



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال دوم، شماره‌ی ۶، پاییز ۱۳۹۲

صفحات ۹۳-۱۰۸

تغییرات آب و هوا و سیاست‌های مقابله در صنعت گردشگری

حسین محمودی*

زهرا پازوکی نژاد**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۸/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۵/۲۲

چکیده

امروزه، صنعت گردشگری به میزان بیست و یک درصد در تولید کربن ناشی از سوختن سوخت‌های فسیلی (بخش انرژی) نقش دارد. ضرورت مشارکت بخش‌های مختلف اجتماعی در حمایت از سیاست‌های مقابله با تغییرات آب و هوا، سبب شد تا بخش گردشگری از طریق بیانیه داووس، متعهد شود که به یکی از پیشگامان پاسخ جهانی به تغییرات آب و هوا تبدیل شود. در این راستا، شناخت تغییر آب و هوا و حمایت از سیاست‌های مقابله در این صنعت از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار شده است. از آنجا که اجرای سیاست‌های مقابله در صنعت گردشگری مستلزم همکاری و مشارکت ذینفعان است، تحقیق حاضر، برای نخستین بار در ایران، در صدد بررسی میزان حمایت صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری از سیاست‌های مقابله با تغییر آب و هوا و عوامل موثر بر آن می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را صاحبان ۱۲۱ اقامتگاه گردشگری در شهرهای نور، محمودآباد و بابلسر در استان مازندران تشکیل می‌دهند. برای انجام این تحقیق از روش بررسی پیمایش و برای جمع‌آوری داده‌های آن از پرسش‌نامه استفاده شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری حامی سیاست‌های مقابله با تغییر آب و هوا بوده و کاهش گردشگر به‌عنوان مهم‌ترین پیامد شغلی تغییر آب و هوا معرفی شده است. علاوه بر این، نتایج تحقیق نشان داد که افزایش هزینه‌های تهیه‌ی وسایل سرمایشی در تابستان، به عنوان مهم‌ترین پیام محلی تغییر آب و هوا در گردشگری بیان شده بود. هم‌چنین، نگرش صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری نسبت به تغییر آب و هوا مثبت بوده است. درنهایت، پیام‌های محلی تغییر آب و هوا و نگرش نسبت به آن از مهم‌ترین عوامل تبیین‌کننده‌ی حمایت از سیاست‌های مقابله در شهرهای مورد بررسی بود.

* عضو هیأت علمی پژوهشکده علوم محیطی دانشگاه شهید بهشتی و دانشجوی دکترای دانشگاه هوهنهایم آلمان،

(Mahmoudi@uni-hohenheim.de)

** کارشناس ارشد مطالعات جوانان، دانشگاه مازندران

واژگان کلیدی: گردشگری، تغییر آب و هوا، پیام‌های محلی، سیاست‌های مقابله، مازندران

مقدمه

گزارش هیات جهانی تغییر آب و هوا (۲۰۰۷)، بیانگر آن است که گرم شدن سیستم آب و هوای جهان که تأثیرات نابرابر و توزیع نامتوازنی دارد، به واسطه‌ی افزایش متوسط دمای آب و هوای جهان، ذوب شدن گسترده‌ی برف‌ها و یخ‌ها در مناطق قطبی و کوهستانی، کاملاً مشهود و مستند می‌باشد. شواهد علمی حاکی از آن است که افزایش دمای جهانی ناشی از سوختن سوخت‌های فسیلی یک پدیده‌ی انسان ساخت است. بدون تردید، مسایل مربوط به صنعت گردشگری نیز بخشی از مسایل و مباحث مربوط به تغییر آب و هوا است، چرا که بعد از کشورهای ایالات متحده، چین، روسیه و هند پنجمین جایگاه را در روند رو به گسترش آلودگی جهان دارد (پالوویتز^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۳). در این صنعت، ۴۰ درصد گاز کربن از حمل و نقل هوایی و ۳۲ درصد از حمل و نقل جاده‌ای و ۲۱ درصد آن ناشی از مصرف انرژی در اقامتگاه‌ها و برای فعالیت‌های گردشگری تولید می‌شود (جوزینگ^۲، ۲۰۰۲: ۲۸۴). این صنعت به تنهایی مسئول پنج درصد دی‌اکسیدکربن و گازهای گلخانه‌ای تولید شده در جهان است که از این میزان یک درصد متعلق به هتل‌ها و دیگر اقامتگاه‌های گردشگری است (دوبایس^۳ و پائول^۴، ۲۰۰۷: ۵). انجمن جهانی سفر و جهانگردی، در پنج بخش به بررسی پیامدهای مهم زیست محیطی صنعت گردشگری اقدام کرده است: گرمایش زمین، آسیب دیدگی لایه اوزون، باران‌های اسیدی، کم و آلوده شدن منابع آب، کاهش و آلودگی منابع خشکی مورد نظر در پروژه‌های گردشگری. هم‌چنین، براساس برنامه محیط زیست و گردشگری سازمان ملل (۲۰۰۸)، فعالان صنعت گردشگری هم‌راستا با سایر گروه‌ها موظف هستند تا سیاست‌های کاهش و سازگاری با تغییر آب و هوا را در محدوده‌ی اهداف و برنامه‌های ملی، سیاست‌گذاری و صنعت اعمال کنند (توماس^۵ و وینل^۶، ۲۰۰۸: ۵). به عبارت دیگر، آنها باید خود را با تغییر آب و هوا سازگار نمایند و سهم خود را در انتشار گازهای گلخانه‌ای کاهش دهند. هر دو جنبه، مستلزم تغییرات اساسی در نظام تولید و بهره‌وری گردشگری است. سیاست‌های مقابله با تغییر آب و هوا (کاهش و سازگاری) در صنعت گردشگری مانند سایر صنایع را باید مورد توجه قرار داد (اسکات^۷ و

