم شده است که از نابودی گیاهان و کشتن حیوانات اجتناب شود (مآده، ۹۵)، زیرا جمعیت عظیم زائران کعبه می‌توانند تمام آثار حیات را در شهر مکه از بین ببرند؛ موضوعی که در ادبیات گردشگری^۱ به آن مدیریت رویدادهای گردشگری گفته می‌شود.

پیامبر و امامان معصوم هم بر اساس تأکیدات دین اسلام شیوه‌های رفتاری آموزنده‌ای با موجودات داشتند. به‌طور مثال، امام هشتم (علیه السلام) درباره گیاهان و حیوانات روش‌های مثال‌زدنی در پیش می‌گرفتند. احمد بن محمد بن ابی‌نصر روایت کرده است که روزی امام رضا (علیه السلام) درخت سدر خشکیده‌ای را از زمین کند و به جای آن درخت انگوری کاشت و آن را آبیاری کرد (کلینی، ۱۳۶۴، ج ۵: ۲۶۳). همچنین امام می‌فرمودند: «مرغی که دارای سر بزرگ و منقار بزرگ می‌باشد [و گنجشک‌ها را شکار می‌کند]، شانه به سر، زنبور عسل، مورچه و وزغ را به فرموده پیامبر نکشید» (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۲۷۷) یا «قمری را نکشید و گوشت آن را نخورید؛ زیرا این حیوان بسیار تسبیح می‌گوید» (مجلسی، ۱۴۴۰ق، ج ۶۱: ۳۰۰). همچنین: «هر که در خانه‌اش چیزی بخورد ریزه‌اش را [هم] بخورد و اگر در بیابان

1. Tourism event management

یا بیرون خانه باشد، ریزه را برای پرندۀ یا درندۀ ای واگذارند» (کلینی، ۱۳۶۴، ج ۶: ۳۰۰). این گونه رفتار امام هشتم (علیه السلام) با حیوانات الهام‌بخش هنرمندان بسیاری بوده است (شکل ۱).



شکل ۱. تابلوی ضامن آهواثر استاد محمود فرشچیان

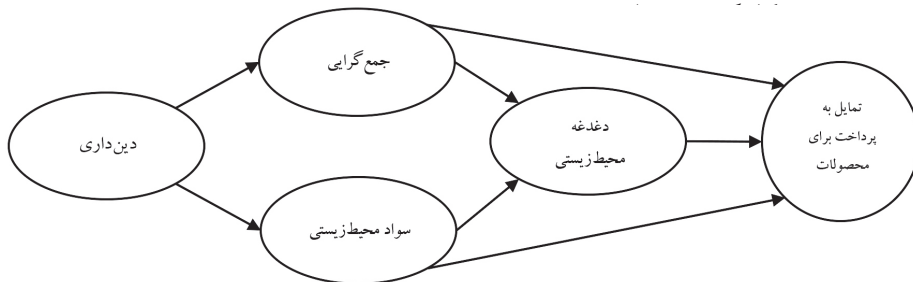
توسعه صنعت گردشگری تا حدّ زیادی به محیط زیست وابسته است و محیط طبیعی به تنهایی می‌تواند جذابیت منحصر به فردی برای گردشگران داشته باشد (11: 2015 Tang); بنابراین حفظ این محیط و استفاده مناسب از آن، یا همان پرهیز از اسراف مورد تأکید اسلام، به توسعه گردشگری کمک خواهد کرد. خان و کرمانی^۱ (۲۰۱۸) الگویی را با توجه به ارتباط دینداری با محیط زیست گرایي طراحی کردند. بر اساس نظر این پژوهشگران، دینداری با تأثیر مستقیم بر جمع‌گرایی^۲ و سواد محیط زیستی^۳ موجب دغدغه محیط زیستی^۴ و در نهایت منجر به خرید محصولات سبز توسط دانشجویان هندی شده است (شکل ۲). الگوی خان و کرمانی با متناسب‌سازی برای صنعت گردشگری در

1. Khan & Kirmani

2. Collectivism

3. Eco-literacy

4. Environmental Concern



شکل ۲. الگوی ارتباط دینداری و تمایل به پرداخت برای محصولات سبز (خان و کرمانی، ۲۰۱۸: ۵۱۴).

۲. مبانی نظری

الف. جمع‌گرایی

دین تجلی روح جمعی بوده و عامل همبستگی و یکپارچگی جامعه محسوب می‌شود و مناسک دینی نوعی فعالیت جمعی است که موجب می‌شود تا فرد به جزئی از نیروی گروه تبدیل شود (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۷). هر فرد در تفکر امام رضا (علیه السلام) باید به اصلاح امور جامعه نه فقط خود همت گمارد و خوبی‌ها را با تبلیغ و تشویق گسترش دهد و از بدی‌ها جلوگیری کند (نجفی و باقری صفرآبادی، ۱۳۹۹: ۵۷) علامه طباطبایی در ذیل آیه پایانی سوره آل عمران و در توضیح رابطه در جامعه اسلامی یادآور می‌شود که انسان فطرتاً موجودی اجتماعی و از سویی روند اجتماعی شدن و تکامل اجتماعی انسان همراه با تکامل مادی و معنوی او صورت می‌گیرد (لشکری، ۱۳۹۶: ۶۳). انسان در مکتب اسلام نه موجودی است دارای ارزش مطلق که همه چیز فدای او و در خدمت او باشد و نه موجودی بی ارزش و بی مقدار که به او بی احترامی روا باشد (فراهانی فرد و فراهانی فرد، ۱۳۹۲: ۱۵۲).

اسلام، گرچه اصل مالکیت خصوصی را پذیرفته و آن را امضا کرده، اما معنایش این نیست که هر فردی به دسترنج خود در قیاس با سایر مردم با خداوند مالک است، بلکه

به منزله امین در نگهداری و نایب در تصرف است (فراهانی فرد و محمدی، ۱۳۸۸: ۱۷۹)، همان موضوع مسئولیت در برابر نسل‌های آینده که در ادبیات توسعه‌پایدار به آن تأکید می‌شود.

گدازگر^۱ (۲۰۰۷) با تحلیل رابطه میان اسلام و مصرف‌گرایی در جمعیت تبریز به این نتیجه رسید که میان ابعاد اسلام و جمع‌گرایی با مصرف رابطه معنی‌داری وجود دارد. رفعت‌جاه و وفادار (۱۳۹۳) در بررسی دینداری و سبک زندگی زنان تنکابنی مشاهده کردند که زنان مذهبی تمایل بیشتری به فراغت جمع‌گرایانه دارند. چو و همکاران^۲ (۲۰۱۲) تأکید دارند که جمع‌گرایی افقی (فدا کردن اهداف شخصی در راه اهداف اجتماعی) و جمع‌گرایی کنفوسیوسی (تمرکز بر رفتار گروهی، آگاهی جمعی و همبستگی اجتماعی) تأثیر مثبتی بر نگرش محیط‌زیستی مصرف‌کنندگان می‌گذارد. لئونیدو و همکاران^۳ (۲۰۱۰) با مطالعه تاریخی به این نتیجه رسیده‌اند که مصرف‌کنندگان طرفدار جمع‌گرایی در قبرس رفتارشان با طبیعت دوستدارانه‌تر است. همچین‌نگوین و همکاران^۴ (۲۰۱۷) همبستگی مثبتی میان جمع‌گرایی و رفتارهای دوستدار محیط‌زیست در ویتنام مشاهده کرده‌اند.

