

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای زیست محیطی گردشگران شهر ایلام

پاکزاد آزادخانی^{۱*}

Pakzad540azad@gmail.com

محمد جوادی راد^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۱۸

تاریخ دریافت: ۹۹/۹/۲۱

چکیده

زمینه و هدف: امروزه با توجه به افزایش سفرها و تمایل افراد به گردشگری و گشت و گذار در طبیعت نگرانی‌ها برای حفظ طبیعت و حفاظت از منابع طبیعی نیز افزایش یافته است. دغدغه تمامی دوستداران محیط زیست این است که چگونه می‌توان از منابع طبیعی به نحو صحیح استفاده و از آنها برای نسل‌های آتی مواظبت کرد. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌های اجتماعی بر رفتارهای زیست‌محیطی انجام شد.

روش بررسی: این پژوهش با روش توصیفی - همبستگی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش گردشگران ورودی به شهر ایلام در سال ۱۳۹۷ تشکیل داده است که تعداد ۳۸۴ نفر از آنها با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب و بین آنها پرسشنامه توزیع شد. از پرسشنامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهپیت و گوشال ۱۹۹۸ و رفتارهای زیست‌محیطی امامقلی ۱۳۹۰ به‌منظور گردآوری داده‌های میدانی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق آزمون‌های همبستگی و رگرسیون در نرم‌افزار SPSS انجام شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که سرمایه‌های اجتماعی با رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران رابطه معناداری دارد. همچنین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با رفتارهای زیست‌محیطی رابطه معناداری داشتند. از بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، مؤلفه سرمایه شناختی با ضریب بتای ۳۱ درصد بیشترین تأثیر را در تبیین رفتارهای زیست‌محیطی داشت. نتیجه بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های زیست‌محیطی نیز حاکی از وجود رابطه مثبت بین سرمایه اجتماعی و صرفه‌جویی در مصرف گاز، برق و آب توسط گردشگران داشت ولی بین سرمایه اجتماعی و استفاده از تولیدات استاندارد، حفاظت از محیط زیست و استفاده از وسایل بازیافتی رابطه‌ای یافت نشد.

بحث و نتیجه‌گیری: حفاظت از محیط زیست اصلی است که آموزش آن بایستی در سال‌های اولیه زندگی اجتماعی فرد مورد توجه قرار گیرد تا به‌عنوان اصلی اجتماعی مورد پذیرش اجتماع محلی و گردشگران قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، رفتارهای زیست‌محیطی، گردشگران، شهر ایلام.

۱- دانشیار گروه معماری، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، موسسه غیر انتفاعی باختر ایلام. * (مسئول مکاتبات)

۲- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی جهانگردی، موسسه غیر انتفاعی باختر ایلام.

The effect of social capital on environmental behavior of tourists visiting Ilam city

Pakzad Azadkhani^{1*}

Pakzad540azad@gmail.com

Mohammad Javadi Rad²

Admission Date: August 9, 2023

Date Received: June 10, 2020

Abstract

Background and Objective: Concerns for nature conservation and the conservation of natural resources have also increased with increasing travel and people's interest in tourism and nature tours. The concern of all environmentalists is how to use natural resources properly and protect them for future generations. In this regard, the present study was conducted with the aim of investigating the effect of social capital on environmental behavior.

Material and Methodology: This research has been done with a descriptive-correlation method. The statistical population of the study includes tourists entering Ilam city in 2018, of which 384 are selected using Cochran formula by simple random sampling method. The Nahapit and Guchal (1998) social capital standard questionnaire and Emamgholi (2011) environmental behaviors standard questionnaire are used to collect field data. Data are analyzed by SPSS software using correlation and regression tests.

Findings: The findings show that social capital has a significant relationship with the environmental behavior of tourists. Also, the components of social capital have a significant relationship with environmental behaviors. From among the components of social capital, the cognitive capital component, with a beta coefficient of 31%, has the greatest effect on explaining environmental behaviors. The results of the study of the relationship between social capital and environmental components also show a positive relationship between social capital and saving on gas, electricity and water consumption by tourists. However, there is no relationship between social capital and the use of standard products, environmental protection and the use of recyclables.

Discussion and Conclusion: conservation of the environment is a principal the education of which shall be concerned in the initial living years; So that, would be accepted by the local society and tourists as a social principal.

Keywords: Social Capital, Environmental Behaviors, Tourists, Ilam City.

1- Associate Professor of Geography, Urban Planning and Architecture, Bakhtar Ilam Institute of Higher Education, Ilam, Iran. **(Corresponding Author)*

2- M. A., Department of tourism management and planning, Bakhtar Ilam Institute of Higher Education, Ilam, Iran.

مقدمه

طبیعت گردشگری در هر جامعه، متأثر از عوامل پیچیده و درهم تنیده اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. به عبارت دیگر گردشگری دارای ابعاد مادی و معنوی است که هر کدام می‌توانند دیگری را مجذوب خود کنند. در عین حال که می‌توان گردشگری را یک صنعت و فعالیت اقتصادی دانست (یا مجموعه‌ای متشکل از صنایع به هم مرتبط)، همچنین گردشگری مجموعه‌ای است پیچیده و متشکل از پدیده‌های اجتماعی که به صورت مستقیم و غیرمستقیم (حتی قبل از اقتصاد). فرهنگ و اجتماع را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در دوران معاصر گردشگری به واقعیت مهم اجتماعی و فرهنگی تبدیل شده و فعالیتی است که با انسان و انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد. فرهنگ با نفوذ پرتوان خود، می‌تواند به بهترین صورت ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد گردشگری را توضیح دهد (۱).

سرمایه اجتماعی جنبه مهمی از توسعه عملی اجتماع محلی و توسعه پایدار به شمار می‌رود. سرمایه اجتماعی، اندیشه زیربنایی اجتماعی در کارآفرینی، تسهیل‌کننده و کمک‌دهنده شناخت الگوهای مطمئن تعامل و رویکرد جمعی به مسائل است و توانایی محلی را برای پاسخگویی به چالش‌ها در چارچوبی که دارای تغییرات سریع است، افزایش می‌دهد (۲). در واقع، امروزه سرمایه‌های اجتماعی، نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و گروهی، انسجام بخش میان انسان‌ها، سازمان‌ها و انسان‌ها و سازمان‌ها با سازمان‌ها می‌باشد. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه‌های اجتماعی، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شوند (۳). جوامع و مناطق مختلف اگر می‌خواهند هم منفعت اقتصادی کسب کنند و هم گردشگری خود را توسعه دهند باید بین سرمایه اجتماعی و صنعت گردشگری خود ارتباطات مناسب و هماهنگی برقرار سازند.

فعالیت‌های انسان و تغییرات محیط زیست ارتباط مستقیمی باهم دارند. بسیاری از فعالیت‌های انسان تحت تأثیر تغییرات محیط زیست است، از این‌رو کاهش این تغییرات از وظایف تمامی کشورها می‌باشد. یکی از راه‌ها اجتناب از آسیب رساندن به محیط زیست، تغییر رفتار انسان‌ها به سمت رفتار محیط‌گرایانه است که آگاهانه به دنبال کاهش اثرات منفی رفتار فرد بر طبیعت می‌باشد. رفتار زیست محیطی به اعمال قابل مشاهده‌ای اشاره دارد که فرد در پاسخ به محیط زیست انجام می‌دهد و شامل احساسات و تمایلات خاص نسبت به محیط است. این رفتارها می‌تواند مثبت و مسئولانه یا منفی و مخالف محیط زیست باشد. در حال حاضر رفتارهای زیست محیطی انسان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر محیط زیست شناخته می‌شود (۴).

شهر ایلام یکی از شهرهای میانی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر با افزایش جمعیت و توسعه فیزیکی شهر با مسایل زیست محیطی متعددی مواجه گشته است. به دلیل موقعیت جغرافیایی خاصی که این شهر دارد، در صورت توجه نکردن به توسعه بی‌رویه شهر و از بین رفتن منابع طبیعی روستاهای حاشیه شهر از جمله روستاهای چالسر، هفت چشمه و بانقلان مسایل زیست محیطی جبران‌ناپذیری به دنبال خواهد داشت. به منظور جلوگیری از این وضعیت شهروندان باید نسبت به محیط زیست شناخت و آگاهی داشته باشند تا بتوانند تفرجگاه‌های جنگلی و آثار تاریخی و فرهنگی متعدد ایلام را از گزند بلاهای طبیعی و آسیب‌های بشری حفظ کنند و چون محقق علاقمند به پژوهش در زمینه رفتارهای زیست محیطی گردشگران این شهر می‌باشد، تصمیم به انجام این تحقیق گرفته تا در آخر نقش و رفتار گردشگران در حفظ و یا تخریب محیط زیست مورد بررسی قرار گیرد؟ بنابراین این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا سرمایه اجتماعی بر رفتارهای زیست محیطی گردشگران ایلام تأثیر دارد؟

مبانی نظری

گردشگر و گردشگری

گردشگری ترجمه واژه توریسم است که واژه‌های فرانسوی است و خود از «تور» گرفته شده است. تور در زبان فرانسوی به معانی محل پیمودن، سیرکردن، گردش نمودن آمده است. واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله انگلیسی اسپورتینگ ماگزین آمد در آن زمان این لغت به معنی مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (۵). بورکات و مدلیک^۱ (۱۹۷۴) پنج مشخصه را برای گردشگری بر می‌شمرند: گردشگری ترکیبی از آثار و روابط است، این آثار و روابط برآمده از جابه‌جایی مردم به مقصدهای مختلف و اقامت در آنهاست که این جا به جایی شامل دو مشخصه پویا (سفر) و ایستا (اقامت) است، سفر و اقامت در محیطی خارج از محیط زندگی و کار صورت می‌گیرد، جا به جایی به مقصدهای مختلف موقت و کوتاه مدت است، دیدار از مقصدها با هدفی غیر از کسب درآمد صورت می‌گیرد (۶).