^۱Polovitz

^۲Gossling

^۳Dubois

^۴Paul

^۵Thomas

^۶Vanel

^۷Scott

همکاران، ۲۰۰۷). جونز^۱ (۲۰۰۱) معتقد است آگاهی از مخاطرات و ارزیابی آن نیز می‌تواند به درک بهتر مساله تغییر آب و هوا و حمایت از سیاست‌های مقابله کمک نماید. این چارچوب شامل سازگاری با تغییرات قابل پیش بینی جوی و کاهش گازهای گلخانه‌ای است. مقابله با تغییر آب و هوا باید به بخشی از مسئولیت شخصی فرد تبدیل شود. شیوهی زندگی مصرف‌گرا و فرامصرفی انرژی دلیل اصلی بحران‌های زیست محیطی است و نقطه‌ی شروع باید اصلاح الگوی مصرف و فراغت باشد. امروزه در برنامه ریزی و مدیریت منابع طبیعی و مدیریت محیط زیست به انسان و رفتارهای او به عنوان یکی از عوامل تغییر و اصلاح نگاه می‌شود (توماس و وینل، ۲۰۰۸: ۵). بنابراین، در جهان امروز که کارشناسان به دنبال مدل‌های تازه‌ای برای رشد و توسعه‌ی اقتصادی و مبارزه با تغییرات آب و هوایی هستند، مدیریت پایدار، دیگر یک گزینه انتخابی نیست، بلکه شرطی اساسی برای بقا و موفقیت محسوب می‌شود (اسکات و همکاران، ۲۰۰۷: ۱). سازگاری و کاهش در صنعت گردشگری، مستلزم تغییرات اساسی در نظام تولید و بهره‌وری گردشگری است. آب و هوا، منبع بالقوه گردشگری از جهت تناسب مکان‌ها بر اساس دامنه‌ای از فعالیت‌های گردشگری است و تأثیر زیادی بر هزینه‌های اجرایی مانند سیستم‌های گرمایشی، سرمایشی، برف‌سازی، آبیاری، عرضه مواد غذایی و آب و هزینه‌های بیمه دارد. صنعت گردشگری نسبت به تغییرات آب و هوایی بسیار حساس است. تغییر آب و هوا، طول مدت و کیفیت فضاها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (اسکات و همکاران، ۲۰۰۷: ۳). لذا تغییر در طول و کیفیت فصل‌های گردشگری (مانند تفریحات تابستانی و زمستانی) تأثیرات زیادی بر روابط بین اهداف دارد و لذا سودمندی و بهره‌وری گردشگری را متاثر می‌سازد. بنابراین، اجرای سیاست‌های مقابله در صنعت گردشگری مستلزم همکاری و مشارکت ذینفعان است. امروزه شهروندی پایدار، ابزاری موثر در تحقق اهداف توسعه پایدار محسوب می‌شود. مشارکت شهروندان به معنی دخالت همه جانبه آنان اعم از همفکری، همکاری، تصمیم‌گیری و اجرای امور اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی است که به آنان امکان می‌دهد تا در فرایند مدیریت جامعه مشارکت فعال داشته باشند (رحمانی و مجیدی، ۱۳۸۸: ۱۷). بدیهی است که میزان این مشارکت از نگرش و تمایل به عمل شهروندان تأثیر می‌پذیرد.

مبانی نظری

هدف از انجام این تحقیق، بررسی میزان حمایت صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری از سیاست‌های مقابله و بررسی تأثیر عواملی مانند پیام‌های محلی تغییر آب و هوا در گردشگری، پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا و نگرش نسبت به آن است. سیاست‌های کاهش تغییر آب و هوا

^۱ Jones

شامل تغییرات فنی، اقتصادی و اجتماعی است که می‌تواند به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای کمک کند. روند کاهش با کاهش مصرف انرژی مثلاً تغییر رفتار مسافرتی، بهبود بهره‌وری از انرژی، افزایش استفاده از انرژی‌های تجدید شونده، استراتژی‌های خنثی سازی کربن، برنامه ریزی مقصد در گردشگری پایدار و مدیریت آن، انتخاب کارگزاران صنعت گردشگری و معرفی محصولات مسافرتی و سایر تغییرات در عملکردهای تجاری حاصل شود (کوپر^۱، ۲۰۰۵: ۹۹). در تحقیقات پیشین، میزان حمایت از سیاست‌های مقابله متفاوت بوده است (بیکن، ۲۰۰۴؛ میلر و همکاران، ۲۰۱۰؛ شوم و همکاران، ۲۰۱۰؛ ساتون و توبین، ۲۰۱۱؛ گابریل، ۲۰۱۳؛ ناواراتانا، ۲۰۱۳).

پیام‌های محلی یا فشار ناشی از وقایع جوی گسترده یا تخریب چشم اندازها ممکن است به عنوان تأثیرات مستقیم و شخصی تغییر آب و هوا درک شود (دوهرتی و کلایتون، ۲۰۱۱: ۲۶۵). نظریه‌های اجتماعی - روان شناختی، اهمیت وابستگی شخصی در تغییر نگرش را مهم می‌دانند. اسکال و گیفورد (۲۰۱۱) معتقدند که نوع اطلاعات و یا محتوای آن، عامل تعیین کننده‌ی مهمی برای تأثیرگذاری آن پیام نیست، بلکه بیشتر، وابستگی ذهنی، مسئولیت پذیری و بیان پیامدها، مهم هستند. بنابراین، همان‌طور که وابستگی شخصی به پیام و علاقه به آن افزایش می‌یابد، تلاش برای پردازش آن نیز افزایش می‌یابد. چنان‌چه پیام‌ها، ماهیت محلی تغییر آب و هوا را آشکار کنند، آن‌گاه موثرتر خواهند بود. به عبارت دیگر، فعالیت‌هایی که وابستگی منطقه‌ای را ایجاد می‌کنند، در درک تأثیرات و فرصت‌های محلی برای کاهش انتشار موثر واقع می‌شوند. در این صورت، پیام‌های محلی تعهد بیشتری را ایجاد می‌کنند، چون آنها با وابستگی شخصی بیشتری توأم هستند. هم چنین، این چارچوب‌های پیامی، نگرش افراد نسبت به کاهش تغییر آب و هوا را نیز اصلاح می‌کنند (اسکال و گیفورد، ۲۰۱۱ و دوهرتی و کلایتون، ۲۰۱۱).