ب. سواد محیط‌زیستی

رواج اندیشه‌ورزی و تعقل از طریق برگزاری جلسات مناظره، یا همان کرسی‌های آزاداندیشی مورد تأکید مقام معظم رهبری، یکی از روش‌های تربیتی امام رضا (علیه‌السلام) در زمان ولایت‌عهدی مأمون بود. مناظرات امام با پیروان تمام مذاهب موجب افزایش سواد جامعه و کاهش خرافات می‌شد (مکارم شیرازی، ۱۳۸۸: ۵۰)؛ بنابراین، متغیر دیگری که می‌تواند بر محیط‌زیست‌گرایی افراد از جمله فعالان گردشگری، اثر بگذارد سواد و آگاهی آنان درباره موضوعات مهم جامعه است.

1. Godazgar
2. Cho et al.
3. Leonidou et al.
4. Nguyen et al.

سواد محیط‌زیستی به تشخیص و شناخت افراد از نمادها، مفاهیم و رفتارهای مرتبط با محیط زیست کمک می‌کند (Laroche et al., 1996: 196). در واقع، سواد محیط‌زیستی به دانشی اشاره می‌کند که شناخت افراد را از منابع تجدیدناپذیر و حفظ حیات گیاهی و جانوری حساس بالا می‌برد (Alba & Hutchinson, 1987: 41). دانش محیط‌زیستی بر نگرش‌ها و در نتیجه، رفتار اثر می‌گذارد (اسدی و محرابی، ۱۳۹۷: ۱۱۸). همچنین دانش محیط‌زیستی به‌عنوان یک سازه مهم در مطالعات مرتبط با ترجیحات سبز مصرف‌کنندگان شناخته می‌شود (Nath et al., 2013: 501). آموزه‌های دینی می‌توانند از دو جهت به تعمیق سواد محیط‌زیستی و غنا بخشیدن به آن در حوزه گردشگری مدد رسانند: ۱. ژرف‌ترین بصیرت‌ها درباره طبیعت و محیط زیست را می‌توان در ساحت باطنی ادیان یافت. ۲. بزرگان دین دستورالعمل‌هایی گوناگون را برای زندگی بشر تدوین کرده‌اند که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به حفظ و صیانت از محیط‌زیست منجر شده است (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۳: ۶۹). مطالعات گذشته به این نتایج رسیده که میان دینداری با پیوستگی با طبیعت (حبیبی و ابراهیم‌پور، ۱۳۹۴: ۸۵)، دینداری و ارزش زیست‌محیطی (نواح و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۷) و دینداری با رفتارهای زیست‌محیطی (حاجی‌زاده میمندی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳) ارتباط وجود دارد. همچنین پژوهشگران معتقدند افرادی که آگاهی بیشتری درباره مسائل زیست‌محیطی دارند، به محیط زیست و مسائل آن نیز بیشتر حساس و دغدغه‌مند بوده و در نتیجه، رفتارهای مسئولانه‌تری نشان می‌دهند (صالحی و امامقلی، ۱۳۹۱: ۱۲۱).

ج. دغدغه محیط‌زیستی

افزایش سواد شهروندان باعث دغدغه‌مندی آنان به مسائل جامعه می‌شود. افراد دغدغه‌مند علاوه بر کنترل رفتار خود به اصلاح رفتار دیگران نیز می‌پردازند. امام رضا (علیه السلام) پیوسته اصحاب خویش را با این گونه جملات به نگرانی درباره جامعه سفارش می‌کردند: «هرگاه امت من امر به معروف و نهی از منکر را ترک کنند، باید در انتظار عذاب پروردگار باشند» (عطاردی، ۱۴۱۳ق، ج ۲: ۳۸۲). لازمه امر به معروف، دانش و آگاهی فرد

در آن موضوع است؛ بنابراین، دغدغه و حساسیت محیط زیستی عبارت است از یک باور، موضع و میزانی از نگرانی که بر اثر احساس کمبود منابع طبیعی در مصرف‌کننده به وجود می‌آید. این مفهوم به یک ویژگی عاطفی اشاره دارد که می‌تواند نشان‌دهنده نگرانی، محبت، دوست داشتن یا دوست نداشتن یک شیء یا مسئله باشد (حاجیلوو و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۹). بر اساس دیدگاه دانلپ و جوناس^۱ (۲۰۰۲) دغدغه زیست‌محیطی مفهوم وسیعی است که به طیف گسترده‌ای از پدیده‌ها و آگاهی به مسائل محیط زیست تا حمایت و حفاظت زیست‌محیطی اشاره داشته و منعکس‌کننده نگرش‌ها، معرفت‌ها و گرایش در قبال محیط‌زیست است.

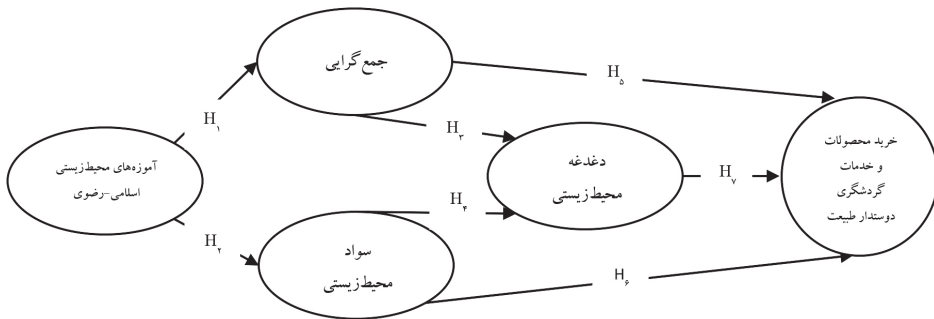
کرمانی و خان (۲۰۱۶) تلاش کردند تا ارتباطی میان سواد محیط زیستی و حساسیت به محیط‌زیست کشف کنند. نتیجه بررسی آنان نشان داد که آموزش صحیح می‌تواند دغدغه افراد را به محیط‌زیست افزایش دهد. از سوی دیگر، فقدان آموزش هم درک افراد را از مسائل زیست محیطی پایین می‌آورد و هم مانعی برای بهبود هشیاری محیطی مصرف‌کنندگان می‌شود (Nath et al., 2013: 501). همچنین نتایج تحقیقات گذشته نشان داد که آگاهی‌های زیست‌محیطی می‌تواند به رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط‌زیست منجر شود (صالحی، ۱۳۹۳؛ Ayodeji, 2010).