گردشگر مسافری است که با انگیزه‌های گردشگری به مقصد مسافرت نموده و بیش از یک شب و کمتر از شش ماه در مقصد اقامت نماید، بدون اینکه اشتغال و اقامت دائم در مقصد داشته باشد. همچنین گردشگر فردی است که بیش از یک شب در مکانی اقامت کند و جزء بازدیدکنندگان روزانه نباشد؛ به عبارت دیگر شخصی که به کشور یا شهری غیر از محل زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت یا بیشتر از یک سال نباشد، سفر کند (۷).

گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریزی در این عرصه اهمیت به‌سزایی دارد، چرا که تقاضا و خدمات مورد نیاز گردشگران مختلف یکسان نیست، بر این اساس تاکنون صاحب‌نظران و سازمان‌های بین‌المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته‌بندی‌های متعددی از گردشگری ارائه کرده‌اند (۸). در یک تقسیم‌بندی، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گرا و ماجراجویانه تقسیم شده است که به طور مختصر از آن به عنوان گردشگری ACE^۲ یاد می‌شود (۹).

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به‌طور بالقوه در روابط اجتماعی، گروه‌ها و جامعه وجود دارد. برخی از این ذخایر که گاه از آن‌ها به عنوان ارزش‌های اجتماعی یاد می‌شود، عبارتند از: صداقت، سلامت‌نفس، اعتماد، همبستگی و فداکاری. سرمایه اجتماعی از طریق این منابع کار افراد را در سطوح مختلف خرد، میانی و کلان جامعه آسان، سریع و کم‌هزینه و مطمئن می‌کند و بدین وسیله آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می‌کند (۱۰). پوتنام، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. نظری، اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه، به عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (۱۱). جیمز کلمن سرمایه اجتماعی را بر پایه کارکردهای آن تعریف کرده و بر آن است که سرمایه اجتماعی هنگامی ایجاد می‌شود که روابط میان اشخاص به شیوه‌ای تغییر یابد که کنش را آسان سازد. بنابراین سرمایه اجتماعی در بردارنده ابعاد متفاوت ساختار اجتماعی است که باعث ترویج کنش‌های فردی و جمعی می‌شود (۱۲). سرمایه اجتماعی از نگاه پیر بورديو، منابع واقعی یا بالقوه‌ای هستند که حاصل شبکه‌های بادوام کم و بیش نهادینه شده، آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر عضویت در یک گروه است که هر یک از اعضا خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند (۱۳). کوهن و پرو ساک عنوان می‌کنند سرمایه اجتماعی از پیوندهای مؤثر موجود میان مردم ترکیب یافته است. پیوندهایی که مبتنی بر اعتماد، فهم متقابل، ارزش مشترک و رفتارهایی است که اعضای اجتماعات و شبکه‌های انسانی را به یکدیگر پیوند می‌دهد و عمل همیاری را ممکن می‌سازد (۱۳).

سرمایه اجتماعی در هر یک از سطوح خرد، میانه و کلان اثر خود بر توسعه (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، شهری) را به عنوان

مطلب که حضور گردشگران می‌تواند باعث ایجاد مزیت برای منطقه شود، مهمان‌نوازی ساکنان از گردشگران را افزایش دهند. شبکه‌های اجتماعی محلی هم می‌توانند بصورت افقی و عمودی خود را گسترش دهند. شبکه‌های اجتماعی افقی در خانواده‌ها و شبکه‌های اجتماعی عمودی در سازمان‌ها، مناطق و کشورها به وجود می‌آیند. جامعه‌ای که از شبکه‌های اجتماعی افقی قوی تشکیل شده است از سرمایه اجتماعی لازم برای ایجاد فرصت‌های جدید مانند توسعه گردشگری برخوردار خواهد بود. همچنین جامعه‌ای که دارای شبکه‌های اجتماعی عمودی قوی است، در برابر گردشگری ذهنیتی روشن‌تر و بازتر دارند (۱۶).

رفتار زیست محیطی

برای ترویج و توسعه رفتارهای مطلوب زیست محیطی، در راستای محافظت از منابع طبیعی و محیط زیست، باید نحوه رفتارها و روش زندگی انسان‌ها در طبیعت تغییر یابد (۱۷). در قرن حاضر، رفتارهای زیست محیطی انسان، به عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل بر محیط‌زیست مورد توجه بسیاری از جامعه‌شناسان محیط‌زیستی قرار گرفته است. رفتارهای زیست محیطی ضمن اینکه بر بیشتر مسائل و تهدیدات زیست محیطی تأثیر می‌گذارد و خود نیز از عواملی تأثیر می‌پذیرند (۱۸). عوامل مؤثر بر رفتار محیط زیستی را می‌توان در چهار دسته تقسیم کرد. این چهار دسته عبارتند از: ۱. عوامل انگیزشی (احساس مسئولیت اخلاقی، نگرانی محیط، حساسیت محیط، توانایی کنترل، نگرش محیطی و مانند آن)؛ ۲. عوامل شناختی (دانش و مهارت‌ها)؛ ۳. عوامل جمعیت شناختی (سن، جنس، درآمد، سطح تحصیلات) و ۴. عوامل بیرونی (گروه‌های فشار، فرصت‌هایی برای انتخاب رفتار و مانند این‌ها) (۱۹). رفتارهای محیط‌زیستی معاصر عبارتند از: ذخیره‌ی انرژی، صرفه‌جویی در آب، بازیافت و مدیریت زباله‌ها، مصرف سبز (۱۷)، مصرف گاز (۲۰)، استفاده از وسایل بازیافتی (۲۱)، استفاده از تولیدات دارای استاندارد زیست محیطی (شونده‌ها) (۲۲) و حفاظت از منابع طبیعی (۲۳)، (۲۴).

کنش میان سه نوع سرمایه اجتماعی؛ ساختاری، رابطه‌ای و شناختی اعمال می‌کند:

سرمایه اجتماعی ساختاری: این بعد از سرمایه اجتماعی با سازمان‌های اجتماعی بخصوص نقش‌ها، قواعد، سنن و رویه‌ها مرتبط است، تجلی این بعد به جنبه‌های قابل‌رویت و عینی‌تر سرمایه اجتماعی مانند شبکه‌ها، تشکل‌ها، نهادها، قوانین و تشکیلات شکل گرفته، اطلاق می‌شود. سرمایه اجتماعی ساختاری که بیانگر پیوندهای عینی بین افراد است خود به دو نوع تقسیم می‌شود: پیوندهای غیر رسمی: پیوندهای غیر رسمی شامل روابط دوستانه، نزدیکی در فضاها مانند همسایگی یا مجاورت مکانی در اداره روابط خویشاوندی و... می‌شود. این گونه روابط می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی کمک کند. عضویت رسمی در انجمن‌ها و گروه‌های داوطلبانه (۱۴).

سرمایه اجتماعی رابطه‌ای: منظور از بعد رابطه‌ای پژوهش، روابط انسانی موجود در سازمان است و نشان می‌دهد آیا کارکنان سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر؟ ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) معتقدند که این بعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهد و هویت است (۱۵).

سرمایه اجتماعی شناختی: گاهی از سرمایه اجتماعی شناختی با عنوان سرمایه اجتماعی ذهنی یا درونی نیز یاد می‌شود، این نوع از سرمایه بر ارزش‌ها، اعتماد، گرایش‌ها و عقاید مشترک نظارت دارد و بیشتر امری ذهنی، مفهومی و نامحسوس است. سرمایه اجتماعی شناختی به شناخت افراد نسبت به دیگران مربوط می‌شود. این نوع از سرمایه از طریق شناخت، همکاری و اقدامات جمعی، منافع متقابل را تسهیل می‌کند (۱۴).