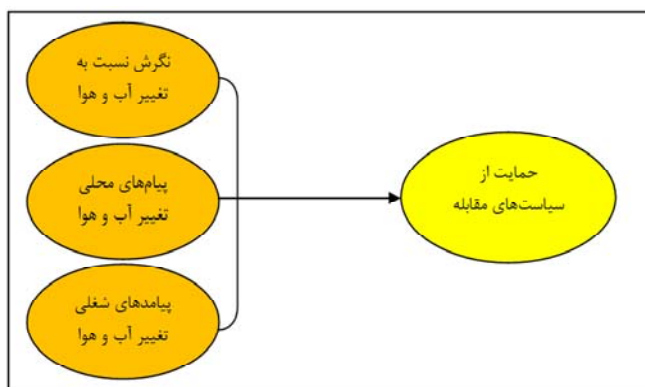
پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا به تأثیرات احتمالی تغییر آب و هوا بر وضعیت اقتصادی صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری و هزینه‌های متحمل شده ناشی از آن اشاره دارد. تحقیقات انجام شده در اروپا و آمریکای شمالی بیشتر به تأثیر تغییر آب و هوا و گرمایش جهانی بر گردشگری زمستانی پرداخته بودند. مثلاً کاهش تعداد ماه‌های مناسب برای تفریحات زمستانی یا تابستانی و هزینه‌های اقتصادی صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری (الاسر و بروکی، ۲۰۰۲؛ سیرون و دوبایس، ۲۰۰۵؛ موئن^۲ و فریدمن^۳، ۲۰۰۷؛ امی لانگ و همکاران، ۲۰۰۷).

^۱ Cooper

^۲ Moen

^۳ Fredman

نگرش، ارزیابی گرایش و رفتار سازگاران، احساسات و تمایلات یک فرد را به سوی یک موضوع یا ایده شرح می‌دهد. نگرش، انسان‌ها را در وضعیت چارچوب فکری برای دوست داشتن یا دوست نداشتن چیزها برای حرکت به سمت آنها یا دوری از آنها قرار می‌دهد (کریمی، ۱۳۷۳: ۹). در حقیقت، نگرش‌ها سازه‌های فرضی هستند که به ارزیابی یا جهت‌گیری ارزشی شخص نسبت به یک چیز مانند شی، ایده، شخص، گروه، کنش، خود و غیره اشاره دارد. نگرانی نسبت به محیط زیست به طور کلی و تغییر آب و هوا به طور خاص، سطح آگاهی افراد نسبت به مسائل جهانی محیط زیست و نوع تصورات نسبت به گرم شدن و تغییر آب و هوا دینفعان در صنعت گردشگری از سوی محققان متعددی به عنوان عامل تأثیر گذار بر حمایت از سیاست‌های مقابله مورد بررسی قرار گرفته است (بیکن، ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵؛ مک کریچر^۱ و همکاران، ۲۰۱۰؛ گابریل، ۲۰۱۳؛ ناواراتانا، ۲۰۱۳). در مدل نشان داده شده در نمودار (۱)، تأثیر هر یک از متغیرهای گفته شده بر متغیر وابسته مورد توجه قرار گرفته است.



نمودار ۱: تأثیر عوامل مختلف بر حمایت از سیاست‌های مقابله در گردشگری

منبع: نگارندگان

همانطور که ملاحظه می‌شود، تأثیر عوامل سه گانه مورد بررسی در تحقیق حاضر در نمودار (۱) نشان داده شده است. بر اساس این مدل، فرضیات تحقیق عبارتند از:

(الف) نگرش مثبت نسبت به تغییر آب و هوا بر حمایت از سیاست‌های مقابله تأثیر دارد.

(ب) پیام‌های محلی تغییر آب و هوا بر حمایت از سیاست‌های مقابله تأثیر دارد.

(ج) پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا بر حمایت از سیاست‌های مقابله تأثیر دارد.