پژوهشگران متعددی در نتایج مطالعات خود به ارتباط میان دغدغه محیط زیستی و نحوه رفتار با محیط زیست دست یافته‌اند (Bamberg, 2003; Fuhrer, 1995; 1983; Weigel). به‌طور کلی، دغدغه زیست‌محیطی می‌تواند به‌عنوان محرکی فعال در فرایند تولید و مصرف محصولات سالم و پایدار (پورجمشیدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۵)، انتخاب مقصد گردشگری (هدلاند و همکاران^۲، ۲۰۱۲: ۱۶) و نگرش به اکوتوریسم (1886: 2018, Fang et al) عمل کند.

1. Dunlap & Jonos
2. Hedlund et al.

۲-۱. الگوی مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به چهار چوب نظری پژوهش الگوی مفهومی زیر قابل ارائه است:



شکل ۳. الگوی مفهومی پژوهش (اقتباس از خان و کرمانی، ۲۰۱۸).

۲-۲. فرضیه‌های پژوهش

بر اساس چهار چوب نظری و الگوی مفهومی پژوهش، فرضیه‌های پژوهش عبارت است از:

فرضیه (H_1): توجه به آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی موجب جمع‌گرایی می‌شود.

فرضیه (H_2): آگاهی از آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی موجب افزایش سواد محیط‌زیستی می‌شود.

فرضیه (H_3): میان جمع‌گرایی و دغدغه محیط‌زیستی ارتباط وجود دارد.

فرضیه (H_4): میان سواد محیط‌زیستی و دغدغه محیط‌زیستی ارتباط وجود دارد.

فرضیه (H_5): جمع‌گرایی موجب تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت می‌شود.

فرضیه (H_6): سواد محیط‌زیستی موجب تمایل خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت می‌شود.

فرضیه (H_۷): دغدغه محیط زیستی موجب تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت می‌شود.

۲-۳. روش پژوهش

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی توسعه‌ای و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های پیمایشی قرار دارد. برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع از منابع کتابخانه‌ای، مقالات و پایگاه‌های علمی استفاده شد و پس از شناسایی روابط میان متغیرهای آموزه‌های اسلامی رضوی و تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت، پرسش‌نامه‌های هر یک از آنان مبتنی بر طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) طراحی شد. پرسش‌نامه مرکب از ۳۷ سؤال بود (جدول ۲). پرسش‌نامه استفاده شده برگرفته از مقیاس‌های آزمون شده در مطالعات مرتبط گذشته بوده و پس از انجام پیش‌آزمون از ۲۰ دانشجوی گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی تعدیل شد.

جدول ۲. سؤالات پرسش‌نامه

متغیر	تعداد سؤالات	منبع
آموزه‌های محیط زیستی اسلامی رضوی	۱۰	شجاعی‌زند، ۱۳۹۳؛ شریفی، (۱۴۰۰)
جمع‌گرایی	۷	(خان و کرمانی، ۲۰۱۸)
دانش محیط زیستی	۵	(خان و کرمانی، ۲۰۱۸)
دغدغه محیط زیستی	۷	(خان و کرمانی، ۲۰۱۸)
تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت	۸	(کاظمی‌نیا و بابایی، ۱۳۹۶)

با توجه به هدف پژوهش، جامعه آماری ۱۰۲ نفره از فعالان گردشگری با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. نمونه‌های انتخاب شده باید چندین سال در صنعت گردشگری حضور فعال می‌داشتند؛ بنابراین پرسش‌نامه‌ها تنها میان کارکنان وزارت گردشگری، استادان گروه‌های گردشگری و کارکنان با سابقه شرکت‌های گردشگری توزیع شدند. برای بررسی روایی پرسش‌نامه از نسبت روایی یگانه-دوگانه^۱ استفاده شد. حد مجاز معیار روایی یگانه-دوگانه میزان ۰/۸۵ تا ۰/۹ است و اگر مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد روایی واگرا قابل قبول است (Henseler et al., 2015: 115). بر اساس یافته‌های پژوهش روایی پرسش‌نامه تأیید می‌شود (جدول ۳).

جدول ۳. سنجش روایی سازه‌های پژوهش

تمایل به خرید	دغدغه محیط زیستی	سواد محیط‌زیستی	جمع‌گرایی	آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی-رضوی
				آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی-رضوی
			جمع‌گرایی	
		سواد محیط‌زیستی		
		حساسیت محیط‌زیستی		
تمایل به خرید				

به منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه پژوهش از ضرایب همبستگی اسپیرمن^۲، همبستگی

1. Heterotrait-Monotrait Ratio
2. rho_A

ترکیبی^۱ و آلفای کرونباخ^۲ استفاده شد که در صورت مناسب بودن این ضرایب، می‌توان گفت که پرسش‌نامه از پایایی مناسبی برخوردار است. براساس نتایج این معیارها پایایی پرسش‌نامه تایید شد (جدول ۴). مقدار ملاک برای سطح قبولی همبستگی اسپیرمن و آلفای کورنباخ و همبستگی ترکیبی، بالاتر از ۰/۷ خوب، بالاتر از ۰/۵ مناسب و زیر ۰/۵ ضعیف است (سرمد و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۰).

جدول ۴. سنجش پایایی سازه‌های پژوهش

متغیرها	همبستگی اسپیرمن	همبستگی ترکیبی	آلفای کورنباخ
آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی	۰/۹۳	۰/۸۹	۰/۸۹
جمع‌گرایی	۰/۷۲	۰/۷۳	۰/۶۰
سواد محیط‌زیستی	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۸۷
دغدغه محیط‌زیستی	۰/۸۷	۰/۸۶	۰/۸۲
تمایل به خرید	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۸۸

۲-۴. یافته‌های پژوهش

الف. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان این پژوهش نشان می‌دهد که ۵۸٪ آنان بانوان و ۴۲٪ آقایان بودند. مدارک تحصیلی این افراد ۳۶٪ رشته گردشگری، ۹٪ هتلداری و ۵۵٪ بقیه رشته‌ها بود. همچنین سطح تحصیلی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۳۸٪ از آنان دارای مدرک کارشناسی، ۴۵٪ کارشناسی ارشد و ۱۷٪ دکتراست.