سرمایه اجتماعی و گردشگری

سرمایه اجتماعی مثل سرمایه اقتصادی تحت تملک هر فردی نیست. سرمایه اجتماعی در واقع به شبکه‌ها، روابط و مبادلات متقابل مربوط می‌شود. در جوامع مختلف، شبکه‌های شخصی کوچک (که بخشی از سرمایه اجتماعی هستند، همچون خانواده) از برخی جهات بسیار بسته هستند، که این می‌تواند یکی از موانع توسعه گردشگری باشد زیرا مانع از ایجاد دید باز در برابر گردشگران خارجی می‌شود. اما این جوامع می‌توانند با ترویج این

پیشینه پژوهش

پچن^۱ (۲۵) نشان داد که تغییرات در سبک زندگی و اتخاذ سبک زندگی مطلوب باعث رفتارهای زیست محیطی بهتر خواهد شد. دالنیکار و لیش^۲ (۲۶) در تحقیق خود نشان دادند که ۹۲ درصد از پاسخگویان از نظر اخلاقی خود را موظف به رفتار دوستانه از نظر محیط زیستی در خانه می‌دانند، اما میانگین رفتار حامی محیط زیستی آنها در طول مسافرت ۲۵ درصد می‌باشد. یون^۳ و همکاران (۲۷) بیان داشتند که نگرش و کنترل رفتاری درک شده نسبت به تغییرات آب و هوا، اثر منفی بر روی رفتارهای حامی محیط زیست دارد، به علاوه کنترل رفتاری درک شده، اثر مثبت بر روی قصد انجام رفتارهای حامی محیط زیست داشته است. پارک و همکاران^۴ (۲۸) نشان دادند که چهار عامل از سرمایه اجتماعی جامعه محلی در طول فرآیند توسعه گردشگری در اینگونه مناطق مؤثر است که شامل مشارکت، هنجارها، اعتماد و شبکه‌ها می‌باشد. هوانگ^۵ (۲۹) بیان می‌دارد که سرمایه اجتماعی تسهیل‌کننده مشارکت‌های محلی در جهت رونق گردشگری روستایی توسعه گردشگری خانه‌های دوم دارد. مولینا^۶ و همکاران (۳۰) نشان دادند که منابع رسمی و غیررسمی آموزش، جنسیت، انگیزه‌ها و نگرش‌ها بر رفتار طرفدار محیط زیست تأثیر دارد. اوینکا^۷ (۳۱) نشان می‌دهد افرادی که ویژگی‌های شخصیتی خاص و مطلوبی دارند و نیز افرادی که نسبت به ریختن زباله در محیط نگرش نامطلوبی دارند، به مشارکت در رفتارهای زیست محیطی، تمایل بیشتری دارند. لیو و همکاران^۸ (۳۲) نشان دادند که سرمایه اجتماعی به ویژه شناختی به عنوان عامل میانجی در بهبود رفتار زیست محیطی ساکنان عمل می‌کند و منجر به توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد می‌شود. همچنین، سرمایه اجتماعی هم نتیجه و هم محرک توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد است. آکسن و کورانی^۹ (۳۳) در مطالعه خود نشان دادند که نفوذ اجتماعی از طریق لایه‌های مختلف اجتماعی

می‌تواند بر رفتارهای زیست محیطی افراد اثر بگذارد. به عنوان نمونه، آگاهی تحت تأثیر گسترش اطلاعات کارکردی ارتقاء می‌یابد و مصرف‌کنندگان با افزایش آگاهی خود، به ارزیابی فناوری و منافع آن می‌پردازند. کاسکانتته^{۱۰} و همکاران (۳۴) دریافتند که سرمایه اجتماعی یکی از عوامل تأثیرگذار بر رفتار زیست محیطی افراد جامعه است و می‌توان با گسترش انسجام به انجام رفتارها مسئولانه و مثبت نسبت به محیط زیست کمک کرد. لارسون^{۱۱} و همکاران (۳۵) به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی و به خصوص مؤلفه‌ها مشارکت و اعتماد و انسجام تأثیر به سزایی رو رفتارها زیست محیطی دارند. ژانگ و جیا^{۱۲} (۳۶) نشان می‌دهند که گردشگری باید به طور مداوم با مصرف کم کربن در چین حمایت شود که باعث توجه سیاست‌گذاران در سطوح مختلف دولت می‌شود.

خوش‌فر و همکاران (۳۷) نشان داد که تفاوت سرمایه اجتماعی در هر دو روستا از لحاظ آماری معنی‌دار نیست؛ لکن جزئیات نتایج نشان داد که مؤلفه‌های مشارکت اجتماعی رسمی، اعتماد اجتماعی و اعتماد نهادی در روستای سیاورز (دارای خانه‌های دوم)، به طرز معنی‌داری از روستای لیره سر (فاقد خانه دوم) کمتر است. صالحی و امام قلی (۳۸) نشان می‌دهند که با وجود شرایط نامناسب و امکانات محدود زیست محیطی در استان کردستان رفتارهای مسئولانه زیست محیطی افراد مورد مطالعه در حد بالایی بوده است. علاوه بر این، یافته‌ها حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی افراد مورد مطالعه در حد نزدیک به متوسط است. آزمون فرضیه نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست محیطی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی، رفتارهای مسئولانه زیست محیطی نیز مسئولانه می‌شود. در خاتمه، به دلایل احتمالی پائین بودن میزان سرمایه اجتماعی پرداخته شد. محمدی و همکاران (۳۹) نشان دادند که در بعد انسجام وضعیت خانوارهای

- 7- Oluyinka
- 8- Liu et al
- 9- Axsen & Kurani
- 10- Cascante
- 11- Larson
- 12- Zhang and Gao

- 1- Patchen
- 2- Dolnicar and Leisch
- 3- Yoon
- 4- Park et al
- 5- Hwang
- 6- Molina

اجتماعی دارا می‌باشد. جعفری و همکاران (۴۶) در یافته‌ها نشان داد که ارزش درک شده و رضایت گردشگر به طور مستقیم و با واسطه مشارکت گردشگر می‌توانند رفتار مسئولانه زیست محیطی را تحت تأثیر قرار داد. کبیری و کریمزاده (۴۷) نشان دادند که تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر رفتارها و نگرش‌های زیست محیطی در درون کشورها است. در مقابل، برخی بر ناکافی بودن سرمایه اجتماعی در بهبود و ارتقای رفتارها و نگرش‌های زیست محیطی شهروندان تأکید کرده‌اند. در یافته‌های تجربی ناظر بر رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد ۲۲ درصد تغییرات دغدغه زیست محیطی را سرمایه اجتماعی تبیین می‌کند. بر اساس این، می‌توان پیش‌بینی کرد سازه‌های منبعث از نظریه سرمایه اجتماعی همبستگی متوسط دغدغه زیست محیطی داشته و برای تبیین دغدغه زیست محیطی در سطح کلان، توان تبیینی بالایی ندارند.

با توجه به مطالعات محقق موضوع مشابه با موضوع تحقیق یافت نشد و انجام این تحقیق خود می‌تواند نوآوری در این زمینه باشد، اما محقق به بررسی پژوهش‌هایی که نزدیک به موضوع تحقیق بود پرداخت و در زمینه انتخاب شاخص‌ها چون از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی استفاده شده شاخص‌هایی نظیر (سرمایه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) در نظر گرفته شد تا با استخراج اطلاعات از جامعه آماری متفاوت که همان گردشگران شهر ایلام هستند بتوان به نتایج تازه‌ای رسید و در انتها راهکارهای کاربردی در این زمینه ارائه داده شود.

روش انجام پژوهش

پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی از نوع کاربردی است، که در دو بخش به تجزیه و تحلیل پرداخته شده است که بخش اول شامل آمار توصیفی و بخش دوم برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون همبستگی و رگرسیون استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش تمامی گردشگران شهر ایلام می‌باشند که با آماری که سازمان گردشگری این شهر در سال ۹۷ منتشر کرده است بالغ بر ۲۰۴,۲۷۵ نفر بوده است. به دلیل گسترده بودن جامعه آماری این پژوهش با استفاده از فرمول

مورد مطالعه بعد از گسترش گردشگری مذهبی بهبود یافته، اما در ابعاد مشارکت و اعتماد اجتماعی، بعد از گسترش گردشگری مذهبی از سطح آن کاسته شده است. صالحی و همکاران (۴۰) نتایج گویای این است که بین نگرش زیستی با رفتار گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. بین نحوه اقامت در منطقه و رفتارهای زیست محیطی گردشگران رابطه وجود دارد. فتحی و همکاران (۴۱) یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین سبک زندگی و رفتارهای زیست محیطی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. علیقلی‌زاده فیروزجایی و همکاران (۴۲) نشان می‌دهند که میزان رعایت رفتارهای زیست محیطی از سوی گردشگران در نواحی روستایی این منطقه در شرایط مطلوبی قرار دارد و عواملی نظیر میزان آگاهی، میزان ارزش درک شده، تصویر ذهنی از مقصد از سوی گردشگران، دل بستگی مکانی و میزان رضایتمندی از سفر در نواحی روستایی خور و بیابانک از عوامل مؤثر بر میزان رعایت رفتارهای زیست محیطی گردشگران بوده‌اند. یزدانی و شمس (۴) نتایج نشان دادند که بین هر سه مؤلفه سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست محیطی روستاییان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام نیز نشان داد که چهار متغیر سطح تحصیلات، مشارکت اجتماعی، سن و انسجام اجتماعی ۳۷/۷ درصد واریانس سطح رفتارهای حفظ محیط زیستی روستاییان را تبیین می‌کنند. غزالی و همکاران (۴۳) نشان دادند که بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه آن‌ها پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا وجود دارد. صیف و همکاران (۴۴) نشان دادند که بیش‌ترین تأثیر در گردشگران داخلی مربوط به متغیر رفتارهای حافظ محیط زیست و کم‌ترین تأثیر مربوط به متغیر انتساب مسوولیت است. همچنین بیش‌ترین تأثیر در گردشگران خارجی مربوط به متغیر رفتارهای حافظ محیط زیست و کم‌ترین آن مربوط به متغیر انتساب مسوولیت بر رفتارهای حفاظتی محیط زیست می‌باشد. چراغی و همکاران (۴۵) نشان می‌دهند که وضعیت سرمایه اجتماعی روستاهای مورد مطالعه جهت جذب گردشگر در وضعیت مطلوبی قرار داشته و شاخص مشارکت اجتماعی بیشترین همبستگی را با سرمایه

