



Universitetet
i Stavanger

GURO EMILIE FORLAND OG SILJE MARIE VELDE
VEILEDER: LEIF SELSTAD

Påvirkningsfaktorer på miljøatferd i naturbasert turisme

Bacheloroppgave, 2024

Reiselivsledelse

Norsk hotellhøgskole

Det samfunnsvitenskapelige fakultet



Påvirkningsfaktorer på miljøatferd i naturbasert turisme

«Hvordan påvirker ulike faktorer turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner?»



Universitetet
i Stavanger

Norsk hotellhøgskole

Bacheloroppgave i reiselivsledelse

Forfattere:

Guro Emilie Forland

Silje Marie Velde

Studiepoeng: 20

Stavanger, mai 24

Forord

Vi ønsker å uttrykke vår takknemlighet overfor vår veileder Leif Selstad for hans veiledning, støtte og faglige innsikt gjennom hele bachelorprosessen. Videre ønsker vi å takke Universitetet i Stavanger (UiS) og Norsk hotellhøgskole (NHS) for deres akademiske støtte, tilgang til ressurser og det stimulerende læringsmiljøet som har bidratt til vår faglige og personlige vekst gjennom studieperioden.

Nå som tre år med studier nærmer seg slutten, hvor utallige lange kvelder og netter er tilbrakt på skolebiblioteket på UiS og ved NHS, må vi anerkjenne hvordan våre studievenner har gjort denne reisen mulig. Deres humor og glede har vært uvurderlige gjennom alle utfordringene vi har møtt sammen. Til slutt ønsker vi å takke hverandre for vårt arbeid, engasjement, latter og godt samarbeid gjennom hele prosessen. Vår innsats og dedikasjon har vært avgjørende for å nå målene og fullføre denne forskningsoppgaven på en tilfredsstillende måte.

Sammendrag

Hensikten med denne bacheloroppgaven er å utforske ulike faktorer som påvirker turistens miljøatferd. Problemstillingen som blir adressert er «*Hvordan påvirker ulike faktorer turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner*». Oppgaven presenteres med en introduksjon av temaet og viktigheten av forskningen, etterfulgt av en gjennomgang av relevant teori og tidligere forskning som legger grunnlaget for drøfting i resultat- og metodediskusjonen.

Det er blitt benyttet systematisk kunnskapsoppsummering som metode i denne oppgaven, hvor ti forskningsartikler ble nøye utvalgt og analysert. Gjennom analysen ble det identifisert tre hovedfaktorer, dette er emosjonelle og kognitive faktorer, verdier og normer, og destinasjonens ansvar. Det konkluderes med at de tre hovedfaktorene er sentrale for å påvirke turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner. Hvor emosjonelle responser, biosfæriske (miljømessige) og altruistiske verdier, samt destinasjonens miljøansvar spiller stor rolle i å fremme miljøvennlig atferd. I resultatdiskusjonen argumenteres det for at en dypere forståelse av de nevnte faktorene kan føre til mer effektive tiltak for å fremme miljøvennlig atferd blant turister. Videre i metodediskusjonen argumenteres valg og beslutninger som er foretatt i forskningsprosessen. Avslutningsvis presenteres en konklusjon av den helhetlige oppgaven og forslag til videre forskning om temaet.

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING	1
2.0 TEORI	2
2.1 BÆREKRAFTIG TURISME	3
2.2 NATURBASERT TURISME	3
2.3 MILJØVENNLIG ATFERD	3
2.3.1 <i>Affektive og kognitive holdninger</i>	4
2.3.2 <i>Value-Belief-Norm Theory</i>	4
2.3.3 <i>Theory of Planned Behavior</i>	5
2.4 DESTINASJONENS SOSIALE ANSVAR	6
2.5 VISITOR IMPACT MANAGEMENT	7
2.5.1 <i>Interpretasjon</i>	8
3.0 METODE.....	8
3.1 INTRODUKSJON TIL METODISK TILNÆRMING	8
3.2 LITTERATURSØK	10
3.2 SELEKTERINGSPROSESS	11
4.0 RESULTATER	16
4.1 EMOSJONELLE OG KOGNITIVE FAKTORER	17
4.1.1 <i>Formål</i>	17
4.1.2 <i>Metode</i>	17
4.1.3 <i>Resultat</i>	19
4.2 VERDIER OG NORMER	20
4.2.1 <i>Formål</i>	20
4.2.2 <i>Metode</i>	21
4.2.3 <i>Resultat</i>	21
4.3 DESTINASJONENS MILJØANSVAR	22
4.3.1 <i>Formål</i>	22
4.3.2 <i>Metode</i>	23