1. Composite Reliability
2. Cronbach's Alpha

ب. همبستگی داده‌های ماتریس

در ادامه متغیرهای پژوهش با استفاده از چرخش واریماکس و تنظیم عوامل به صورت پیش‌فرض به عدد ۱۰ و با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی تحلیل عاملی آزمون شدند. آزمون کایزر-میر-اولکین^۱ برای این تحلیل ۰/۷۵ به دست آمد که بالاتر از ۰/۵ بوده و نمایانگر کفایت نمونه‌گیری و درجه تناسب داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی است (چاهوکی، ۱۳۸۹: ۴۵). همچنین آزمون بارتلت^۲ که نشان‌دهنده همبستگی داده‌های ماتریس است نیز با ضریب اهمیت ۰/۰۰۰۱ تایید شد (همان).

جدول ۵. نتایج شاخص KMO و آزمون کرویت بارتلت

۰/۷۵	شاخص کفایت نمونه‌گیری کایزر-میر-اولکین (KMO)	
۲۴۸۹/۶۲	مقدار کای اسوکنر	آزمون کرویت بارتلت
۶۶۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	سطح معناداری	

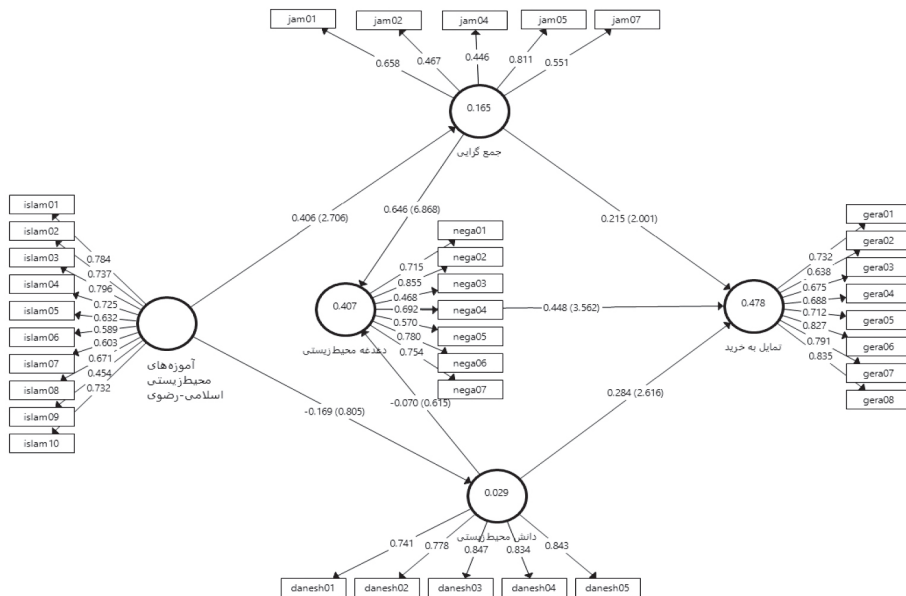
در مرحله بعد برای بررسی عادی بودن مؤلفه‌های ابعاد الگو از آزمون کالموگروف اسمیرنوف استفاده شد و چون آماره Z این آزمون در سطح کوچک تر ۰/۰۱ معنی دار بوده و مقادیر تمامی متغیرها بین ۱/۹۶+ و ۱/۹۶- قرار داشتند؛ بنابراین توزیع صفات در بین نمونه با توزیع آن در جامعه عادی بوده و تفاوت معنی داری میان فراوانی‌های مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار وجود نداشت.

ج. سنجش بارهای عاملی

بارهای عاملی حاکی از اهمیت رابطه میان متغیر آشکار و پنهان است. به بیان دیگر،

1. Kaiser Meyer Olkin
2. Bartlett

آن‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای آشکار به‌طور مناسبی متغیر مکنون یا پنهان را سنجیده و چقدر بر آن تأثیر دارند. بر اساس نظر آماردانان، بارهای عاملی زیر ۰/۳ ضعیف و بالای ۰/۵ بسیار مطلوب هستند (کلانتری، ۱۳۸۸: ۹۱). بر اساس یافته‌های پژوهش تمامی بارهای عاملی از مقدار مناسب یا گاهی بسیار مطلوب برخوردار بودند (شکل ۲). همچنین ضریب مسیر یا بتا نشان‌دهنده شدت و نوع رابطه بین دو متغیر پنهان است و عددی بین ۱- تا ۱+ دارد و اگر برابر صفر شود نشان‌دهنده نبود رابطه خطی میان دو متغیر پنهان است. در کل، این ضریب نشانه همبستگی میان دو متغیر پنهان است. برخی پژوهشگران ثابت کرده‌اند که این ضرایب باید حداقل ۰/۲ باشد (همان). مطابق الگوریتم تحلیل الگوها در روش PLS-SEM، بررسی برازش الگوهای اندازه‌گیری و ضرایب بارهای عاملی نشان داد که در میان تمام گویه‌ها، فقط گویه‌های ۳ و ۶ درون متغیر جمع‌گرایی پایین‌تر از ۰/۴ بودند پس الگوی نهایی با حذف این گویه‌ها دوباره بررسی شد (شکل ۴).



شکل ۴. بارهای عاملی و آماره t

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از برازش الگوهای اندازه‌گیری، برازش الگوی ساختاری پژوهش بررسی می‌شود. برخلاف الگوهای اندازه‌گیری که در آن

روابط میان متغیر مکنون با متغیرهای آشکار مورد توجه است، در بررسی الگوی ساختاری روابط میان متغیرهای مکنون با یکدیگر تجزیه و تحلیل و معیارهای ضریب مسیر (β)، ضریب تعیین (R^2)، و مقادیر معناداری (t-values) بررسی می‌شود. ضریب تعیین برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگوسازی معادلات ساختاری به کار رفته و بیانگر تأثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی بودن ضریب تعیین و زیاد بودن مقدار آن را نشانه‌برازش بهتر الگو معرفی می‌کنند. با توجه به اینکه مقدار ضریب تعیین برای همه سازه‌ها به‌جز سازه ۱ و ۲ بالاتر از ۰/۴۰ است، در نتیجه، برازش الگوی ساختاری با سطح متوسط تأیید شد.