¹ McKercher

روش شناسی تحقیق

هدف از این مطالعه، بررسی میزان حمایت صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری از سیاست‌های تغییر آب و هوا در شهرهای بابلسر، نور و محمودآباد است. مطالعات میدانی نشان می‌دهد انگیزه‌ی اصلی گردشگران در سفر به این مناطق بهره‌مندی از مولفه‌های طبیعی است که به همین علت آن را طبیعت گردی می‌نامند. بنابراین، اهمیت انتخاب این سه شهر برای این بررسی، وجود مناطق طبیعی است که اهمیت حفظ محیط زیست در آن را دو چندان می‌نماید. در این تحقیق، از روش‌های توصیفی و تحلیلی از نوع پیمایشی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق را صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری در این شهرها تشکیل می‌دهند که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی، ۱۲۱ نفر (۴۰ نفر در نور، ۴۱ نفر در محمودآباد و ۴۰ نفر در بابلسر) به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه بوده است. اعتبار سؤالات نیز از طریق اعتبار صوری مورد تأیید قرار گرفت. بدین صورت که از نظر متخصصان و صاحب‌نظران در حوزه‌ی موضوع مورد مطالعه در مورد انطباق پرسش‌نامه با ویژگی‌های مورد انتظار استفاده شده است. پرسش‌نامه‌ها از ابتدای شهریور ماه سال ۱۳۹۲ که همزمان با اوج جریانات گردشگری در حوزه‌ها بود، در میان جامعه آماری توزیع شد. نحوه پرسش‌گری به صورت مصاحبه‌ی ساخت‌یافته بود. تعریف متغیرهای تحقیق به دو صورت نظری و عملی انجام شد. به لحاظ مفهومی، سیاست‌های مقابله تغییر آب و هوا شامل تغییرات فنی، اقتصادی و اجتماعی است که می‌تواند به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای کمک کند (کوپر، ۲۰۰۵: ۹۹). برای تعریف عملیاتی این متغیر از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شد که میزان روایی آن بر اساس ضریب آلفا ۵۸ درصد بود. نگرش‌ها احساسات عاطفی هستند که مردم پیرامون پدیده‌ها دارند (کریمی، ۱۳۷۳: ۴۳). میزان روایی این متغیر، ۷۳ درصد بود. پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا به هزینه‌های متحمل شده ناشی از تغییر آب و هوا برای صاحبان اقامتگاه‌ها اشاره دارد. برای سنجش این متغیر از چهار گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شد. میزان روایی آن، ۶۳ درصد بود. پیام‌های محلی تغییر آب و هوا پیام‌هایی هستند که وقوع تغییر آب و هوا و تأثیرات آن را عینیت محلی می‌بخشند و در ایجاد دغدغه و کارآمد سازی شخصی برای مقابله با تغییر آب و هوا موثر هستند (ویت مارش^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۹).

^۱ Whitmarsh

تجزیه و تحلیل

یافته‌های تحقیق حاضر در دو بخش ارائه می‌شود. بخش اول شامل توصیف متغیرهای زمینه ای و متغیر اصلی است. بخش دوم به تحلیل داده‌ها و نتیجه‌گیری اختصاص می‌یابد. الف- توصیف متغیرهای زمینه ای: متغیرهای زمینه‌ای در این تحقیق با توجه به حوزه تحقیق (گردشگری) عبارتند از: سابقه اشتغال، تعداد واحد اقامتی، تعداد مسافر در تابستان، تعداد مسافر در تعطیلات و قدمت اقامتگاه) که جدول (۱)، توزیع فراوانی پاسخ‌گویان را برحسب متغیرهای زیر نشان می‌دهد.

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخ‌ها برحسب متغیرهای زمینه ای

سابقه اشتغال ^۱		کمتر از ۵ سال		۵-۱۰ سال		۱۱-۱۵ سال		۱۵ سال به بالا	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۲۱	۱۷.۴	۴۰	۳۳.۱	۲۶	۲۱.۵	۳۳	۲۷.۳		
تعداد واحد اقامتی ^۲		کمتر از ۵ واحد		۱۰-۵ واحد		۱۱-۱۵ واحد		بیشتر از ۱۵ واحد	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۴۳	۳۵.۵	۴۴	۳۶.۴	۱۲	۹.۹	۲۱	۱۷.۴		
تعداد مسافر در تابستان ^۳		کمتر از ۲۰ نفر		۲۰-۴۰ نفر		۴۱-۶۰ نفر		۶۱ نفر یا بالا	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۹	۱۵.۷	۵۴	۴۴.۶	۱۷	۱۴	۲۹	۲۴		
تعداد مسافر در تعطیلات ^۴		کمتر از ۲۰ نفر		۲۰-۴۰ نفر		۴۱-۶۰ نفر		۶۱ نفر یا بالا	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۷	۱۴	۶۱	۵۰.۴	۲۳	۱۹	۱۸	۱۴.۹		
قدمت اقامتگاه ^۵		کمتر از ۵ سال		۵-۱۰ سال		۱۱-۱۵ سال		۱۵ سال بیشتر	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۴	۱۱.۶	۳۰	۲۴.۸	۲۴	۱۹.۸	۵۰	۴۱.۳		

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

^۱ ۱ نفر (۰.۸ درصد) پاسخی نداده بودند.

^۲ ۱ نفر (۰.۸ درصد) پاسخی نداده بودند.

^۳ ۲ نفر (۱.۷ درصد) پاسخی نداده بودند.

^۴ ۲ نفر (۱.۷ درصد) پاسخی نداده بودند.

^۵ ۳ نفر (۲.۵ درصد) پاسخی نداده بودند.

ب) حمایت از سیاست‌های مقابله: در تحقیقات پیشین، میزان حمایت از سیاست‌های مقابله متفاوت بوده است (بیکن، ۲۰۰۴؛ میلر و همکاران، ۲۰۱۰؛ شوم و همکاران، ۲۰۱۰؛ ساتون و توبین، ۲۰۱۱؛ گابریل، ۲۰۱۳؛ ناواراتانا، ۲۰۱۳). در این قسمت بر اساس جدول فراوانی به بررسی میزان حمایت پاسخگویان از سیاست‌های مقابله پرداخته می‌شود (جدول ۲).