4.3.3 Resultat.....	23
5.0 DISKUSJON	25
5.1 RESULTATDISKUSJON	26
5.1.1 Følelser er en stor indikator	26
5.1.2 Miljøvennlige verdier og normer	27
5.1.3 Miljømessig ansvar	30
5.1.4 Implementeringsstrategier og tiltak.....	31
5.2 METODEDISKUSJON	33
6.0 KONKLUSJON	35
7.0 LITTERATURLISTE	38

Tabell- og figuroversikt

Tabell 1: Inklusjons- og eksklusjonskriterier	9
Tabell 2: Litteraturoversikt.....	15
Tabell 3: Hovedfaktorer i artiklene	16
Figur 1: PRISMA flytdiagram av ekskluderingsprosessen	12
Figur 2: Visualisering av påvirkningsfaktorer på miljøvennlig atferd.....	36

1.0 Innledning

Turisme er en av de viktigste bidragsyterne til mange regionale samfunn og verdensøkonomien som helhet. Likevel medfører turisme en miljøpåvirkning som belaster det lokale økosystemet, og hvor turistens forbruk av naturressurser kan føre til miljøforringelse på turistdestinasjonene (Chubchuwong et al., 2014, s. 657). Naturbasert turisme, som fokuserer på å utforske naturområder, forsterker utfordringen knyttet til miljøpåvirkning og nødvendighet av bærekraftig praksis for å beskytte verdifulle økosystemer (Mandić & Walia, 2023, s. 1). Vi kan dermed anta at enkeltpersoners intensjoner om miljøvennlig atferd, er avgjørende for å støtte bærekraften til en destinasjon.

Flere studier understreker turistens motvillighet til å beskytte miljøet under ferier. Turister føler de har krav på ferie, noe som blir en barriere mot miljøvennlig atferd og handlinger (Chubchuwong et al., 2014, s. 658; X. Wang et al., 2019, s. 727). Å finne effektive metoder for å engasjere turister i miljøvennlig atferd har dermed blitt en kritisk utfordring. Tiltak rettet mot å forme atferd er da anbefalt som en verdifull tilnærming for å adressere dette problemet (X. Wang et al., 2019, s. 727). Litteraturen viser til hvordan ulike faktorer spiller ulike roller i å forme turistens miljøatferd. (Esfandiar et al., 2023, s. 2; Lee et al., 2021, s. 2; Moghimehfar et al., 2019, s. 176). I lys av dette, ønsker vi å rette fokus på en oversikt over dagens vitenskapelige kunnskap om potensielle faktorer for å fremme turistens miljøvennlige atferd. Følgende problemstillingen er med dette utformet:

«Hvordan påvirker ulike faktorer turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner»

Problemstillingen er mer spesifikt delt inn i følgende forskningsspørsmål:

- Hvilke psykologiske faktorer er empirisk bevist å forme turistens miljøatferd?
- Påvirker destinasjonens miljøansvar turistens miljøatferd?
- Hvordan kan destinasjonen tilrettelegge og fremme miljøvennlig atferd hos turister?

For å svare på forskningsspørsmålene har det blitt gjennomført en systematisk kunnskapsoppsummering ved bruk av ti forskningsartikler. Etter grundig analyse av forskningsartiklene, har det blitt gjort rede for ulike faktorer som spiller inn hos turistens miljøvennlige atferd. De aktuelle faktorene er: 1) Emosjonelle og kognitive, 2) Verdier og normer og 3) Destinasjonens miljøansvar. De tre overnevnte faktorene har satt strukturen for resultat- og diskusjonsdelen i oppgaven.

Det er allerede en omfattende mengde forskning på dette området, og en kunnskapsoppsummering kan derfor tilby verdifull innsikt for reiselivsnæringen, spesielt naturbaserte destinasjoner. Ved å sammenligne og oppsummere funn fra flere utvalgte studier, bidrar dette arbeidet med relevant informasjon som kan styrke fremtidig forskning. Dette vil i sin tur gi bedre forståelse av turistens atferd og støtte utviklingen av tiltak for å fremme miljøvennlighet på disse destinasjonene.

2.0 Teori

I dette kapitlet presenteres den teoretiske delen av oppgaven. Teoridelen skal bistå med å gi en helhetlig forståelse for de grunnleggende teoriene og de større begrepene som blir benyttet i oppgaven. Teorier og begreper benyttet er tidligere forskning om bærekraftig turisme, miljøvennlig atferd, affektive og kognitive holdninger, Value-Belief-Norm Theory, Theory of Planned Behavior, Destinasjonens Sosiale Ansvar og Interpretasjon.

2.1 Bærekraftig turisme

En generell verdenskjent definisjon om bærekraftig utvikling er «En utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov» (FN-sambandet, u.å.). Bærekraftig turisme er et direkte biprodukt av bærekraftig utvikling, hvor det forsøker å øke turismens positive virkninger, og samtidig redusere de negative. Bærekraftig turisme defineres som det å tilfredsstille behovene til dagens turister og destinasjonen, i tillegg til å beskytte og forbedre mulighetene for fremtiden (Slocum et al., 2020, s. 10).