همین اساس برای مطمئن شدن از روایی بودن پرسشنامه و معرفه‌های انتخاب شده جهت تحلیل و ارزیابی نقش سرمایه‌های اجتماعی در رفتارهای زیست‌محیطی از نظر استاد راهنما و در نهایت پرسشنامه نگارنده و مؤلفه‌ها متناسب با موضوع پژوهش شناخته شده و مورد پژوهش قرار گرفت و از ایشان در مورد هر سؤال و توانایی آن سؤال در خصوص ارزیابی هدف مربوطه نظر خواهی شد و با نظر ایشان اطلاعات جزئی در پرسشنامه صورت گرفت و در نهایت پرسشنامه توسط استاد راهنما مورد تأیید قرار گرفت. برای آزمون پایای روش‌های متفاوتی وجود دارد در پژوهش حاضر با کمک نرم‌افزار SPSS پایایی متغیر اصلی پژوهش محاسبه شد که نتیجه آن در جدول (۱) آمده است. مقدار مطلوب ضریب آلفای کرونباخ (اعتماد یا پایایی پرسشنامه) برای پایا قلمداد کردن یک ابزار، حداقل ۶۰ درصد می‌باشد.

گوکران ۳۸۴ نفر از جامعه آماری مورد نظر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد که به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)d^2 + z^2pq} = \frac{204275 \times 1/96^2 \times 0.5 \times 0.5}{204275 \times 0.5^2 + 1/96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 384$$

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه‌ای، کتابخانه‌ای و اسنادی می‌باشد. در روش کتابخانه‌ای با استفاده از مقالات، کتاب، طرح‌های تحقیقی و سایت‌های علمی اینترنتی و ... به گردآوری اطلاعات پرداخته شده است و در روش میدانی با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال ۱۹۹۸ و رفتارهای زیست‌محیطی امامقلی ۱۳۹۰ جمع‌آوری شده است. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه از نظر کارشناسان و متخصصان استفاده شده است. بر

جدول ۱- میزان ضریب آلفای کرونباخ

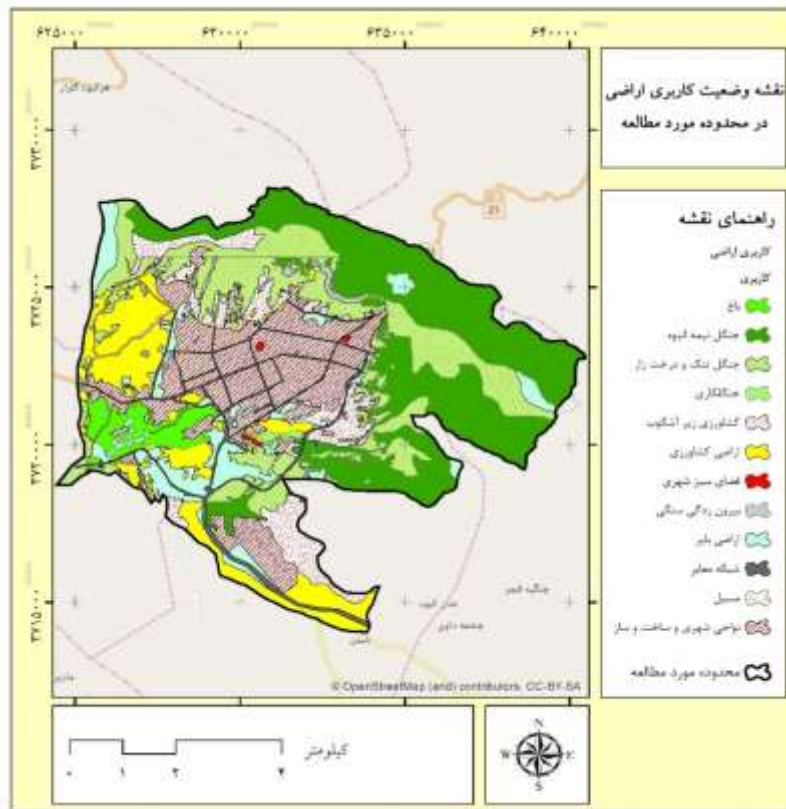
Table 1. Cronbach's alpha coefficient

متغیر	مؤلفه‌ها	تعداد آیتم	مقدار آلفا
سرمایه اجتماعی	۳	۴۶	۰/۸۴۹
رفتار زیست‌محیطی	۶	۲۸	۰/۸۱۷
کل پرسشنامه		۶۰	۰/۸۸۶

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر ایلام مرکز استان ایلام از نظر موقعیت جغرافیایی در ۴۶ درجه و ۲۶ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه عرض شمالی واقع شده است و از نظر موقعیت جغرافیایی در غرب کشور قرار دارد. ارتفاع این شهر از سطح دریا ۱۳۶۳ متر است، این شهر در دره ایی کوهستانی و در دامنه جنوبی کبیر کوه از سلسه جبال زاگرس واقع شده است (۴۹). شهر ایلام براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای جمعیتی معادل ۱۹۹۸۶۱ نفر می‌باشد که از این تعداد ۱۰۱۱۸۷ نفر مرد و تعداد ۹۸۶۷۴ نفر زن هستند (۴۹).

همانطور که از خروجی جدول (۱) مشاهده می‌شود میزان ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده ۰/۸۸ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی درونی بالای سوالات می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. در بخش توصیفی با استفاده از آماره‌های فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد، و... به توصیف نمونه و داده‌ها پرداخته شده و در بخش استنباطی با استفاده از آزمون‌های استنباطی متناسب با نوع داده‌ها (همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام و ساده) در نرم‌افزار SPSS به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است.



شکل ۲- محدوده شهر ایلام و موقعیت آن در نقشه

Figure 2. Ilam city area and its location on the map

تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

مشخصات گردشگران

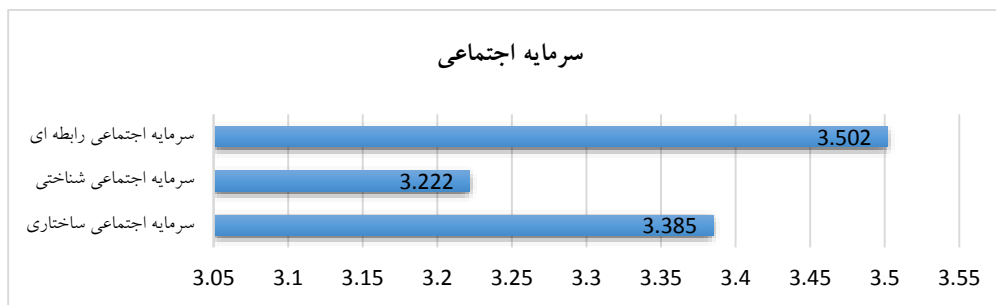
همانطور که در جدول (۲) مشاهده می شود اکثریت کارشناسان بین ۲۶ تا ۳۵ سال سن دارند. تعداد ۲۰۱ نفر از پاسخگویان مرد و ۱۸۳ نفر زن هستند و اکثر آنها دارای مدرک لیسانس هستند.

جدول ۲- توزیع فراوانی مشخصات گردشگران

Table 2. Frequency Distribution of Tourist Characteristics

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
سن	۲۰ سال و کمتر	۷	۱/۸	تحصیلات	۲۰۱
	۲۱-۳۰ سال	۱۰۰	۲۶/۰	دیپلم و زیر دیپلم	۱۸۳
	۳۱-۴۰ سال	۱۶۸	۴۳/۸	فوق دیپلم	فراوانی
	۴۱-۵۰	۸۳	۲۱/۶	لیسانس	۱۰۵
	۵۰ سال به بالا	۲۶	۶/۷	فوق لیسانس	۹۷
	مرد	۲۰۱	۵۲/۳	دکتر	۱۰۱
جنسیت	زن	۱۸۳	۴۷/۷		

در تحقیق حاضر، برای توصیف متغیرهای مستقل و وابسته بر حسب ضرورت از مشخصه‌های آماری میانگین و انحراف استاندارد استفاده شده است.