جدول ۷. بررسی فرضیه‌ها براساس مقادیر ضرایب مسیر و معناداری

فرضیه	جهت مسیر	ضریب مسیر	آماره t	وضعیت فرضیه	جهت رابطه	ضریب تعیین R^2
۱	آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی بر جمع‌گرایی	۰/۴۰	۲/۷۰	تأیید	+	۰/۱۶
۲	آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی بر سواد محیط‌زیستی	-۰/۱۶	۰/۸۰	عدم تأیید	+	۰/۰۲
۳	جمع‌گرایی بر دغدغه محیط‌زیستی	۰/۶۴	۶/۸۶	تأیید	+	۰/۴۰
۴	سواد محیط‌زیستی بر دغدغه محیط‌زیستی	-۰/۰۷	۰/۶۱	عدم تأیید	+	۰/۴۰
۵	جمع‌گرایی بر تمایل به خرید	۰/۲۱	۲/۰۰۱	تأیید	+	۰/۴۷
۶	سواد محیط‌زیستی بر تمایل به خرید	۰/۲۸	۲/۶۱	تأیید	+	۰/۴۷
۷	دغدغه محیط‌زیستی بر تمایل به خرید	۰/۴۴	۳/۵۶	تأیید	+	۰/۴۷

در صورتی که مقادیر t از ۱/۹۶ بیشتر باشد، بیانگر صحت رابطه میان سازه‌ها و در نتیجه

تایید فرضیه‌های پژوهش در سطح ۹۵ درصد است و مناسب بودن الگوی ساختاری و فرضیه پژوهش تایید می‌شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۳۹). با توجه به مقادیر به دست آمده تمام فرضیه‌ها به جز فرضیه‌های ۲ و ۴ تایید می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که آموزه‌های محیط زیستی اسلامی رضوی و جمع‌گرایی هم به طور مستقیم و هم به واسطه تأثیر بر دغدغه محیط زیستی منجر به تمایل به خرید محصولات و خدمات دوستدار طبیعت گردشگری می‌شود. همچنین اثر دغدغه محیط زیستی بر تمایل به خرید از جمع‌گرایی و سواد محیط‌زیستی بیشتر است؛ بنابراین محتوای مورد تأکید برای افزایش تمایل به خرید باید ایجاد دغدغه نماید. در نهایت، اگرچه آموزه‌های محیط زیستی اسلامی رضوی از مسیر جمع‌گرایی قادر به تأثیر بر تمایل به خرید است؛ اما این نقش بر سواد محیط‌زیستی چندان پررنگ نبوده که شاید یکی از دلایل آن اعتقاد نداشتن به کاربردی بودن این گونه مفاهیم در رشته‌های جدیدی همچون گردشگری باشد؛ حوزه‌ای که دانشجویان آن از ابتدا با مفاهیم غربی توسعه پرورش می‌یابند.

د. برازش الگو

برازش یا شاخص نیکویی الگو^۱ سازش میان کیفیت الگوی ساختاری و الگوی اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهد و هر دو بخش الگوی اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند. این شاخص هر دو الگوی اندازه‌گیری و ساختاری را مد نظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی الگو به کار می‌رود. این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضریب تعیین است. از آنجا که این مقدار به دو شاخص مذکور وابسته است، حدود این شاخص بین صفر تا یک است. معیار GoF با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$\text{GoF} = \sqrt{(\text{communality}) \times (R^2)}$$

مقادیر اشتراکی از محاسبه مجموع میانگین واریانس استخراج شده (۰/۵) و میانگین

1. Goodness of Fit

ضریب تعیین نیز از میانگین ضرایب تعیین روابط الگو (۰/۱۶) عدد ۰/۲۸ به دست آمد که این عدد (با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GoF) نشانه برآزش کلی و متوسط الگوست (همان: ۴۰)؛ بنابراین الگوی رابطه آموزه‌های محیط زیستی اسلامی رضوی با نقش میانجی سواد محیط زیستی و جمع‌گرایی با تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت از برآزش لازم برخوردار است. در این الگو توجه به عواملی ضروری خواهد بود که بر افزایش دغدغه فعالان گردشگری نسبت به محیط زیست و تمایل آنان به خرید محصولات و خدمات سبز می‌تواند تأثیر داشته باشد که در این پژوهش این عوامل جمع‌گرایی و سواد محیط‌زیستی با ضریب تعیین ۰/۴۷ بودند.

۳. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

آب و هوا و منابع طبیعی (خاک) در بسیاری از کشورهای جهان پشتوانه اصلی رشد و توسعه گردشگری به‌شمار می‌آیند و حفاظت از این منابع بخش جدایی‌ناپذیر توسعه این صنعت خواهد بود. توجه به محدودیت‌های زیست‌بوم، میزان ظرفیت‌پذیری و بارگذاری بر آن و درک ارزش‌های محیطی بایستی در صدر اهداف طرح‌های توسعه گردشگری مطرح شوند. حفظ محیط‌زیست از ابتدای تشکیل دین اسلام در آیات قرآن و توصیه‌های بزرگان دین گوشزد شده است، در حالی که تنها در دهه‌های معاصر شاهد شروع احترام به حیات جانوران و توجه به توسعه پایدار هستیم.

اسلام همان‌گونه که برای کاشت نهال و ایجاد فضای سبز و رسیدگی به آن‌ها تشویق و ترغیب و فضیلت و پاداش آن را یادآوری کرده، درباره از بین بردن و تخریب آن‌ها نیز هشدار داده است. در میان گروه‌ها و افراد مختلف درگیر با حفظ جاذبه‌های طبیعی گردشگری، فعالان گردشگری نقش پررنگ‌تری را ایفا می‌کنند و طرز فکر و رفتارهای این گروه می‌تواند روند بازار صنعت گردشگری را به سمت مصرف محصولات و خدمات سبز و دوستدار طبیعت سوق دهد؛ اما تنها زمانی این مهم صورت می‌گیرد که این افراد به

مسئولیت‌های اجتماعی محیطی خود آگاه باشند. بی‌توجهی به مصلحت جامعه و تمایل به فردگرایی، دغدغه نداشتن به محیط زیست و نبود سواد و دانش محیط زیستی که به اعتقاد پژوهشگران از جدایی دین از زندگی دنیوی نشئت می‌گیرد این افراد را به یکی از عوامل اصلی نابودی منابع طبیعی مورد استفاده در حوزه گردشگری تبدیل خواهد کرد، مواردی که تأثیرشان بر رفتار این افراد در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج آزمون مدل یابی معادلات ساختاری الگوی پژوهش نشان داد که میان توجه به آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی با جمع‌گرایی فعالان گردشگری ارتباط مستقیم وجود دارد. این نتیجه با یافته‌های خان و کرمانی (۲۰۱۸) و نگوین و همکاران (۲۰۱۷) همخوانی دارد.

جمع‌گرایی؛ افراد جمع‌گرا به تأثیر کنش‌های انسانی بر جامعه و نسل‌های آینده اهمیت می‌دهند و کسانی که جهت‌گیری فردی دارند به احتمال زیاد کمک کردن به محیط‌زیست و داشتن حساسیت به مسائل محیط‌زیستی را مقرون به صرفه برای منافع فوری و فردی‌شان نمی‌دانند. انسان فطرتاً موجودی اجتماعی است و این حقیقت خود را در دو چهره نشان می‌دهد. یکی اینکه هر انسانی گرایش به جامعه‌پذیری دارد و می‌خواهد زندگی اجتماعی داشته باشد و زندگی بدون تعامل با دیگران برای وی دشوار است و دیگر اینکه هر فردی نسبت به دیگری احساس مسئولیت می‌کند و خود را در سرنوشت دیگران و دیگران را در سرنوشت خویش مؤثر می‌داند و از این‌روست که در آموزه‌های دینی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و هدفمندترین بخش تربیت آدمی تأکید شده است (سبحانی‌نژاد و نجفی، ۱۳۹۳، ۱۶۰).