2.2 Naturbasert turisme

Naturbasert turisme omtales som en form for turisme med fokus på opplevelser direkte tilknyttet naturens attraksjoner, ofte i beskyttede naturområder eller villmark. Dette innebærer å utforske relativt urørte områder som naturparker, innsjøer, øyer, fjell og daler, samt å engasjere seg i aktiviteter som fotturer, skigåing, trekking og svømming utendørs (Mandić & Walia, 2023, s. 1). Interessen for dyptgående, minnerike og ekte naturopplevelser er stor, og naturbasert turisme er nåværende den hurtigste ekspanderende sektoren innen global turisme. Den utgjør det mest betydningsfulle turistsegmetet for mange destinasjoner, og det forventes at denne trenden vil fortsette å vokse i årene som kommer (Mandić & Walia, 2023, s. 1-2).

2.3 Miljøvennlig atferd

Miljøvennlig atferd refererer til atferd som reduserer negativ innvirkning på miljøet, samt fremmer bærekraftig praksis (Steg & Vlek, 2009, s. 309). I tidligere studier av miljøvennlig atferd har forskere hovedsakelig konsentrert seg om faktorer på individnivå, inkludert demografiske, økonomiske og kulturelle faktorer (Halpenny, 2010; M. Kim & Koo, 2020; D.-W. Li et al., 2019). Pourhossein et al. (2023) definerer miljøvennlig atferd som handlinger

utført for å beskytte og bevare det naturlige miljøet. Dette bekreftes av Kollmuss & Agyeman, hvor deres forskning viser til at individer som engasjerer seg i miljøvennlig atferd bevisst, minimerer egen negativ påvirkning på miljøet (Kollmuss & Agyeman, 2002, s. 240).

Turistens miljøvennlige atferd er basert på ulike nivåer av engasjement og konflikter tilknyttet individuelle og felles interesser. Dette kan variere fra lav innsats som «ikke gå utenfor oppmerket område» til høyere innsats som «bidra med frivillig arbeid ved reisemålet» (Q. Li & Wu, 2020, s. 1372).

2.3.1 Affektive og kognitive holdninger

Eksisterende forskning innenfor turisme og miljøvennlig atferd legger vekt på ulike sosialpsykologiske faktorer, som i ulik grad kan påvirke turisten til å handle mer miljøvennlig. Forskningen innen sosialpsykologi beskriver at affektive og kognitive holdninger er en sentral komponent når det gjelder å forutsi turistens miljøvennlige atferd (Chiu et al., 2014, s. 322). Affektive holdninger i reiselivssammenheng omhandler følelsesmessige reaksjoner et individ har mot blant annet attraksjoner, destinasjoner og reiseopplevelsen. Disse holdningene kan være basert på følelser som glede, ærefrykt, spenning, avslapning eller frustrasjon. Kognitive holdninger menes med alt som har med tenkning, forståelse og kunnskap om attraksjonen og/eller destinasjonen (Ajzen, 2005, s. 4–5; B. Kim & Chen, 2021, s. 1152).

2.3.2 Value-Belief-Norm Theory

Stern og hans medarbeidere utarbeidet en teoretisk tilnærming innen miljøpsykologi i 1999 kalt Value-Belief-Norm Theory (VBN-teorien). Teorien hevder at miljøvennlig handling er et resultat av tre komponenter: 1) verdier, 2) tro og 3) normer (Stern et al., 1999, s. 83).

Individets miljøatferd gjenspeiles av ens verdier angående miljøvern, troen på individuelle

handlingers innvirkning på miljøproblemer, samt ens sosiale og personlige normers påvirkning på miljøatferden (Fornara et al., 2020, s. 2; Sharma & Gupta, 2020, s. 830).

Verdier er grunnleggende mål som påvirker et individs atferd på tvers av ulike situasjoner, samt reflekterer deres personlighet og veileder dens generelle valg og handlinger. Disse verdiene skilles i biosfæriske, altruistiske og egoistiske verdier. Biosfæriske verdier er tilknyttet forståelsen av viktigheten med å beskytte og bevare natur og miljø. Altruistiske verdier legger vekt på moralen om å handle til fordel for andre, selv om det ikke nødvendigvis gir personlig nytte. Egoistiske verdier omhandler en individs tendens til å prioritere egne interesser og behov over andres. De ulike verdiene et individ har gjenspeiles i troen på hvilken innvirkning individet har på miljøproblemer, og denne troen blir videre integrert i personens sosiale og personlige normer. Videre er normer etablerte retningslinjer for akseptabel atferd som styrer et individs oppførsel, samt reflekterer samfunnets forventninger og påvirker deres interaksjoner med andre. Ifølge VBN-teorien er normer utviklet på grunn av ulike oppfatninger: økologisk verdensbilde, bevissthet av konsekvenser og tilskrivning av ansvar. Det økologiske verdensbildet refereres til individets generelle oppfatning og forståelse av forholdet mellom mennesket og miljøet. Bevissthet av konsekvenser omhandler individets grad av hensyn til miljømessige, sosiale og økonomiske konsekvenser av ens atferd (Sharma & Gupta, 2020, s. 830–831; Steg et al., 2012, s. 422-424).