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخ‌ها برای متغیر حمایت از سیاست‌های مقابله

انحراف معیار	میانگین	درصد موافقان	کاملاً مخالفم	مخالفم	تاحدودی موافقم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه
۰.۶۱	۴.۳۰	۹۱.۷	۰	۰	۸.۳	۵۲.۹	۳۸.۸	مصرف بهینه انرژی
۰.۹۱	۳.۹۵	۷۱.۹	۲.۵	۱.۷	۲۴	۴۱.۳	۳۰.۶	استفاده از انرژی تجدید شونده
۰.۹۳	۳.۷۲	۲۴.۸	۰.۸	۹.۱	۳۳.۱	۳۵.۵	۱۲.۴	عایق بندی هتل‌ها و رستوران‌ها
۰.۹۳	۳.۴۱	۲۴.۸	۰	۱۹	۳۳.۱	۳۵.۵	۱۲.۴	وضع مالیات بر کربن بر حسب میزان مصرف سوخت‌های فسیلی
۰.۹۳	۳.۷۲	۷۳.۶	۱.۷	۳.۳	۲۱.۵	۴۱.۳	۳۲.۳	مدیریت گردشگری ساحلی
۰.۹۴	۳.۸۱	۶۴.۵	۰	۹.۹	۲۵.۶	۳۷.۲	۲۷.۳	دادن یارانه حامل‌های انرژی برای ذینفعان گردشگری در صورت رعایت استانداردهای مصرف

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

همان‌طور که می‌دانیم طیف لیکرت که از پنج گزینه تشکیل شده است، دارای سه حالت موافق، بی‌نظر و مخالف است. در حالی که گویه‌ای دارای جهت مثبت باشد و در صورتی که پاسخ یکی از حالت‌های موافق و کاملاً موافق را شامل شود، می‌گوئیم این شخص با این گویه موافق است و در صورتی که پاسخ یکی از گویه‌های مخالف و کاملاً مخالف را انتخاب نماید می‌گوئیم پاسخگو با این گویه مخالف است؛ براین اساس ۲ گزینه از ۵ گزینه نظر مثبت و در صورت انتخاب گزینه‌های نه موافق و نه مخالف و پایین‌تر می‌گوئیم پاسخگو با گویه پیشنهادی موافق نیست. بنابراین، در صورتی که درصد موافقان بالای ۶۰ باشد نظر مثبت و در غیر این صورت عدم موافقت تلقی می‌شود. هم‌چنین، اگر میانگین بالای ۳ باشد نشانگر نظر مثبت است و انحراف معیار پایین نشانگر همگنی پاسخگویان است. در صورتی که جهت گویه منفی باشد این روند معکوس است.

با توجه به مطالب بیان شده، گزینه‌های «مصرف بهینه انرژی، استفاده از انرژی تجدید شونده، مدیریت گردشگری ساحلی و دادن یارانه حامل‌های انرژی برای ذینفعان گردشگری در صورت رعایت استانداردهای مصرف» دارای امتیاز بالای ۶۰ درصد است. ستون درصد موافقان نشان می‌دهد که سطح حمایت صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری از سیاست‌های مقابله بالا است. میانگین رتبه‌ای (۳/۵۶) نیز این یافته را تأیید می‌کند. مقدار انحراف معیار گویه‌ها نیز، چون پایین است، نشان دهنده همگنی پاسخ مشارکت کنندگان در مطالعه می‌باشد. مقادیر میانگین نیز نشان می‌دهد پاسخگویان از سیاست‌های مقابله حمایت می‌کنند و مقادیر انحراف معیار نیز همگنی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

ج) نگرش نسبت به تغییر آب و هوا: بیکن (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) در فیجی و نیوزیلند؛ میلر و همکاران (۲۰۱۰) در انگلستان، گابریل (۲۰۱۳) در برزیل، ناواراتانا (۲۰۱۳) در تایلند، نگرش ذینفعان در این صنعت (گردشگران، مدیران مراکز اقامتی) را نسبت به تغییر آب و هوا و سیاست‌های مقابله با آن را بررسی کردند. جدول (۳) به توزیع فراوانی نگرش نسبت به تغییر آب و هوا می‌پردازد.

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخ‌ها برای متغیر نگرش نسبت به تغییر آب و هوا

انحراف معیار	میانگین	کاملاً مخالفم	مخالفم	تاحدودی موافقم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه
۱.۳۲	۳.۶۲	۵.۸	۳۳.۱	۲.۵	۱۱.۶	۴۷.۱	تغییر آب و هوا نگران کننده است.
۱.۳۹	۳.۷۴	۵.۸	۲۴	۶.۶	۱۷.۴	۴۶.۳	گرم شدن زمین تأثیرات منفی بر سلامت من و خانواده ام دارد.
۱.۴۸	۳.۶۱	۵.۰	۲۳.۱	۱۰.۷	۲۴	۳۷.۲	ما انسان‌ها عامل اصلی گرم شدن زمین هستیم

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

۴۷ درصد پاسخگویان با گویه «تغییر آب و هوا نگران کننده است»، ۴۶ درصد با گویه «گرم شدن زمین تأثیرات منفی بر سلامت من و خانواده ام دارد» و در نهایت، ۳۷ درصد نیز با گویه «ما انسان‌ها عامل اصلی گرم شدن زمین هستیم»، کاملاً موافق بودند. مقدار میانگین نیز از آنجایی که بالای ۳ می‌باشد، نشان دهنده نگرش مثبت پاسخگویان نسبت به تغییر آب و هوا است و پایین بودن مقدار انحراف معیار نیز حاکی از همگنی پاسخگویان در رابطه با این مسأله است.