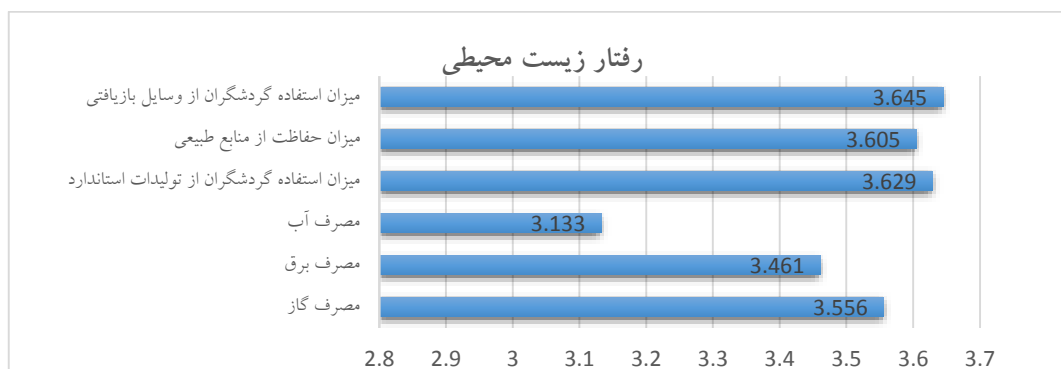


شکل ۳- میانگین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی گردشگران شهر ایلام

Figure 3. Average components of social capital of Ilam city tourists

کرد که مؤلفه «سرمایه شناختی (میانگین ۳/۲۲۲)» کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است، و مؤلفه «سرمایه رابطه‌ای (میانگین ۳/۵۰۲)» بیش‌ترین میانگین را داراست.

شکل (۳) نشان می‌دهد، پاسخ‌ها در مقوله سرمایه اجتماعی در حد بالا است. به عبارت دیگر، در حدود سه چهارم از پاسخ‌گویان به میزان بالایی از سرمایه اجتماعی برخوردارند. از میانگین به دست آمده برای مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌توان استنباط



شکل ۴- میانگین مؤلفه‌های رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران شهر ایلام

Figure 4. Average components of environmental behavior of Ilam city tourists

تحلیل فرضیه‌ها

در این بخش با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون ابتدا به بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته پرداخته شده است و سپس با استفاده از آزمون رگرسیون وجود این رابطه و میزان تأثیر آن‌ها سنجش می‌شود.

مطابق با جدول (۳) بین دو متغیر سرمایه ساختاری و رفتار زیست‌محیطی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری ($Sig=0/051$) برابر با ۵ در صد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۱۰۰ شده است که همبستگی ضعیفی را

شکل (۴) نشان می‌دهد، پاسخ‌ها در مقوله رفتارهای زیست‌محیطی در حد بالا است. به عبارت دیگر، در حدود سه چهارم از پاسخ‌گویان به میزان بالایی رفتار زیست‌محیطی از خود نشان می‌دهند. از میانگین به دست آمده برای مؤلفه‌های رفتارهای زیست‌محیطی می‌توان استنباط کرد که مؤلفه «صرفه‌جویی در مصرف آب (میانگین ۳/۱۳۳)» کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است، و مؤلفه «میزان استفاده گردشگران از وسایل بازیافتی (میانگین ۳/۶۴۵)» بیش‌ترین میانگین را داراست.

همبستگی برابر با ۰/۳۵۷ شده است که همبستگی ضعیفی را نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و رفتار زیست محیطی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) کمتر از ۵ درصد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۳۳۱ شده است که همبستگی ضعیفی را نشان می‌دهد.

نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه رابطه‌ای و رفتار زیست محیطی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) کمتر از ۵ درصد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۲۶۴ شده است که همبستگی ضعیفی را نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه شناختی و رفتار زیست محیطی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) کمتر از ۵ درصد خطا و ضریب

جدول ۳- بررسی رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و رفتار زیست محیطی گردشگران

Table 3. Investigating the Relationship between the Components of Social Capital and the Environmental Behavior of Tourists

رفتار زیست محیطی گردشگران	ضرایب و سطح معناداری	متغیر وابسته / متغیر مستقل
۰/۱۰۰	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه ساختاری
۰/۰۵۱	سطح معناداری (Sig)	
۰/۲۶۴	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه رابطه‌ای
۰/۰۰۰	سطح معناداری (Sig)	
۰/۳۵۷	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه شناختی
۰/۰۰۰	سطح معناداری (Sig)	
۰/۳۳۱	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معناداری (Sig)	

مستقل را در حدود ۱۶ درصد در سطح نمونه بیان می‌کند و ستون بعدی اهمیت آن‌ها را در سطح کل جمعیت آماری بیان می‌کند. ۱۶ درصد تغییرات متغیر «رفتارهای زیست محیطی» در سطح نمونه و نزدیک به ۱۶ درصد تغییرات متغیر «رفتار زیست محیطی» در سطح جمعیت اصلی توسط تغییرات متغیرهای مستقل سرمایه شناختی و رابطه‌ای تبیین می‌شود.

چنانچه در جدول تحلیل مسیر (۴) قابل مشاهده است، در یک تحلیل چندمتغیره که در آن مجموعه‌ای از عوامل دخیل هستند، متغیر رفتار زیست محیطی گردشگران را به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیونی کرده و متغیرهای سرمایه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شدند. در ستون R؛ ۰/۴۰۴ نشان‌دهنده اهمیت متغیرهای مستقل وارد شده است. ستون R² اهمیت متغیرهای

جدول ۴- خلاصه مدل

Table 4. Model Summary

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R ²	R	مدل
۰/۳۶۸	۰/۱۵۷	۰/۱۶۳	۰/۴۰۴	۱

زیست‌محیطی) داشته است. به عبارت بهتر، با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سرمایه شناختی، متغیر رفتار زیست‌محیطی به مقدار ۳۱ درصد انحراف استاندارد افزایش می‌یابد.

متغیر سرمایه شناختی با ضریب بتای ۰/۳۱۴ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ ($\text{Sig}=0.000$) و نیز مقدار $t(6/511)$ ، از بین تمامی متغیرهای مستقل بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته (رفتار

جدول ۵- جدول ضرایب در خصوص اهمیت متغیرها

Table 5. Table of coefficients on the significance of variables

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		بتا (Beta)	خطای معیار	B	
۰/۰۰۰	۱۲/۲۸۰		۰/۱۷۷	۲/۱۷۱	(Constant)
۰/۶۷۳	۰/۴۲۲	۰/۰۲۱	۰/۰۳۴	۰/۰۱۴	سرمایه ساختاری
۰/۰۰۰	۳/۶۶۱	۰/۱۸۶	۰/۰۴۴	۰/۱۶۲	سرمایه رابطه‌ای
۰/۰۰۰	۶/۵۱۱	۰/۳۱۴	۰/۰۳۴	۰/۲۲۱	سرمایه شناختی

رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.000$) کمتر از ۵ درصد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۲۷۳ شده است که همبستگی ضعیفی را نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و استفاده از تولیدات استاندارد توسط گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد چرا که مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.690$) بیشتر از ۵ درصد خطاست. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و حفاظت از منابع طبیعی توسط گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد چرا که مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.617$) بیشتر از ۵ درصد خطاست. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و استفاده از وسایل بازیافتی توسط گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد چرا که مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.560$) بیشتر از ۵ درصد خطاست.

متغیر وابسته: رفتار زیست‌محیطی

بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های رفتارهای محیط زیستی توسط گردشگران مطابق با جدول (۶) بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و صرفه‌جویی در مصرف گاز توسط گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.000$) برابر با ۵ درصد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۲۵ شده است که همبستگی متوسطی را نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و صرفه‌جویی در مصرف برق توسط گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. مقدار سطح معناداری ($\text{Sig}=0.000$) کمتر از ۵ درصد خطا و ضریب همبستگی برابر با ۰/۳۴۴ شده است که همبستگی ضعیفی را نشان می‌دهد. بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و صرفه‌جویی در مصرف آب توسط گردشگران

جدول ۶- بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتارهای محیط زیستی توسط گردشگران

Table 6. Study of the relationship between social capital and environmental behavior by tourists

استفاده از وسایل بازیافتی	حفاظت از منابع طبیعی	استفاده از تولیدات استاندارد	صرفه جویی در مصرف آب	صرفه جویی در مصرف برق	صرفه جویی در مصرف گاز	ضرایب و سطح معناداری	متغیر وابسته
							متغیر مستقل
							سرمایه اجتماعی
۰/۰۳۰	۰/۰۲۶	-۰/۰۲۰	۰/۲۷۳	۰/۳۴۴	۰/۴۲۵	ضریب	
۰/۵۶۰	۰/۶۱۷	۰/۶۹۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	(Sig)	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	فراوانی	

انحراف استاندارد در متغیر سرمایه اجتماعی، متغیر صرفه جویی در مصرف گاز توسط گردشگران به مقدار ۴۲ درصد انحراف استاندارد افزایش می یابد.

در تحلیل رگرسیون متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب بتای ۰/۴۲۵ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ (Sig = ۰۰۰) و نیز مقدار t (۹/۱۶۳)، بر متغیر وابسته (صرفه جویی در مصرف گاز توسط گردشگران) تأثیر داشته است. به عبارت بهتر، با افزایش یک

جدول ۷- محاسبه ضرایب بتا

Table 7. Calculating Beta Coefficients

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		بتا (Beta)	خطای معیار	B	
۰/۰۳۳	۲/۱۳۹		۰/۳۱۶	۰/۶۷۶	(Constant)
۰/۰۰۰	۹/۱۶۳	۰/۴۲۵	۰/۰۹۳	۰/۸۵۰	سرمایه اجتماعی

داشته است. به عبارت بهتر، با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سرمایه اجتماعی، متغیر صرفه جویی در مصرف برق توسط گردشگران به مقدار ۳۴ درصد انحراف استاندارد افزایش می یابد.