2.3.3 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB-modellen) er en psykologisk teori som ble utviklet av Icek Ajzen som en utvidelse av tidligere teorier om atferdsendring. Holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll er kjernepunktene i TPB-modellen. Disse punktene kjennetegnes som standardiserte mål som sikrer konsistens og sammenlignbarhet i forskning, og er sentrale

for å forklare og forutsi menneskelig atferd basert på individets intensjoner om å utføre en bestemt handling (Ajzen, 1991, s. 179; Esfandiar et al., 2023, s. 8). I teorien refererer holdninger til individets positive eller negative vurdering av en bestemt atferd. Videre omhandler subjektive normer til opplevd sosialt press til å utføre eller unngå denne atferden, mens oppfattet atferdskontroll refererer til individets oppfatning av vanskelighetsgraden på å utføre atferden (Ajzen, 1991, s. 188).

Selv om TPB-modellen primært fokuserer på kognitive komponenter av holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll, har tidligere forskning ofte utvidet modellen. De har konkludert med at affektive responser spiller en kritisk rolle i å forme atferdsintensjoner og faktisk atferd. Med andre ord, kan følelsesmessige reaksjoner til potensiell atferd ofte drive beslutninger på en mer umiddelbar og kraftfull måte (Bamberg, 2003, s. 30–31; Carrus et al., 2008, s. 58–59; Conner & Armitage, 1998, s. 1452–1453).

2.4 Destinasjonens Sosiale Ansvar

Destinasjonens sosiale ansvar (Destination Social Responsibility, DSR) er en flerdimensjonal konstruksjon som omfatter økonomiske, miljømessige, etiske og filantropiske ansvarsområder (Tran et al., 2018, s. 10). DSR betegner en forpliktelse alle interessenter ved en destinasjon har til å minimere negativ påvirkning på økonomi, miljø og samfunn. Dette inkluderer tiltak som beskytter og forbedrer de sosiale og miljømessige aspektene ved hele destinasjonen, samt som det sikrer at lokalsamfunnets velferd forbedres (Tran et al., 2018, s. 3). Videre underbygger tidligere forskning, slik som studien utført av Aziz & Niazi (2023), at DSR også forsterker forholdet mellom turistens affektive oppfatning av reisemålet og deres miljøansvarlige atferd (Aziz & Niazi, 2023, s. 1967).

2.5 Visitor Impact Management

Visitor Impact Management (VIM) er et rammeverk som ble utviklet hovedsakelig for nasjonalparker av forskere i USA. Hovedmålet med VIM- teorien er å balansere behovet for besøksopplevelser og bevaring av miljøet, og brukes for å håndtere og minimere negativ innvirkning fra turister på naturressurser, kulturelle steder og samfunn (Newsome et al., 2002, s. 167–168). I boken «Natural Area Tourism» av Newsome et al. (2002), blir VIM- teorien beskrevet som en prosess med åtte trinn. Denne prosessen inkluderer evaluering av eksisterende data og ledelsesmål, valg av indikatorer og standarder for å avdekke uakseptable virkninger, samt utvikling av tilpassede ledelsesstrategier på identifiserte årsaker. De første fem trinnene i prosessen fokuserer på problemidentifikasjon, hvorav det femte trinnet krever observasjon av de eksisterende forholdene for de indikatorene som ble valgt i trinn tre. Dersom disse forholdene overskrider de fastsatte standardene, er det nødvendig i det sjette trinnet å bestemme årsakene til disse avvikene, hvor det er essensielt å isolere den primære årsaken til virkningen. De siste trinnene, syv og åtte, handler om å identifisere og implementere ledelsesstrategier. Det er imidlertid vanskelig å forutse hvilken ledelsesstrategi som vil være mest effektiv, men nøkkelen til utvelgelsen er å oppnå en balanse mellom de forskjellige kriteriene. For eksempel kan en strategi potensielt redusere negative virkninger, men samtidig forårsake nye problemer. Disse trinnene skaper en syklus av kontinuerlig forbedring og tilpasning, som sikrer at forvaltningen av besøkspåvirkninger er effektiv og bærekraftig. Ved å følge disse trinnene kan forvaltere av områder bedre balansere behovene til turistene og bevaring av naturressurser i naturbasert turistområder (Newsome et al., 2002, s. 168–169).