دین اسلام و بزرگان آن، از جمله امام رضا (علیه‌السلام)، با تأکید بر مسئولیت اجتماعی، منافع فردی معتقدان را با بیان مفاهیمی همچون حق الناس، امر به معروف و امت واحده به منافع جمعی آنان پیوند می‌زنند. امام در نامه‌ای که برای مأمون نگاشته‌اند، فرموده‌اند: «از موارد اسلام خالص بی‌زاری از کسانی است که اموال را منحصر به خود می‌کنند» (ابن بابویه، ۱۳۷۸ ق، ج ۲: ۱۲۶). در پرتو این تعالیم به چنین خصلت‌هایی در اخلاق انحصارطلبان و

فزون خواهان دست می‌یابیم: تمایل به سودجویی، حرص و طمع در برابر گذشت و ایثار مالی، انحصارطلبی در برابر نوع دوستی، ترک تعهد و مسؤولیت‌شناسی (گلی زواره قمشه‌ای، ۱۳۷۸: ۲۲۰).

یافته‌های پژوهش نشان داد که میان جمع‌گرایی و دغدغه محیط‌زیستی افراد ارتباط وجود دارد این یافته با مطالعه لئونیدو و همکاران (۲۰۱۰) درباره مصرف‌کنندگان قبرسی هماهنگی دارد.

دغدغه محیط‌زیستی؛ دغدغه‌های مربوط به محیط زیست به بخشی از نگرش‌های عاطفی زیست‌محیطی می‌پردازند که با میزان آگاهی افراد از مشکلات مربوط به محیط زیست و تلاش‌هایی مرتبط است که برای حل این مشکلات می‌کنند (نعیمی و همکاران، ۱۳۹۹). اکثر مسائل و مشکلات محیط‌زیستی که امروزه با عنوان مخاطرات محیطی شناخته می‌شوند بر اثر رفتارها و اقدامات فردگرایانه ایجاد شده‌اند. حل این مشکلات و رفع مخاطرات موجود منوط به انجام اقدامات گروهی برای حل آن‌ها است اما این مسئله درگرو آن است که تا چه اندازه افراد جامعه به لحاظ فکری درباره محیط‌زیست و چالش‌های مربوط به آن دانش و سواد دارند.

یافته‌های پژوهش نشان داد که میان سواد محیط‌زیستی فعالان گردشگری و تمایل به خرید محصولات دوستدار طبیعت ارتباط وجود دارد موردی که صالحی (۱۳۹۳) و آیودجی (۲۰۱۰) در مطالعات خود مشاهده نمودند.

سواد محیط‌زیستی؛ این مفهوم به‌عنوان سازه‌ای مهم در مطالعات مربوط به ترجیحات سبز مصرف‌کنندگان شناخته می‌شود. افرادی که آگاهی و شناخت بیشتری از محیط زیست و تأثیر فعالیت‌های انسانی بر آن دارند از رفتارهای آسیب‌زننده به محیط خودداری می‌کنند و گرایش بیشتری به محصولات و خدمات سبز دارند. با نگاهی به آیات قرآن و احادیث امام رضا (علیه السلام) روشن می‌شود که هیچ مکتبی مانند اسلام به طبیعت و محیط‌زیست اهمیت نداده است؛ اما بررسی رابطه میان آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی و سواد محیط‌زیستی این پژوهش نشان داد که این دو متغیر ارتباط معناداری

با یکدیگر ندارند. متأسفانه تدریس نشدن آموزه‌های محیط زیستی دینی در کتاب‌های درسی تمام مقاطع دانشگاهی و استفاده از متون ترجمه‌ای این تصور را جامعه علمی به وجود آورده است که اسلام و بزرگان آن هیچ سخن کاربردی را برای حفظ محیط زیست نمی‌زنند؛ بنابراین پیشنهاد‌های زیر بر اساس یافته‌ها و نتایج به دست آمده از پژوهش و نواقص موجود در ادبیات دینی این حوزه برای ایجاد تمایل به خرید محصولات و خدمات گردشگری دوستدار طبیعت قابل ارائه است:

۱. برای افزایش دانش محیط‌زیستی اسلامی رضوی فعالان گردشگری؛

- اضافه کردن سرفصل‌های محیط‌زیستی به دروس دینی تمام مقاطع تحصیلی رشته گردشگری،

- تبیین کاربردهای دیدگاه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی در رشته‌های جدیدی همچون گردشگری،

- برگزاری سمینارهای سالانه با محوریت آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی،

- چاپ کتاب‌ها و مجلات مرتبط با آموزه‌های محیط‌زیستی اسلامی رضوی.

۲. برای تقویت جمع‌گرایی فعالان گردشگری؛

- ایجاد بخش حفاظت از محیط زیست در تمام سازمان‌های دینی فعال در حوزه گردشگری و تشویق به حضور اعضا در مقولات محیط‌زیستی،

- تجلیل از سازمان‌های عمل‌کننده به مسئولیت‌های اجتماعی محیطی در برنامه‌های دینی.

۳. برای افزایش دغدغه محیط‌زیستی فعالان گردشگری؛

- ثبت روز ملی محیط‌بان مصادف با ولادت امام رضا (علیه السلام)،

- ایجاد تشکل‌های محیط‌زیستی در میان فعالان گردشگری برای برگزاری مناظره و تبادل نظریات و تجربیات با محوریت آموزه‌های اسلامی رضوی.