د) پیام‌های محلی تغییر آب و هوا در گردشگری: اسکائل و گیفورد (۲۰۱۱: ۵) معتقدند «تمرکز بر پیام‌هایی که به لحاظ جغرافیایی محلی هستند می‌تواند فاصله روانی از مسأله تغییر

آب و هوا را کاهش دهد و میزان تعهد افراد را افزایش دهد» جدول (۴)، توزیع فراوانی این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۴: وضعیت پراکندگی پاسخ‌ها برحسب گویه‌های تجربه شخصی تغییر آب و هوا

انحراف معیار	میانگین	کاملاً مخالفم	مخالفم	تاحدودی موافقم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه
۰.۸۸	۴.۱۹	۰.۸	۲.۵	۱۹.۰	۳۲.۲	۴۵.۵	در تابستان مجبور شدیم خنک کننده بیشتری خریداری کنیم
۰.۸۸	۴.۰۱	۰.۸	۴.۱	۲۰.۷	۴۱.۳	۳۳.۱	در زمستان تعداد وسایل حرارتی را افزایش دادیم
۱.۱۲	۳.۲۲	۴.۱	۲۳.۳	۳۹.۷	۱۴.۹	۱۹	تعداد مسافران کمتر شده است
۰.۹۶	۳.۴۷	۲.۵	۱۲.۲	۳۲.۲	۳۸.۸	۱۳.۲	مدت اقامت مسافران کاهش داشته است
۰.۸۸	۴.۱۹	۰.۸	۲.۵	۱۹.۰	۳۲.۲	۴۵.۵	در تابستان مجبور شدیم خنک کننده بیشتری خریداری کنیم

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

یافته‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که تقریباً همگی صاحبان اقامت‌گاه‌های گردشگری، به نوعی تغییر آب و هوا را در منطقه خود تجربه کرده‌اند و برای آنها هزینه‌هایی در پی داشته است. (میانگین کل = ۴.۲۱). ۴۵.۵ درصد پاسخگویان اذعان کرده بودند که در تابستان مجبور به خرید سیستم‌های سرمایشی بیشتری شده بودند. همین‌طور، ۴۱.۳ درصد پاسخگویان نیز مجبور شده بودند وسایل حرارتی در زمستان را افزایش دهند. نزدیک به ۴۰ درصد نیز معتقد بودند از تعداد مسافران کاسته شده است و ۳۹ درصد نیز اذعان کرده بودند مدت اقامت مسافران کاهش داشته است. مقایسه‌ی میانگین گویه‌های مختلف نیز نشان می‌دهد گویه «تعداد مسافران کمتر شده است» با ۳.۲۲ از ۵ کمترین میانگین و گویه «در تابستان مجبور شدیم کلر بیشتری خریداری کنیم» با میانگین ۴.۱۹ از ۵، بالاترین مقدار میانگین را داشته است.

ذ) پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا: برخی از محققان (الاسرو بروکی، ۲۰۰۲؛ سیرون و دوبایس، ۲۰۰۵؛ موئن^۱ و فریدمن^۲، ۲۰۰۷؛ امی لانگ و همکاران، ۲۰۰۷)، در بررسی خود دریافتند که تغییر آب و هوا در کاهش تعداد ماه‌های مناسب برای تفریحات زمستانی یا تابستانی و هزینه‌های اقتصادی صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری تأثیر داشته است. در جدول (۵) به بررسی این عامل پرداخته می‌شود.

جدول ۵: توزیع فراوانی پاسخ‌ها برای متغیر پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا

انحراف معیار	میانگین	کاملاً مخالفم	مخالفم	تاحدودی موافقم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه
۰.۹۷	۴.۲۱	۰.۸	۶.۷	۱۶.۸	۳۰.۳	۴۵.۴	کاهش گردشگر
۰.۷۶	۴.۰۳	۰	۳.۴	۱۷.۶	۵۱.۳	۲۷.۷	کاهش مدت اقامت
۰.۸۴	۴.۰۸	۰	۴.۱	۱۹	۴۱.۳	۳۵.۵	افزایش هزینه‌های اقامتگاه

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

براساس جدول (۵)، ۴۵ درصد پاسخگویان کاهش گردشگر، ۵۱.۳ درصد کاهش مدت اقامت و ۴۱.۳ درصد نیز افزایش هزینه‌های اقامتگاه را از پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا اعلام کردند. ستون میانگین نیز نشان می‌دهد که کاهش گردشگر مهم ترین پیامد شغلی تغییر آب و هوا است و پایین بودن انحراف معیار نیز نشان دهنده همگنی پاسخگویان است. (رتبیین حمایت از سیاست‌های مقابله: در سال‌های اخیر، یکی از عواملی که باعث شد پایدارسازی در صنعت گردشگری مورد توجه قرار گیرد، پیامدهای مصرف انرژی و حمل و نقل در این صنعت در تشدید تغییر آب و هوا بود. بنابراین، ارزیابی پیامدهای تغییر آب و هوا، پیام‌های محلی و نگرش نسبت به تغییر آب و هوا می‌تواند بر پایدارسازی گردشگری تأثیر داشته باشد. در جدول (۶)، به بررسی این رابطه و تفاوت‌های موجود در آن پرداخته می‌شود.

¹ Moen

² Fredman

جدول ۶: ضرایب تأثیر مدل نهایی رگرسیون متغیرهای مستقل تبیین کننده حمایت از سیاست‌های مقابله

متغیرها	ضرایب بتا	مقدار آزمون تی	سطح معنی داری
مقدار ثابت		۱.۱۹	۰.۲۳
پیام‌های محلی تغییر آب و هوا	۰.۵۱	۴.۶۵	۰.۰۰
نگرش نسبت به تغییر آب و هوا	۰.۲۰	-۲.۲۹	۰.۰۲
پیامد شغلی تغییر آب و هوا	-۰.۲۴	۲.۳۳	۰.۰۲