2.5.1 Interpretasjon

Interpretasjon omhandler det å kommunisere og utdanne, og fokuserer også på viktigheten av besøkendes nytelse, å vekke nysgjerrighet og å bidra til bevaring (Moscardo, 2003, s. 113). Å tilby besøkende informasjon er en vanlig aktivitet innen turisme, og kan betraktes som en del av VIM. Situasjonene varierer fra grunnleggende sikkerhetsmeldinger og enkle veibeskrivelser, til komplekse forklaringer på historie og opphav av destinasjoner (Moscardo, 2003, s. 112). Moscardo (2003) legger vekt på ulike prinsipper for effektiv interpretasjon. Dette inkluderer blant annet å informere turistene om passende oppførsel, fremme bekymring, tilby personlige tilknytninger og å skape klart innhold. Korrekt bruk av interpretasjon kan potensielt bidra til betydelige bidrag til utviklingen av en mer bærekraftig naturbasert reiselivsdestinasjon (Moscardo, 2003, s. 121).

3.0 Metode

3.1 Introduksjon til metodisk tilnærming

Det brukes en kunnskapsoppsummering som metode for å svare på problemstillingen «Hvordan påvirker ulike faktorer turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner» i denne bacheloroppgaven. Boken Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode av Johannessen et al. (2016) har blitt brukt som veiledning i denne prosessen. En kunnskapsoppsummering er en form for en litteraturstudie som utfører en systematisk gjennomgang av eksisterende litteratur om et bestemt emne eller forskningsspørsmål, og danner et grunnlag for fremtidig forskning (Johannessen et al., 2016, s. 103).

For å kunne kvalifiseres til en systematisk gjennomgang av litteratur er det flere kriterier som skal være oppfylt (Johannessen et al., 2016, s. 103). Under forskningsprosessen har vi satt opp en tabell (se *tabell 1*, s. 9) som viser en oversikt over inklusjons- og eksklusjonskriterier for å

kunne forsikre at forskningen var direkte relevant og svarer på problemstillingen. De artiklene som ikke levde opp til inklusjonskriteriene, ble automatisk ekskludert av forskningen.

Inklusjonskriterier	Eksklusjonskriterier
<ul style="list-style-type: none">- Artikkelen er skrevet de siste 10 årene (2014 – 2024)- Artikkelen er fagfellevurdert- Artikkelen er skrevet på engelsk- Artikkelen presenterer egne funn- Artikkelen bruker kvantitativ forskningsmetode- Artikkelen omhandler psykologiske faktorer og/eller destinasjonens miljøansvar som påvirker turistens miljøvennlige atferd- Artikkelen er basert på naturbasert turisme	<ul style="list-style-type: none">- Artikkelen er skrevet før 2014- Artikkelen er en kunnskapsoppsummering- Artikkelen omhandler spesifikt klimaendringer, luftforurensing og betalingsvillighet

Tabell 1: Inklusjons- og eksklusjonskriterier

Vi har valgt å inkludere forskningsartikler hvor alle eksklusivt bruker kvantitativ metode som forskningstilnærming. Hensikten med kvantitativ metode er å identifisere mønstre, sammenhenger og regelmessigheter i datamaterialet (Johannessen et al., 2016, s. 28). Ved å fokusere utelukkende på forskningsartikler som benytter kvantitativ metode, vil det gi oss objektiv data gjennom tall og statistikk, samt ofte flere respondenter enn andre tilnærminger.

Vi kommer til å gi en dypere forklaring på inklusjons- og eksklusjonskriteriene vi har valgt videre, i neste kapittel.

3.2 Litteratursøk

I den første fasen av forskningsprosessen, som startet 11.01.2024, utførte vi flere søk i ulike databaser som Google Scholar, ORIA og Hospitality and Tourism Complete. Her brukte vi søkeord som «Sustainability», «visitor management», «nature-based» og «tourism» for å identifisere relevante studier innenfor vårt forskningsområde. Under disse søkene ble det identifisert følgende teorier relevante for vår problemstilling: «pro-environmental behavior», «Value-belief-Norm theory» og «Theory of Planned Behavior». Google Scholar ga oss et godt utgangspunkt og oversikt over den eksisterende litteraturen som kunne være relevant, men den massive dekningen ga et for omfattende treff, og det var en rekke overflødig og ikke relevant informasjon som måtte filtreres ut. På den andre siden var Hospitality and Tourism Complete for snevret inn og ga ikke tilstrekkelig bredde i litteraturen. Dermed ble ORIA identifisert som den optimale databasen for vårt forskningsprosjekt, da vi opplevde at den kombinerte bredde og relevans på en balansert måte. I tillegg anser vi ORIA som en effektiv database som gir god oversikt over hvilke artikler som er fagfellevurderte, noe som gjør den til et verdifullt verktøy for vår akademiske forskning. Denne balansen gjorde det mulig for oss å utføre en grundig litteraturgjennomgang ved å gi oss en bred, men likevel snevret tilgang på fagfellevurderte artikler som støttet vår problemstilling.