منابع و مأخذ

- قرآن کریم. (۱۳۸۸). ترجمه محمد مهدی فولادوند. قم: اسوه.
- ابن بابویه، محمد بن علی. (۱۳۷۸ق). *عیون اخبار الرضا*. تهران: جهان.
- اسدی، معصومه و محرابی، محبوبه. (۱۳۹۷). «بررسی عوامل زمینه‌ای و اجتماعی مؤثر بر رفتارهای زیست‌محیطی شهروندان بندرعباس». *پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان*. دوره ۱۰. شماره ۱۵. صص: ۱۱۸-۱۳۲.
- پازکی، معصومه و یوردخانی، مختار. (۱۳۹۳). «واکاوی و بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری سبز روستای توجال (براساس روش تئوری بنیادین)». *نگرش‌های نودر جغرافیای انسانی*. سال هفتم. شماره ۱. صص: ۲۳۷-۲۴۸.
- پورجمشیدی، حدیث؛ مهدی‌زاده، حسین؛ غلامرضایی، سعید؛ شیرینی، نعمت‌اله. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر گرایش به رفتار مصرف‌پایدار: مورد مطالعه شهر خرم‌آباد». *آموزش محیط زیست و توسعه پایدار*. دوره ۴. شماره ۴. صص: ۵۵-۶۴.
- چاهوکی، محمد علی. (۱۳۸۹). *روش‌های تحلیل چندمتغیره در نرم‌افزار*. تهران: دانشگاه تهران.
- حاجی‌زاده میمندی، مسعود؛ سیارخلج، حامد؛ شکوهی‌فر، کاوه. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل فرهنگی مرتبط با رفتارهای محیط‌زیستی (مورد مطالعه: شهر یزد)». *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*. دوره ۳. شماره ۱. صص: ۸۳-۱۰۷.
- حاجیلو، فتانه؛ علیزاده، محمدباقر؛ سولماز سقلی، اقدم. (۱۳۹۹). «رابطه سواد بوم‌شناختی، سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی با دغدغه محیط‌زیستی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تبریز)». *علوم محیطی*. دوره ۱۸. شماره ۴. صص: ۶۹-۸۴.
- حبیبی، بینا و ابراهیم‌پور، داوود. (۱۳۹۴). «رابطه سرمایه اجتماعی و دین‌داری با احساس ارتباط و پیوستگی با طبیعت نزد دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز». *مطالعات جامعه‌شناسی*. دوره ۷. شماره ۲۶. صص: ۸۵-۹۸.
- داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رفعت‌جاده، مریم و وفادار، زینب. (۱۳۹۳). «سبک زندگی و نسبت آن با هویت دینی». *مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*. دوره ۳. شماره ۲. صص: ۱۱۳-۱۳۷.
- رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد. (۱۳۹۱). *شناخت گردشگری*. اصفهان: چهارباغ.
- سبحانی‌نژاد، مهدی و نجفی، حسن. (۱۳۹۳). «تحلیل ابعاد شناسانه مسئولیت‌پذیری در سبک زندگی اسلامی». *سراج منیر*. ۵(۱۶). صص: ۱۵۱-۱۷۰.
- شجاعی‌زند، علیرضا. (۱۳۸۴). «مدلی بر سنجش دینداری در ایران، مجله جامعه‌شناسی ایران». دوره ششم. شماره اول. صص: ۳۴-۶۶.
- شریفی، عنایت. (۱۴۰۰). «سبک و سیره امام رضا (علیه السلام) در تربیت اخلاقی افراد جامعه». *فرهنگ رضوی*. دوره ۹. شماره ۳۳. صص: ۲۰۳-۲۲۴.
- صالحی، صادق؛ امامقلی، لقمان. (۱۳۹۱). «مطالعه تجربی رابطه آگاهی و رفتارهای زیست‌محیطی». *مسائل اجتماعی ایران*. دوره ۳. شماره ۱. صص: ۱۲۱-۱۴۷.
- صالحی، صادق. (۱۳۹۳). «رفتارهای زیست‌محیطی، دانش زیست‌محیطی و تحصیلات». *مجله علوم تربیتی*. دوره ۱۸. شماره ۲. صص: ۲۰۱-۲۲۶.
- ضیایی، محمود. (۱۳۸۳). «وضعیت نیروی انسانی و آموزش در بخش گردشگری (با تأکید بر استان تهران)». *مطالعات مدیریت*

- گردشگری. دوره ۲. شماره ۶. صص: ۱۹-۳۷.
- فتائی، ابراهیم؛ حسن پور کورنده، حامد؛ حسن پور کورنده، هانی؛ او جاقی، اکرم. (۱۳۹۳). «تحقیقی در جایگاه برتر شناخت و حفظ محیط زیست در آیات قرآنی و روایات و ادیان اسلامی». «اولین کنفرانس ملی آلودگی‌های محیط زیست با محوریت زمین پاک». دانشگاه علوم پزشکی و خدمات درمانی استان اردبیل.
- فراهانی فرد، سعید؛ فراهانی فرد، محمدعلی. (۱۳۹۲). «محیط زیست و نظام اخلاقی آن در اسلام». «معرفت/اقتصاد/اسلامی». سال ۴. شماره ۲. صص: ۱۵۲-۱۶۵.
- فراهانی فرد، سعید؛ محمدی، یوسف. (۱۳۸۸). «مبانی اخلاقی محیط زیست از نگاه اقتصاد متعارف و قرآن». «قبستان». سال ۱۴. دوره ۳. صص: ۱۷۹-۲۰۸.
- قاسمی، علی اصغر؛ شاه ولی، منصور. (۱۳۹۷). «پارادایم دینی (اسلامی) آموزش صیانت از منابع طبیعی». نشریه مجلس و راهبرد. سال ۲۶. شماره ۹۷. صص: ۲۲۷-۲۵۰.
- عطاردی، عزیزالله. (۱۴۱۳ق). «مسند الامام الرضا (علیه السلام)». لبنان: دار الفوفه.
- کاظمی نیا، آزاده؛ بابایی، پگاه. (۱۳۹۶). «عوامل موثر بر تمایل به انجام گردشگری پایدار و پرداخت بیشتر برای آن، مطالعات مدیریت گردشگری». دوره ۱۲. شماره ۳۶. صص: ۲۳-۴۳.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۸). «مدل سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی». تهران: انتشارات فرهنگ صبا.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۳۶۴). «الروضة من الکافی». تهران: علمیه اسلامیة.
- گلی زواره قمشه‌ای، غلامرضا. (۱۳۸۷). «مدیریت از دیدگاه امام رضا (علیه السلام)». «پاسدار اسلام». شماره ۱۰. صص: ۲۴۰-۲۲۰.
- لشکری، علیرضا. (۱۳۹۶). «مصلح فردی و عمومی از منظر اسلام و مکاتب رقیب». «جستارهای اقتصادی». دوره ۱۴. شماره ۲۷. صص: ۶۳-۸۸.
- مجلسی، محمد باقر. (۱۴۴۰ق). «بحار الأنوار». بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- محقق داماد، سید مصطفی. (۱۳۹۰). «الهیات محیط زیست (گزارشی از آرمان شهر علامه اقبال لاهوری)». «اخلاق زیستی». دوره ۱. شماره ۱. صص: ۱۷۱-۱۹۲.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۸). «مناظرات تاریخی امام رضا (علیه السلام) با پیروان مذاهب و مکاتب دیگر». مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- میرزایی، خلیل؛ آقاسیدحسینی، لیلا؛ فلاحی، علی. (۱۳۹۵). «رابطه دینداری و عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی نیکوکاری». «دین و ارتباطات». سال بیست و سوم. شماره دوم. صص: ۱۴۷-۱۷۴.
- نبوی، سید عبدالحسین؛ شهر یاری، مرضیه. (۱۳۹۳). «دین، اخلاق و محیط زیست». «انسان و محیط زیست». دوره ۱۲. شماره ۲. صص: ۶۹-۸۳.
- نجفی، مرتضی؛ باقری نصرآبادی، علی. (۱۳۹۹). «بازشناسی فرایندهای مدیریت فرهنگی امام رضا (علیه السلام)». «فرهنگ رضوی». (۲). صص: ۵۷-۸۱.
- نعیمی، امیر؛ رضائی، روح اله؛ موسی پور، سیده کوثر. (۱۳۹۹). «نسبت آگاهی و دغدغه‌ها با رفتارهای زیست محیطی در جوامع روستایی». «بررسی مسائل اجتماعی ایران». (۱)۱۱. صص: ۳۶۳-۳۴۳.
- نوح، عبدالرضا؛ فروتن کیا، شهرزاد؛ پورترکرونی، محمد. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین میزان دینداری با ارزش‌ها و رفتارهای