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

همانطور که جدول نشان می‌دهد، متغیر پیام‌های محلی تغییر آب و هوا، اولین متغیری بود که وارد مدل شده و بیشترین رابطه را با حمایت از سیاست‌های مقابله داشته است. در مقابل، متغیر پیامد شغلی تغییر آب و هوا آخرین متغیری بوده که وارد مدل شده و کمترین رابطه را با متغیر وابسته نشان داده است. براساس ضرایب بتا، متغیر پیام‌های محلی تغییر آب و هوا، قوی‌ترین متغیر وارد شده به مدل می‌باشد. سطح معنی داری جدول نیز نشان می‌دهد که هر سه متغیر مستقل رابطه معنی داری با متغیر حمایت از سیاست‌های مقابله دارند. مقدار ضریب تعیین (۰.۱۶) نیز نشان داد که ۱۶ درصد تغییر متغیر وابسته به وسیله‌ی متغیرهای مستقل قابل تبیین است. به عبارت دیگر، پیام‌های محلی تغییر آب و هوا، پیامد شغلی و نگرش نسبت به تغییر آب و هوا فقط ۱۶ درصد تغییر پذیری میزان حمایت از سیاست‌های مقابله را تبیین می‌کنند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه کاملاً آشکار شده‌است که بسیاری از تهدیدهای زیست محیطی، تخریب منابع و آلودگی‌ها نتیجه فعالیت‌های غیر منطبق با محیط زیست است. درحال حاضر، دانشمندان بر این مهم اتفاق نظر دارند که عامل تغییر آب و هوا، انسان ساخت بوده و مقابله با این مخاطره زیست‌محیطی نیازمند زمینه سازی تغییر در دانش و نگرش افراد نسبت به آثار و پیامدهای تصمیم گیری‌ها بر روی محیط زیست و تحقق توسعه پایدار است. یکی از صنایعی که خود عامل و قربانی تغییر آب و هوا است، صنعت گردشگری است. به نظر می‌رسد از آغاز قرن ۲۱، مساله تغییر آب و هوا و گردشگری به تدریج اهمیت خود را نشان داده است. برگزاری اولین کنفرانس بین المللی تغییر آب و هوا و گردشگری در سال ۲۰۰۳ که توسط سازمان جهانی جهانگردی و نیز دومین کنفرانس آن در سال ۲۰۰۷ در داوس سوئیس، مبین آن است که یکی از چالش‌های اصلی صنعت گردشگری در مقابله با تغییر آب و هوا، انجام اقدام فوری است

(گاتیا^۱ و بات^۲، ۲۰۰۹: ۲). دوبایس^۳ و پائول^۴ (۲۰۰۶) معتقدند که واکنش‌های کوتاه مدت کارآمدتر از واکنش‌های بلند مدت است و آگاهی از تأثیرات تغییر آب و هوا با مسئولیت پذیری و نظارت بیشتر بر رفتارها توأم خواهد بود.

با توجه به اهمیت مسأله، در این تحقیق، سعی شده است تا میزان حمایت شان از سیاست‌های مقابله و عوامل موثر بر آن مورد بررسی قرار گیرد. براساس یافته‌های تحقیق، میزان حمایت صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری نسبت به سیاست‌های مقابله در سطح بالا قرار داشته است. این نتیجه با نتیجه به دست آمده توسط میلر و همکاران (۲۰۱۰) در انگلستان، گابریل (۲۰۱۳) در برزیل، ناواراتانا (۲۰۱۳) در تایلند هم سو بوده، اما با بررسی بیکن (۲۰۰۴) و (۲۰۰۵) در فیجی و نیوزیلند مغایرت داشت. هم چنین نگرش پاسخگویان نسبت به تغییر آب و هوا مثبت بود و در بین پیام‌های محلی تغییر آب و هوا در گردشگری، متحمل شدن هزینه‌های تهیه وسایل سرمایشی در تابستان مهم ترین پیام و در بین پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا، کاهش گردشگر مهم ترین دغدغه پاسخگویان بوده است. در بررسی تأثیر عوامل مذکور بر حمایت از سیاست‌های مقابله، پیام‌های محلی تغییر آب و هوا در گردشگری و نگرش نسبت به تغییر آب و هوا قوی ترین متغیرهایی بودند که وارد مدل شده بودند. این یافته با نتایج به دست آمده توسط (صالحی و پازوکی نژاد، ۱۳۹۰؛ اسکال و گیفورد، ۲۰۱۱ و دوهورتی و کلایتون، ۲۰۱۱) و (بیکن، ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵؛ مک کریچر و همکاران، ۲۰۱۰؛ گابریل، ۲۰۱۳ و ناواراتانا، ۲۰۱۳) هم سویی داشت. متغیر پیامدهای شغلی تغییر آب و هوا تأثیر چندانی بر متغیر وابسته نداشته است در حالی که این نتیجه برخلاف نتیجه به دست آمده در بررسی‌های انجام شده توسط (الاسرو بروکی، ۲۰۰۲؛ سیرونو دوبایس، ۲۰۰۵؛ موئن و فریدمن، ۲۰۰۷؛ امی لانگ و همکاران، ۲۰۰۷) بود.

به طور کلی، بررسی حاضر به عنوان نخستین تحقیقی که در ارتباط با مسأله تغییر آب و هوا و سیاست‌های حمایتی در بخش گردشگری در ایران انجام شده است، نشان می‌دهد که جامعه ایرانی هر چند در سطح محدود و محلی نسبت به تغییرات جهانی تغییرات آب و هوا حساس بوده و تا حدودی از پیامدهای آن آگاه است. وجود این حساسیت و آگاهی از پیامدهای آن فرصت مناسبی را برای سیاست‌گذاران عرصه گردشگری و نیز تغییرات آب و هوا فراهم می‌نماید، تا با ارتباط مستمر با صاحبان اقامتگاه‌ها زمینه‌های مناسب و عملی لازم را برای اقدامات عملی جهت مقابله با تغییرات آب و هوا بردارند.