I vårt første søk i databasen ORIA gjennomførte vi et enkelt søk med å kombinere søkeordene «pro-environmental behavior» og «nature-based», som ga oss et resultat på 159 studier. Det ble utelukket nøkkelord som «value-belief-norm theory» og «theory of planned behavior» ettersom det ikke dukket opp tilstrekkelig mengde av studier. Videre avgrenset vi søket til kun

fagfelleverderte tidsskrifter som er publisert i løpet av de siste 10 årene, og kun norsk eller engelsk språklige. Dette søket resulterte i totalt 120 treff.

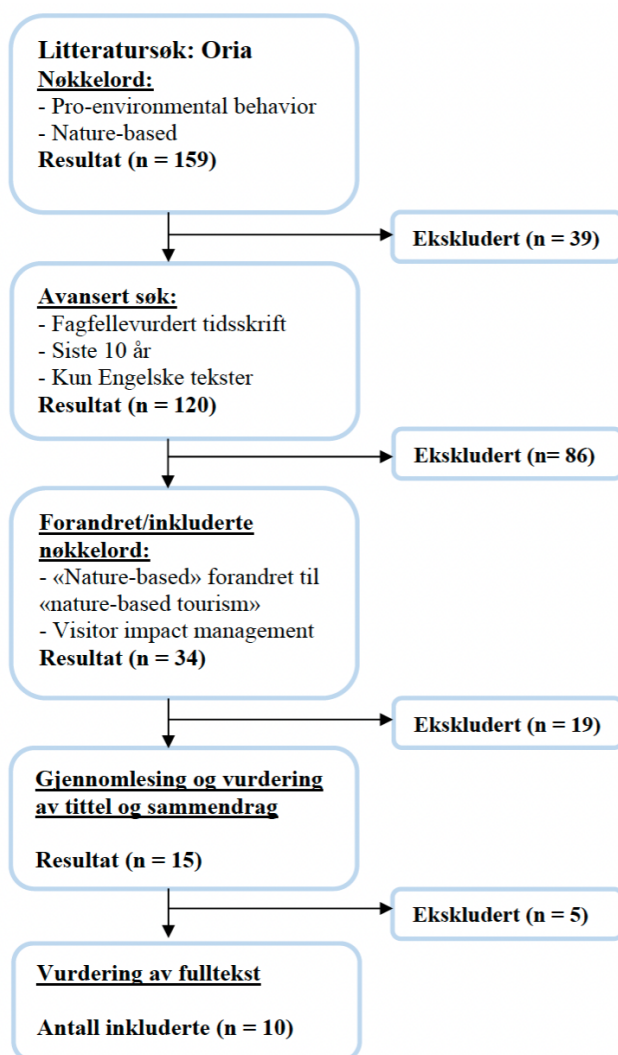
For å ytterligere avgrense søket, benyttet vi funksjonen «avansert søk». Dette verktøyet muliggjør en mer presis søkeprosess ved å tillate bruk av operatører som «OG», «ELLER», og «IKKE». Disse operatørene hjelper til med å spesifisere og kombinere søkeord, for å finjustere resultater ved å inkludere, utelukke eller kreve eksakt forekomst av visse begreper. Vi forandret nøkkelordet «nature-based» til «nature-based tourism», samt inkluderte «OG visitor impact management», og endte opp med 34 relevante studier. Søket resulterte i kun engelskspråklige artikler.

3.2 Selekeringsprosess

Etter å ha funnet 34 relevante studier, foretok vi en gjennomlesning og vurdering av tittel og sammendrag, hvor vi ekskluderte studier som ikke ble ansett som tilstrekkelig relevante for vår problemstilling. Studier som «*Impacts of environmental communication on pro-environmental intentions and behaviours: a systematic review on nature-based tourism context*» og «*The role of air quality for reaching tourism environmental sustainability: A segmentation approach based on visitors' pro-environmental behaviors*» ble ekskludert. Dette var studier som primært fokuserte på temaer knyttet til blant annet klimaendringer og luftforurensning, samt brukte kunnskapsoppsummering som metode. Dette resulterte i 15 studier. Etter en nøye vurdering av de 15 studiene, ble det videre ekskludert fem som viste seg å ikke gi oss tilstrekkelig informasjon til vår forskning. Slik som studien «*Natural attributes or aesthetic attributes: Which is more valuable in recreational ecosystem services of nature-based parks considering tourists' environmental knowledge and attitude impacts?*» ble ekskludert ettersom den fokuserte på betalingsvilligheten til turisten, et tema som ligger utenfor denne oppgavens omfang. Vi satt da igjen med ti artikler å inkludere i forskningen