متغیر وابسته: صرفه جویی در مصرف گاز توسط گردشگران متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب بتای ۰/۳۴۴ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ (Sig = ۰۰۰) و نیز مقدار t (۷/۱۵۵)، بر متغیر وابسته (صرفه جویی در مصرف برق توسط گردشگران) تأثیر

جدول ۸- محاسبه ضرایب بتا

Table 8. Calculating Beta Coefficients

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		بتا (Beta)	خطای معیار	B	
۰/۰۹۸	۱/۶۶۱		۰/۳۹۵	۰/۶۵۵	(Constant)
۰/۰۰۰	۷/۱۵۵	۰/۳۴۴	۰/۱۱۶	۰/۸۲۹	سرمایه اجتماعی

متغیر وابسته: صرفه‌جویی در مصرف برق توسط گردشگران
متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب بتای ۰/۲۷۳ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ (Sig = ۰۰۰) و نیز مقدار t (۵/۵۴۱)، بر متغیر وابسته (صرفه‌جویی در مصرف آب توسط گردشگران) تأثیر

داشته است. به عبارت بهتر، با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سرمایه اجتماعی، متغیر صرفه‌جویی در مصرف آب توسط گردشگران به مقدار ۲۷ درصد انحراف استاندارد افزایش می‌یابد.

جدول ۹- محاسبه ضرایب بتا

Table 9. Calculating Beta Coefficients

Sig	t	ضرایب استاندارد		مدل
		ضرایب استاندارد (Beta)	خطای معیار B	
۰/۰۰۹	۲/۶۴۳		۰/۳۸۴	۱/۰۱۶ (Constant)
۰/۰۰۰	۵/۵۴۱	۰/۲۷۳	۰/۱۱۳	سرمایه اجتماعی

متغیر وابسته: صرفه‌جویی در مصرف آب توسط گردشگران
حال با توجه به تأثیرگذار بودن سرمایه اجتماعی بر سه مؤلفه رفتار زیست‌محیطی (صرفه‌جویی در مصرف گاز، آب و برق توسط گردشگران) می‌توان بیان کرد که سرمایه اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۴۲۵ بیشترین تأثیر را بر صرفه‌جویی در مصرف گاز توسط گردشگران داشته است و کمترین تأثیر با ضریب ۰/۲۷۳ را بر صرفه‌جویی در مصرف آب توسط گردشگران داشته است.

گردشگران دارای میانگینی بالاتر از حد متوسط است. به عبارتی می‌توان گفت که میزان سرمایه‌های اجتماعی در بین گردشگران شهر ایلام بالا بود. همچنین، گردشگران رفتارهای زیست‌محیطی بهتری را از خود نشان داده‌اند.

یکی دیگر از نتایج این پژوهش وجود رابطه بین سرمایه‌های اجتماعی و رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران بود. نتایج این فر ضیه با پژوهش لیو و همکاران (۲۰۱۴) و لار سون و همکاران (۲۰۱۵) مبتنی بر رابطه سرمایه اجتماعی در بهبود رفتار زیست‌محیطی ساکنان مطابقت دارد. همچنین اسکانته و همکاران (۲۰۱۵) معتقدند که سرمایه اجتماعی یکی از عوامل تأثیرگذار بر رفتار زیست‌محیطی افراد جامعه است و می‌توان با گسترش از سجام به انجام رفتارها مسئولانه و مثبت نسبت به محیط زیست کمک کرد که نتایج این پژوهش نیز با فرضیه حاضر مطابقت دارد. نتایج پژوهش صالحی و امام‌قلی (۱۳۹۱)، کبیری و کریم‌زاده (۱۳۹۶) مبتنی بر رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست‌محیطی با پژوهش حاضر مطابقت دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی، رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی نیز مسئولانه می‌شود. غزانی و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند که بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه آن‌ها پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، نتایج تحقیق ایشان با نتیجه فرضیه حاضر هم‌راستا می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه با توجه به افزایش سفرها و تمایل افراد به گردشگری گشت و گذار در طبیعت نگرانی‌ها برای حفظ طبیعت و حفاظت از منابع طبیعی نیز افزایش یافته است. دغدغه تمامی دوستداران محیط زیست این است که چگونه می‌توان از منابع طبیعی به نحو صحیح استفاده و از آنها برای نسل‌های آتی مواظبت کرد. یکی از عواملی که بر حفظ محیط زیست و بروز رفتارهای زیست‌محیطی می‌تواند تأثیرگذار باشد سرمایه‌های اجتماعی است که اخیراً مطالعات بسیاری در این باره صورت گرفته است. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌های اجتماعی بر رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران شهر ایلام با روش توصیفی - همبستگی انجام شده است.

نتایج بررسی داده‌ها در زمینه میزان سرمایه‌های اجتماعی گردشگران و رفتارهای زیست‌محیطی آنها حاکی از آن داشت که میزان سرمایه‌های اجتماعی و رفتارهای زیست‌محیطی

و وضعیت مطلوبی قرار داشته و شاخص مشارکت اجتماعی که یکی از مؤلفه‌های سرمایه ساختاری است بیشترین همبستگی را با سرمایه اجتماعی دارا می‌باشد. نتایج پژوهش حاضر در راستای پژوهش ایشان می‌باشد. جعفری و همکاران (۱۳۹۶) رضایت و مشارکت گردشگر را که از مؤلفه‌های سرمایه ساختاری محسوب می‌شوند بر رفتار مسئولانه زیست محیطی تأثیرگذار دانستند. این نتیجه با پژوهش حاضر مطابقت دارد. نتایج این فرضیه با پژوهش دالنیکار و لیش (۲۰۰۸) به لحاظ احساس مسئولیت افراد در ارتباط با رفتار دوستانه با محیط زیست همسو می‌باشد. نتایج این فرضیه با پژوهش پچن (۲۰۰۶) به لحاظ رابطه تغییرات در سبک زندگی و اتخاذ سبک زندگی مطلوب و رفتارهای زیست محیطی بهتر همسو می‌باشد. اما با پژوهش فتحی و همکاران (۱۳۹۴) به علت عدم ارتباط بین سبک زندگی و رفتارهای زیست محیطی رابطه‌ی معناداری وجود مطابقت ندارد.

یون و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند که نگرش و کنترل رفتاری درک شده نسبت به تغییرات آب و هوا، اثر منفی بر روی رفتارهای حامی محیط زیست دارد و کنترل رفتاری درک شده، اثر مثبت بر روی قصد انجام رفتارهای حامی محیط زیست داشته است این نتیجه با نتیجه فرضیه حاضر هم‌راستا می‌باشد. مولینا و همکاران (۲۰۱۳) انگیزه‌ها و نگرش افراد را بر رفتار زیست محیطی تأثیرگذار دانستند که با پژوهش حاضر هم‌سو است. چرا که نگرش‌ها و انگیزه‌ها نوعی از سرمایه‌های شناختی هستند.

گردشگران با داشتن آگاهی و شناخت در مورد فرهنگ و آداب و رسوم پیشینیان و هویت خود می‌توانند اشتراکات فرهنگی فراوانی را در خود بازیابی نمایند و با اتکا به فرهنگ سنتی خود در حفظ و نگهداری محیط زیست کوشا باشند. پیشینیان ما همواره برای طبیعت و حفظ آن اهمیت زیادی قائل بوده‌اند و آداب و اصول خاصی را به‌منظور حفظ آن رعایت می‌کردند. بنابراین، رفتار زیست محیطی بستگی به سرمایه شناختی دارد، یعنی با افزایش شناخت و آگاهی در مورد فرهنگ و سنت اجتماعی، رفتارها نسبت به محیط زیست مسئولانه می‌شود.

به عبارتی با بالا رفتن میزان اعتماد، انسجام، مشارکت، تعهدات، احساس هویت، و... توجه به محیط زیست و حفظ آن افزایش می‌یابد. به عبارتی، بالا رفتن اعتماد اجتماعی در بین شهروندان، دغدغه و نگرانی نسبت به مسائل زیست محیطی - که هر دو به لحاظ مفهومی بار ذهنی دارند- را در سطح پایین نگه می‌دارد؛ یعنی شهروندان با اطمینان از رفتار هم‌نوعان خود در جامعه، در خصوص حفظ محیط زیست و رعایت مسائل زیست محیطی، دغدغه و نگرانی کمتری نسبت به مسائل زیست محیطی خواهند داشت. با افزایش میزان مشارکت اجتماعی در بین شهروندان، مشارکت در حوزه مسائل محیط زیست هم افزایش می‌یابد که با افزایش میزان مشارکت مدنی که جنبه عینی و رفتاری و بار مثبتی دارد، از میزان دغدغه زیست محیطی که بعد ذهنی و بار منفی دارد، کاهش می‌یابد.

بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و رفتارهای زیست محیطی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج این فرضیه با پژوهش‌های پچن (۲۰۰۶)، دالنیکار و لیش (۲۰۰۸)، یون و همکاران (۲۰۱۰)، مولینا و همکاران (۲۰۱۳)، اوینکا (۲۰۱۳)، لیو و همکاران (۲۰۱۴)، آکسن و کورانی (۲۰۱۴) و لارسون و همکاران (۲۰۱۵) به لحاظ بیان رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با رفتارهای زیست محیطی افراد همسو می‌باشد. همچنین نتایج این فرضیه با پژوهش‌های یزدانی و شمس (۱۳۹۵)، جعفری و همکاران (۱۳۹۶) و کبیری و کریم‌زاده (۱۳۹۶) به علت تبیین رفتارهای زیست محیطی توسط سرمایه‌های اجتماعی همسو است.