¹ Gaita

² Both

³ Dubois

⁴ Paul

منابع

- (۱) ساتون، دلبیو. فیلیپ (۱۳۹۲). درآمدی بر جامعه‌شناسی محیط زیست، ترجمه صادق صالحی، تهران: انتشارات سمت.
- (۲) صالحی، صادق و پازوکی نژاد، زهرا (۱۳۹۰). تحلیل کیفی ارزش‌های زیست محیطی دو نسل (دهه‌ی ۱۳۳۰ و دهه‌ی ۱۳۷۰)، کنفرانس مدیریت و برنامه‌ریزی در محیط زیست، تهران، دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.
- (۳) کریمی، یوسف (۱۳۷۳). روان‌شناسی اجتماعی، نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها، تهران: انتشارات رودکی.
- (۴) درگاه ملی آمار ایران، www.amar.org.ir، (۱۳۹۲/۷/۲۸).
- (۵) رحمانی، بیژن و مجیدی، بتول (۱۳۸۸). عوامل موثر بر مشارکت زنان در حفظ محیط زیست شهری با تاکید بر نگرش فمینیستی، فصلنامه جغرافیایی آمایش، شماره‌ی ۷: ۳۷-۱۵.
- (۶) علیقلی زاده فیروزجانی، ناصر و نصیرنیا سماکوش، نوروز (۱۳۹۱). سنجش تأثیرات زیست محیطی توسعه گردشگری در شهر بابلسر با تاکید بر رویکرد پایداری، اولین همایش ملی جغرافیا، مخاطرات محیطی و توسعه پایدار، اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.
- 7) Amelung, B., Nicholls, S. and Viner, D. (2007). Implications of global climate change for Tourism flows and seasonality, **Journal of Travel Research**, 45: 285-296.
- 8) Becken, S. (2004). **Climate change and tourism in Fiji**, Project Research, The University of the South Pacific, from www.lincoln.ac.nz.
- 9) Becken, S. (2005). **Harmonizing climate change adaptation and mitigation: The case of tourist resorts in Newzealand**, from: www.sciencedirect.com/science/article/, (Ago/2/2012).
- 10) Ceron, J. and Dubois, G. (2005). The potential impacts of climate Cchange on french tTourism, **Current Issues in Tourism**, 8 (2): 125-139.
- 11) Cooper, C. (2005). **Tourism, Recreation and Climate Change**, London, Cromwell Press.

- 12) Doherty, T. and Clayton, S. (2011). The psychological impacts of global climate change, **American Psychological Association**, 66 (4): 265-276.
- 13) Dubois, G. and Paul, J. (2006), **Tourism and climate change: Proposals for a research agenda**, from www.tandfonline.com, (Oct/7/2013).
- 14) Elsasser, H. and Bürki, R. (2002). Climate change as a threat to tourism in the Alps, **Climate Research**, 20: 253-257.
- 15) Gaita, R. and Both, M. (n.d). **Climate change and local awareness: A comparative study on tourism stockholders in Zandvoort(NL) and Costa del Sol(ES)**, From www.traveloke.com/.(Oct/7/2013).
- 16) Gebrayel, A. (2013). **The Impact of climate change on tourism in the Mediterranean Region**, from www.cyprus-institute.ecoethics.net, (Oct/7/2013).
- 17) Gossling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism, **Global Environmental Change** , 12 : 283–302.
- 18) Gossling, S. and Hall, M. (2006). **Tourism and Global Environmental Change**, London: Rutledge Press.
- 19) IPCC. (2007). **Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change, Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Intergovernmental Panel on Climate Change**, Cambridge: Cambridge Press.
- 20) Jones, R. (2001). An environmental risk assessment/management framework for climate change impact assessments, **Natural Hazards**, 23:197-230.
- 21) McKercher, B., Prideaux, B. and Pang, S. (2010). Attitude of tourism students to the environment and climate change, **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 18(1-2):108-143.
- 22) Moen, J. and Fredman, P. (2007), Effects of climate change on Alpine skilling in Sweden, **Journal of Sustainable Tourism**, 15(4): 418-430.
- 23) Navaratana, T. (2013). Sustainable marketing in Asian context: Understanding customers' attitudes toward climate change and sustainable tourism, **Proceedings of 8th Asian Business Research Conference**, Thailand.

- 24) Polovitz, N., Becerra, L. and Zumstein, P. (2011). Climate change & tourism literature review, **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 18 (1-2):108-143.
- 25) Simpson, M., Gossling, S. and Scott, S. (2008). **Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices**, UNEP: University Oxford.
- 26) Scott, D., Amelung, B. and Becken, S. (2007). **Climate change and tourism: Responding to global channenges**, from: sdt.unwto.org (Oct/7/2013).
- 27) Scannel, L. and Gifford, R. (2011). Personally relevant climate change: The role of place attachment and local versus global message framing in engagement, **Journal of Environment and Behavior**, xx(x): 1-26.
- 28) Shwom, R., Bidwell, D., Dan, A. and Dietz, T. (2010). Understanding US. public support for domestic climate change policies, **Global Environmental Change**, 20: 472-782.
- 29) Sutton, S.G. and Tobin, R.C. (2011). Constraints on community engagement with Great Barrier Reef climate change reduction and mitigation, **Global Environmental Change**, 21: 894-905.
- 30) Thomas, R. and Vanel, D. (2008). **Attitudes to climate change; a strategy of travel agents and tour operators**, from www.itt.co.uk/documents/itt (Oct/7/2013).
- 31) Whitmarsh, L., Seyfang, G. and O'Neill, S. (2011). Public engagement with carbon and climate change: To what extent is the public carbon capable? **Global Environmental Change**, 21: 56-65.
- 32) Wall, G. and Badke, C. (1994). Tourism and climate change: An international perspective, **Journal of Sustainable Tourism**, 2: 193-203.