vår. De valgte studiene diskuterer ulike faktorer som kognitive og affektive holdninger, verdier og normer, samt destinasjonens miljøansvar som spiller inn hos turistenes miljøatferd. Selv om vi ikke spesifikt inkluderte teorier som «value-belief-norm theory» og «theory of planned behavior» i våre søkeord, var disse teoriene likevel benyttet i flere av studiene vi endte opp med å inkludere. Dette anses som en fordel ettersom de bidrar til å forbedre forståelsen for miljøatferd, samtidig uten å ekskludere artikler som ikke direkte fokuserte på disse teoriene. Majoriteten av undersøkelsene i studiene tar plass ved nasjonalparker/provinsparker, og resterende ved relevante naturbaserte destinasjoner.

Ekskluderingsprosessen for litteraturen ble systematisert i et PRISMA flytdiagram (Figur 1):



Figur 1: PRISMA flytdiagram av ekskluderingsprosessen

Vi har utarbeidet en tabell for å få en systematisk oversikt over de utvalgte studiene. Tabellen er strukturert med tittel, forfatter, år av utgivelse, land, omfang og formål, forskningsmetode og database. Dette er for å samle og gi en oversikt av nøkkelinformasjonen som dekker de viktigste og relevante opplysningene vi har samlet inn. De utvalgte studiene vil heretter hovedsakelig bli referert til etter nummeret det er gitt i *tabell 2* (s. 14-15).

Litteraturoversikt							
Nr.	Tittel og forfattere	Nøkkelord	År	Land	Hensikt	Forskingsmetode	Database
1	<i>Ecological worldview, attitudes, and visitors' behaviour: a study of front-country campers</i> Farhad Moghimehfar, Elizabeth A. Halpenny & Howie Harshaw	Naturbasert turisme, kognitive holdninger, affektive holdninger og miljøvennlige intensjoner	2019	Canada	Å undersøke hvordan naturbaserte turistenes økologiske verdensbilde i kombinasjon med kognitive og affektive holdningsdimensjoner, og hvordan disse faktorene påvirker miljøvennlige atferdsintensjoner	Kvantitativ	Taylor & Francis Social Science & Humanities with Science & Technology
2	<i>A comparative study of relative roles and sequences of cognitive and affective attitudes on tourists' pro-environmental behavioral intention</i> Xiongzhi Wang, Xiangru Qin & Yongbo Zhou	Kognitive holdninger, affektive holdninger, miljøvennlig intensjon, Theory of Planned Behaviour, Lav innsats og høy innsats	2019	Kina	Å ta utgangspunkt i Theory of Planned Behaviour for å sammenligne betydningen av affektive og kognitive holdninger for ulike aspekter av miljøvennlig atferd	Kvantitativ	Taylor & Francis Social Science & Humanities with Science & Technology
3	<i>Inspiring awe through tourism and its consequence</i> Lili Wang & Jiaying Lyu	Turisme, ærefrykt og miljøansvarlig atferd	2019	Thailand	Å undersøke hvordan følelsen av ærefrykt i naturbaserte reisemål påvirker turistenes intensjoner og faktiske atferd relatert til miljøvennlighet	Kvantitativ	Science Direct
4	<i>Ecotourism, eudaimonia, and sustainability insights</i> Michael L. Lengieza, Carter A. Hunt & Janet K. Swim	Bærekraftig innsikt, positiv psykologi og miljøvennlig atferd	2022	USA	Å undersøke hvordan emosjonelle responser som eudaimonia og hedonia påvirker turistenes miljøvennlige atferd basert på evaluering av nylige reiseerfaringer	Kvantitativ	Taylor & Francis Social Science & Humanities with Science & Technology
5	<i>Pro-environmental behaviour among tourists visiting national parks: application of value-belief-norm theory in an emerging economy context</i> Rakesh Sharma & Anil Gupta	Miljøvennlig atferd, Value-Belief-Norm Theory, naturbasert turisme og naturvernområder	2020	India	Å benytte Value-Belief-Norm Theory til å undersøke hvordan biosfæriske- altruistiske- og egoistiske verdier, bevissthet av konsekvenser og miljøvennlige normer predikerer miljøvennlige intensjoner og atferd	Kvantitativ	Taylor & Francis Social Science & Humanities with Science & Technology