علاوه بر این نتایج، از بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، مؤلفه سرمایه شناختی بیشترین رابطه را با رفتار زیست محیطی داشت و سرمایه ساختاری کمترین رابطه را با رفتارهای زیست محیطی داشت. آکسن و کورانی (۲۰۱۴) در مطالعه خود نشان دادند که نفوذ اجتماعی از طریق لایه‌های مختلف اجتماعی می‌تواند بر رفتارهای زیست محیطی افراد اثر بگذارد که این نتیجه با نتایج فرضیه حاضر هم‌راستا می‌باشد. همچنین چراغی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که وضعیت سرمایه اجتماعی روستاهای مورد مطالعه جهت جذب گردشگر در

نتایج پژوهش لیو و همکاران (۲۰۱۴) نشان داد سرمایه اجتماعی به ویژه شناختی به عنوان عامل میانجی در بهبود رفتار زیست‌محیطی ساکنان عمل می‌کند و منجر به توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد می‌شود که با نتایج این پژوهش مطابقت دارد. آکسن و کورانی (۲۰۱۴) در مطالعه خود نشان دادند که نفوذ اجتماعی از طریق لایه‌های مختلف اجتماعی می‌تواند بر رفتارهای زیست‌محیطی افراد اثر بگذارد. به عنوان نمونه، آگاهی تحت تأثیر گسترش اطلاعات کارکردی ارتقاء می‌یابد و مصرف‌کنندگان با افزایش آگاهی خود، به ارزیابی فناوری و منافع آن می‌پردازند. با این آگاهی، نگرش‌ها و رفتار افراد به عنوان سرمایه شناختی در محیط زیست و نسبت به محیط زیست شکل می‌گیرد. بنابراین این نتیجه نیز با پژوهش حاضر هم‌راستا می‌باشد. علیقلی‌زاده فیروزجایی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که میزان رعایت رفتارهای زیست‌محیطی از سوی گردشگران در نواحی روستایی این منطقه در شرایط مطلوبی قرار دارد و عواملی نظیر میزان آگاهی، میزان ارزش درک شده، تصویر ذهنی از مقصد از سوی گردشگران، دلبستگی مکانی و میزان رضایتمندی از سفر در نواحی روستایی خور و بیابانک از عوامل مؤثر بر میزان رعایت رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران بوده‌اند. بنابراین آگاهی و ادراک گردشگران به عنوان سرمایه شناختی در رفتار زیست‌محیطی گردشگران تأثیرگذار است و با نتایج این پژوهش هم‌راستا می‌باشد.

از دیگر مؤلفه‌های مؤثر بر رفتارهای زیست‌محیطی سرمایه رابطه‌ای است. اوینکا (۲۰۱۳) معتقد است افرادی که ویژگی‌های شخصیتی خاص و مطلوبی دارند و نیز افرادی که نسبت به ریختن زباله در محیط نگرش نامطلوبی دارند، به مشارکت در رفتارهای زیست‌محیطی، تمایل بیشتری دارند. بنابراین با نتایج این فرضیه هم‌راستا می‌باشد. این سرمایه که شامل اعتماد، هنجار، تعهدات و احساس هویت است می‌تواند در بروز رفتارهای افراد تأثیرگذار باشد. هنجارهای اجتماعی با شکل دادن یک تصور اخلاق مدارانه از رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی، می‌تواند یک راه حل برای کاهش مشکلات زیست‌محیطی باشد. به‌ویژه، هنجارهای اجتماعی برای انتقال یک مفهوم کلی رفتار مسئولانه زیست‌محیطی برای ایجاد شرایط مناسب زندگی در

طبیعت، با طبیعت و برای طبیعت کارآمد است. هنجارهای اجتماعی می‌تواند یک سری رفتارهای عقلانی را (شامل احساس وظیفه نسبت به محیط زیست یا احترام برای محیط زیست یا...) به فرد تحمیل کند. اعتماد اجتماعی در کانال اطلاعات، نقش مهمی در رفتارهای زیست‌محیطی دارد. اعتماد به‌سازمان‌های ارائه دهنده اطلاعات باعث آگاهی از مسئله زیست‌محیطی و درک درست سیاست‌های علمی و عمومی زیست‌محیطی می‌شود و یکی از پیش‌نیازهای مشارکت در سیاست‌های و برنامه‌های زیست‌محیطی است. شبکه‌های اجتماعی توسط الگوی تعامل اجتماعی شکل می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی نقش اصلی را در شکل سرمایه اجتماعی به‌عنوان منابع و مکانیسم ایجاد و تبادل هماهنگی و همکاری افراد، بازی می‌کنند. به‌طور کلی، منابع سرمایه اجتماعی، تعامل افراد و گروه‌های مختلف را در شناسایی رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی تسهیل می‌کند. از دیگر نتایج این پژوهش، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های رفتارهای زیست‌محیطی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی با صرفه‌جویی در مصرف گاز توسط گردشگران بیشترین رابطه را داشت و سرمایه اجتماعی با صرفه‌جویی در مصرف آب کمترین رابطه را داشت. اما بین سرمایه اجتماعی با استفاده از تولیدات دارای استاندارد زیست‌محیطی، حفاظت از منابع طبیعی و استفاده از وسایل بازیافتی رابطه‌ای یافت نشد.

می‌توان چنین استنباط کرد که سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های زیست‌محیطی در حد متوسطی تأثیرگذار بوده است و تا حدودی مانع مصرف بی‌رویه گاز، برق و آب توسط گردشگران شده است. اما عدم وجود ارتباط بین استفاده از تولیدات دارای استاندارد زیست‌محیطی، حفاظت از منابع طبیعی و استفاده از وسایل بازیافتی از جمله نتایجی است که نیاز به بحث و بررسی بیشتری دارد. در فرهنگ کشور ما به‌طور اصولی و پایه‌ای فرهنگ استفاده از تولیدات استاندارد و وسایل بازیافتی نهادینه نشده است و بازیافت و ساخت وسایل اصولی و استاندارد به‌طور دقیق پیگیری نمی‌شود. همچنین حفاظت از محیط زیست اصلی است که آموزش آن بایستی در سال‌های اولیه زندگی اجتماعی فرد مورد توجه قرار گیرد تا به عنوان اصلی اجتماعی مورد پذیرش اجتماع محلی و گردشگران قرار گیرد.

پیشنهادها

References

1. Varharami, V. and Hamedinasab, M. The impact of culture on economic growth and tourism. *Quarterly Journal of Heritage and Tourism*, 2017, 5: 139-166.
2. Eftekhari, A.R. *Rural Development Management (2nd Ed.)*. Tehran: SAMT Publications, 2014.
3. Khamr, G.A., Esmailzadeh Kavaki, A., and Baratpour, A. Assessing the apatial distribution of social capital at urban level using Topsis technique. *Geographical Studies of Dry Areas*, 2011, 1(4): 95-110.
4. Yazdani, H. and Shams, A. The impact of social capital on environmental behavior of villagers in Marivan. *Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 2016, 4(4): 75-85.
5. Mahallati, S. *Sociology of tourism and travel*. Author: Rubber Lankvar, Tehran: Shahid Beheshti University, 2001.
6. Ziayi, M. and Torab Ahmadi, M. *Understanding the tourism industry*. Tehran: Social Science Publications, 2013.
7. Rahnama, M.T. *Comprehensive studies of Ardabil province*, 2002.
8. Kazemi, M. *Tourism management*. Tehran: SAMT publications, 2006.
9. Oladi Qadiklaee, J. *An introduction to nature*. Author: David Anthony Fenell, Mazandaran: University of Mazandaran, 2003.
10. Bhandari, R. B. Social capital in disaster risk management; a case study of social capital mobilization following the 1934 Kathmandu Valley earthquake in Nepal. *Disaster Prevention and Management*, 2014, 23(4), 314–328.

- سرمایه اجتماعی یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر رفتارهای فردی افراد جامعه به شمار می‌رود که توجه ویژه به آن در اجتماع محلی و گردشگران را می‌طلبد.

- فعالیت‌ها، تورها، گردش‌های طبیعت‌گردی در شهر ایلام باید به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که به سرمایه اجتماعی بیشتر توجه شود. بدین شکل که بخشی از اهداف از اجرای این طرح‌ها مختص به‌بالا بردن سرمایه اجتماعی باشد که نه تنها در زمینه رفتارهای مناسب زیست محیطی پیشرفت حاصل می‌شود، بلکه در زمینه‌های دیگر ما شاهد کاهش مسائل و مشکلات موجود در طبیعت حومه شهر ایلام نیز خواهیم بود.

- چنانچه نتایج نشان داد سرمایه شناختی بیشترین تأثیر را در رفتارهای زیست‌محیطی داشته است، بنابراین پیشنهاد می‌شود تقویت فرهنگ محلی، ملی و منطقه‌ای به صورت برگزاری جشنواره‌ها، همایش‌ها، طرح‌ها و برنامه‌های جذاب در دستور کار قرار گیرد. چرا که با بازیابی فرهنگ و سنت پیشینیان نه تنها افراد در مورد هویت خود شناخت پیدا می‌کنند بلکه سعی در قدم گذاشتن در مسیر آنها یعنی حفظ طبیعت خواهند گذاشت.