زیست‌محیطی شهروندان (مطالعه موردی: شهر اهواز)». مطالعات جامعه‌شناختی شهری. دوره ۱. شماره ۱. صص: ۷۷-۹۷.

منابع لاتین

- Alba, J.W. and Hutchinson, J.W., 1987. Dimensions of consumer expertise. *Consumer Research*. 41-54 ,(4) 13.
- Amor, L. (1992). *Promoting sustainable tourism, the Canadian approach*. Montreal: Quebec.
- Ayodeji, I. 2010. Exploring secondary school student understanding and practices of waste management in Ogun State. *Environmental and science Education*. ,(2)5 201-215.
- Bamberg, S. 2003. How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Environmental Psychology*. 21-32 ,(1) 23.
- Beisner, E.C. 2000. A biblical perspective on environmental stewardship. available at: www.acton.org/public-policy/environmental-stewardship/theology-e/biblical-perspective-environmental-stewardship (accessed 5 December 2020).
- Cho, Y.N., Thyroff, A., Rapert, M.I., Park, S.Y. and Lee, H.J., 2012. To be or not to be green: Exploring individualism and collectivism as antecedents of environmental behavior. *Business Research*. 1052-1059 ,(8) 66.
- Dunlap, R.E. and Jones, R.E., 2002. Environmental concern: conceptual and measurement issues. in Dunlap, R.E. and Michelson, W. (Eds), *The Handbook of Environmental Sociology*, Greenwood Press, Greenwich. 482-524.
- Fang, W. Lien, C. Huang, Y. Han, G. Shyu, G. Chou, J. and Ng, E., 2018. Environmental Literacy on Ecotourism: A Study on Student Knowledge, Attitude, and Behavioral Intentions in China and Taiwan. *Sustainability*. 1886-1908 ,(6) 10.
- Felix, R. and Braunsberger, K., 2016. I believe therefore I care: the relationship between religiosity, environmental attitudes, and green product purchase in Mexico, *International Marketing Review*. 137-155 ,(1) 33.
- Fuhrer, U., 1995. Sozialpsychologisch fundierter Theorierahmen für eine Umweltbewusstseinsforschung, *Psychologische Rundschau*. 93-103 ,46.
- Hedlund, T., Marell, A., and Garling, T., 2012. The mediating effect of value orientation on the relationship between socio-demographic factors and environmental concern in Swedish tourists' vacation choices. *Ecotourism*. No -33 ,11 16.

- Henseler, J; Ringle, C.M; Sarstedt, M., 2015. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *The Academy of Marketing Science*. No 115-135 ,43.
- Khan, M.N. and Kirmani, M.D., 2018. Role of religiosity in purchase of green products by Muslim students: Empirical evidences from India. *Islamic Marketing*. 9 504-526 ,(2).
- Kirmani, M.D. and Khan, M.N., 2016. Environmental concern to attitude towards green products: evidences from India. *Serbian Journal of Management*. -179 ,(2) 11 159.
- Laroche, M; Toffoli, R; Kim, C; Muller, T.E., 1996. The influence of culture on pro-environmental knowledge, attitudes, and behavior: a Canadian perspective. *Advances in Consumer Research*. 196-202 ,(1) 23.
- Leonidou, L.C.; Leonidou, C.N; Kvasova, O., 2010. Antecedents and outcomes of consumer environmentally friendly attitudes and behavior. *Marketing Management*. 1319-1344 ,(14/13) 26.
- Nath, V; Kumar, R; Agrawal, R; Gautam, A; Sharma, V; 2013. Impediments to adoption of green products: an ism analysis. *Promotion Management*. -520 ,(5) 20 501.
- Nguyen, T.N.; Lobo, A; Greenland, S., 2017. The influence of cultural values on green purchase behavior. *Marketing Intelligence and Planning*. 1-21 ,(3) 35.
- Tang, z., 2015. An integrated approach to the evaluating the coupling coordination between tourism and the environment. *Tourism management*. No 11-19 ,46.
- Vogel, D., 2001. How green is Judaism? Exploring Jewish environmental ethics. *Business Ethics*. 349-363 ,(2) 11.
- Weigel, R. H., 1983. Environmental attitudes and the prediction of behavior, In N. R. Feimer, and E. S. Geller (Eds.), *Environmental Psychology* (pp. 287–257). New York: Praeger.

The Effect of Razavi's Islamic Teachings on the Purchase of Products and Nature-Friendly Tourism Services

Mostafa Mahmoudi¹ Bahar Beishami²

Received: April 02 , 2022

Accepted: June 06 , 2022

Abstract

Tourists can endanger the environment, cause it to change and bring many negative effects on it; however, tourism activists' correct understanding of the teachings of religion and elders about preserving the environment and adhering to these values can help to control and monitor the correct behavior of themselves and tourists in natural environments. Therefore, the purpose of this research is the effect of Razavi's Islamic teachings on the purchase of nature-friendly tourism products and services. The type of research is applied development and descriptive survey and data collection was done based on a questionnaire consisting of 37 questions and a targeted sample of 102 people from the tourism profession. The findings of the research indicate the variable positive effect of Razavi's Islamic teachings on the collectivism of tourism activists. Also, based on the findings of the research, there is a relationship between collectivism with environmental concern and willingness to pay, environmental literacy with willingness to pay, environmental concern with willingness to pay for green tourism products and services; However, no significant relationship was observed between Razavi's Islamic teachings and environmental literacy and environmental literacy and environmental concern. Based on the results of this research, the practical explanation of Razavi's Islamic environmental views in the fields of tourism and the registration of the National Environmentalist Day coinciding with the birth of the 8th Imam (as) are suggested.

Keywords: Environment, Collectivism, Environmental Literacy, Environmental Concern.

1. Ph.D. in tourism management (corresponding author): m_mahmoudi@atu.ac.ir

2. Assistant professor, Department of Tourism, Research Institute of Cultural Heritage and Tourism: bbeishami@yahoo.com