- با افزایش تعاملات، ایجاد شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی به صورت سازمان‌های مردم‌نهاد، شبکه‌ها و کانال‌های دوستدار طبیعت می‌توان گردشگران را به عضویت در این شبکه‌ها ترغیب کرد و آنها را با اصول حفظ طبیعت و رفتارهای زیست‌محیطی آشنا کرد.

- تهیه کتابچه‌ها، بروشورها، سی‌دی‌ها و کلیپ‌های آموزشی می‌تواند گردشگران را به استفاده از تولیدات محلی استاندارد و وسایل بازیافتی ترغیب نمود.

- یکی دیگر از راهکارهایی که از طریق آن می‌توان سرمایه اجتماعی و بروز رفتارهای زیست‌محیطی را در گردشگران بالا برد افزایش حس اعتماد و تعهد در بین آنهاست. چنانچه میزان اعتماد گردشگران به افراد اجتماع محلی و سایر اجتماعات بالا باشد مشارکت اجتماعی آنها از جمله حفظ محیط زیست و تعهد آنها نسبت به حفظ طبیعت نیز بیشتر خواهد بود.

19. Salehi, S. and Emamgholi, L. Experimental investigation of the relationship between environmental awareness and behaviors (study of urban and rural areas of Sanandaj). *Iranian Journal of Social Issues*, 2012, 3(1), 121-148.
20. Motaghi, A. and Hemmati Gooye, Z. Tourism and environment: investigating opportunities, concerns, and environmental behavior among tourists in Bushehr City. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2012, 1(3): 155-168.
21. Bakhtiari, S., Yazdani, M., and Mohammadi, P. Investigation and analysis of natural gas consumption in household and commercial sectors. *International Conference on Oil, Gas, Petrochemical and Power Plants, Non-Governmental Organizations and Centers*, Vesta Research Educational Cooperative, 2012, 1: 1-11.
22. Papoli Yazdi, M.H. and Vosoughi, F. Organizing solid waste recycling industries in Mashhad: the necessity of establishing a recycling town. *Geography and Development*, 2014, 2(3): 147-166.
23. Mollakarami, Sh. And Khodadian, M. Detergents and the environment. EPA website, 2017.
24. Zare Chahuki, M.A. and Sanaiee, A. Payment for ecosystem services, an economic tool for the conservation of natural resources. *Journal of Strategic Research in Agricultural Sciences and Natural Resources*, 2018, 3(2): 123-134.
25. Najafi, F. 8 ways to conserve natural resources. Economic section of Iran Online site, 2015.
11. Hosnavi, R. and Ramezan, M. Intellectual capital of the organization (1st Ed.). Tehran: Ati Negar Publications, 2012.
12. Riahi, M.E. How social capital affects citizens' physical and mental health. *Political and Economic Quarterly*, 2011, 286.
13. Tajbakhsh, K. Social capital, trust, democracy and development. Translated by Afshin Khakbaz and Hassan Pouyan, Tehran: Shiraze Publishing, 2007.
14. Cohen, D. & Prusak, I. In good company – how Social capital makes organization work, Harvard Business school press, Boston, Massachusetts, 2001.
15. Navabakhsh, M. and Faeghi, Sr. An introduction to social capital with an urban sociology approach (1st Ed.). Tehran: Culture and Civilization, 2014.
16. Hajar Gasht, K. Investigating the relationship between social capital and employee performance in mobile communications company. MSc in Public Administration, Human Resources Tendency, Islamic Azad University, Qazvin Branch, 2008.
17. Amin Bidokhti, A.A. and Sharifi, N. Investigating the relationship between tourism boom and social capital in coastal areas of the Caspian Sea. *Journal of Tourism Management Studies*, 2012, 7(21): 121-149.
18. Ahmadian, D. and Haghghatian, M. Sociological Analysis of the Role of Cultural Factors on the Urban Environmental Behaviors (Kermanshah Citizens). *Urban Sociological Studies Quarterly*, 2016, 6(18): 51-76.

- residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 2014, 41, 190-201.
34. Axsen, J. ; Kurani, K. S. (2014). Social Influence and Proenvironmental Behavior: The Reflexive Layers of Influence Framework". *Environment and Planning B: Planning and Design*. 2014, 41(5): 847-862.
 35. Cascante, D. , Harper, A and Sticks, G. (2015). International amenity migration: Examining environmental behaviors and influences of amenity migrants and local residents in a rural community. *Journal of Rural Studies*. 2015, (38): 10-11.
 36. Larson, L., Stedman, R., Cooper, C. and Decker, D. (2015). Understanding the mul-tidimensional structure of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*. 2015, (43): 112-124.
 37. Zhang, Lei and Gao, Jing. Exploring the effects of international tourism on China's economic growth, energy consumption and environmental pollution: Evidence from a regional panel analysis, *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 2016, (53): 225–234.
 38. Khoshfar, G.R., Abdollahpour, M., Karimzadeh, S. Investigating the impact of second home tourism on social capital (case study: Liresar and Siyavarz villages in Tonekabon county). *Tourism Planning and Development*, 2012, 1(2): 131-152.
 39. Salehi, S. and Emamgholi, L. The impact of social capital on environmental behaviors (case study: Kurdistan province). *Sociology of Iran*, 2012, 1(1): 1-12.
 26. Patchen, M. Public attitudes and behavior about climate change. *Purdue climate change research center outreach publication*, 2006, 601.
 27. Dolnicar, S. and Leisch, F. (2008). An investigation of tourists' patterns of obligation to protect the environment. *Journal of Travel Research*, 2008, (46): 381-391.
 28. Yoon, J. I.; Kayle, G.; Sutton, S. G. Climate change and environmentally responsible behavior on the Great Barrier Reef. *Australia*, 2010.
 29. Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S., and Yoon, Y. Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 2012, 33(6): 1511-1520.
 30. Hwang, D. Influence of social capital on community-based action in tourism development: a study of social network analysis. Ph. D. Dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign, Champaign city, Champaign County, Illinois, United States, 2012.
 31. Molina, M. A.; Sainz, A. F. ; Olaizola, J. I. (2013). "Environmental knowledge and other variables affecting pro-environmental behaviour: comparison of university students from emerging and advanced countries". *Journal of Cleaner Production*. 2013, (61): 130–138.
 32. Oluyinka, O. Self-Monitoring and Responsible Environmental Behaviour: the Mediating Role of Attitude towards Littering. *Frontiers in Psychological and Behavioral Science* Jan, 2013, 2(1), 31-38.
 33. Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., and Liang, Z. The role of social capital in encouraging

45. Seif, M.H., Rastegar, A. Talebi, S., Karimifard, T., and Tajouran, M. Presenting an adaptive causal model of factors affecting environmental protection behaviors (case study: Fars Province domestic and foreign tourists). *Social studies of tourism*, 2017, 5(10): 99-125.
46. Cheraghi, M., Mohammadi Yeganeh, B., and Saeedi, N. An analysis of the development of tourism in rural areas with emphasis on social capital (case study: Dastjerdeh village, Tarom county). *Geography of Tourism Space*, 2007, 6(24): 101-114.
47. Jafari, S., Najarzadeh, M., Jafari, N., and Rajabi, N. The structural relationship between perceived value and tourist satisfaction with environmentally responsible behavior: the mediating role of tourism participation. *Journal of Tourism Management Studies*, 2007, 12(37): 115-151.
48. Kabiri, A. and Karimzadeh, S. Sociological analysis of the relationship between social capital and environmental concerns. *Journal of Applied Sociology (Isfahan University of Humanities Research Journal)*, 2017, 28(1): 35-65.
49. Technical consulting engineers. Master Plan of the City of Ilam. Department of Roads and Urban Development, 2013.
50. Population and Housing Census of Ilam Province. Statistical Center of Iran, 2018.
- 2012, 13(4), (Ministry of Science): 90-115.
40. Mohammadi Yeganeh, B., Cheragh, M., and Velayi, M. The role of religious tourism in rural development with emphasis on quality of life and social capital case study (Ghopchaq Village of Miandoab County). *Geographical Sciences Applied Research*, 2013, 13 (30).
41. Salehi, S., Salar, M., and Habibi, S. Environmental behavior of coastal tourists (case study: Noor city). *Second National Conference on Tourism, Geography and Sustainable Environment*, 2014.
42. Fathi, Z., Kanani, M.A., Chavoshian, H. Analysis of environmental behaviors of residents of Rasht with emphasis on life style. *Journal of Cultural Sociology*, 2015, 6(3): 91-109.
43. Aligholizadeh Firouzjaji, N., Ramadanzadeh Lasbouyi, M., Esmaeili, M. Measuring the environmental behavior of tourists in desert destinations (case study: rural areas of Khor and Biabanak county). *Journal of Rural Research*, 2015, 6(2): 253-274.
44. Ghazani, E., Bizhani, M., and Chizari, M. The role of social capital in the development of natural tourism from the viewpoint of villagers of Mazandaran province. *Iranian Agricultural Extension and Education Sciences*, 2016, 12(1): 35-69.