Litteraturoversikt							
Nr.	Tittel og forfattere	Nøkkelord	År	Land	Hensikt	Forskningsmetode	Database
6	<i>The extended theory of planned behaviour model and national parks visitors' pro-environmental bining behaviour: A cross-cultural perspective</i> Kourosh Esfandiari, Joanna Pearce, Ross Dowling & Edmund Goh	Miljøvennlig atferd, naturbasert turisme, tverrkulturell forskning, individualisme-kollektivism og søppelhåndteringsatferd	2023	Iran og Australia	Med utgangspunkt i en utvidet form for Theory of Planned Behavior, undersøke om individuelle verdier og normer, samt bevissthet av konsekvenser har innvirkning på miljøvennlig atferd	Kvantitativ	Science Direct
7	<i>Embarking on the trail of sustainable harmony: Exploring the nexus of visitor environmental engagement, awareness, and destination social responsibility in natural parks</i> Mehdi Pourhossein, Bradley J. Baker, Morteza Dousti, Mohsen Behnam & Saeid Tabesh	Naturbasert destinasjon, Destinasjonens Sosiale Ansvar, engasjement og økoturisme	2023	Iran	Å undersøke om Destinasjonens Sosiale Ansvar har innvirkning på miljøvennlig atferd, miljøengasjement og oppfattet miljøkvalitet	Kvantitativ	Science Direct
8	<i>A moderator of destination social responsibility for tourists' pro-environmental behaviors in the VIP model</i> SoJung Lee, Heelye (Jason) Park, Kyung Hee Kim & Choong-Ki Lee	Destinasjonens Sosiale Ansvar, Miljøvennlig atferd og Bærekraftig turisme	2021	Sør-Korea	Å undersøke hvordan destinasjonens sosiale ansvar påvirker turistenes miljøvennlige atferd, og vurder samspillet mellom turistenes biosfæriske og personlige verdier i denne sammenhengen	Kvantitativ	Science Direct
9	<i>Influence of Environmental Knowledge on Affect, Nature Affiliation and Pro-Environmental Behaviors among Tourists</i> Min-Seong Kim, JinWon Kim & Brijesh Thapa	Miljøkunnskap, miljøpåvirkning, naturtilhørighet og miljøvennlig atferd	2018	Sør-Korea	Få forståelse for hvordan subjektiv og objektiv miljøkunnskap påvirker turistenes miljøpåvirkning, samt turistenes naturtilhørighet ved en naturdestinasjon i sammenheng med miljøvennlig atferd.	Kvantitativ	DOAJ Directory of Open Access Journals
10	<i>How does interpretive tour guiding promote tourists' pro-environmental behaviour? Evidence from Tanzania</i> Malek M. Jamaliah, John T. Mgonja, Mohammad M. Alazaizeh & Robert B. Powell	Interpretasjon, turlleder, tilfredshet, miljøvennlig atferd og naturbasert turisme	2021	Tanzania	Tar sikte på å undersøke hvordan reiseledernes prestasjoner direkte og indirekte predikerer turistenes miljøvennlige atferd.	Kvantitativ	Taylor & Francis Social Science & Humanities with Science & Technology

Tabell 2: Litteraturoversikt

4.0 Resultater

Resultatene av empirien i denne oppgaven gir en dypere innsikt i hva de ulike studiene adresserer i deres forskning om turistens miljøatferd. Resultatene er organisert i ulike kategorier, basert på mønstre og sammenhenger identifisert gjennom analysen av dataene:

4.1) emosjonelle og kognitive faktorer, 4.2) verdier og normer og 4.3) destinasjonens miljøansvar. Disse resultatene vil bli sammenlignet og diskutert videre i diskusjonsdelen.

Nedenfor presenteres en tabell som illustrerer fordelingen av de utvalgte forskningsartiklene i henhold til de tre hovedfaktorene identifisert i denne studien.

Faktorer	Artikler
Emosjonelle og kognitive faktorer	Studie 1 Studie 2 Studie 3 Studie 4
Verdier og normer	Studie 5 Studie 6
Destinasjonens miljøansvar	Studie 7 Studie 8 Studie 9 Studie 10

Tabell 3: Hovedfaktorer i artiklene

4.1 Emosjonelle og kognitive faktorer

4.1.1 Formål

Studie 1, 2, 3, og 4 forsket på forskjellige emosjonelle og kognitive faktorer, og om disse påvirker miljøvennlige intensjoner og atferd. Studie 1 av Moghimehfar et al. (2019) undersøkte sammenhengen mellom affektive og kognitive holdninger, og turistens intensjoner om å delta i miljøvennlig atferd. Videre undersøkte de om det økologiske verdensbildet påvirker turistens holdninger og atferd. Studie 2 av X. Wang et al. (2019) baserer undersøkelsen på en utvidet form for TPB- modellen for å utforske betydningen av affektive og kognitive holdninger for miljøvennlig atferd på ulike aspekter av miljøvennlig atferd. Studie 3 av L. Wang et al. (2019) forsket på hvordan følelsen av ærefrykt i naturbaserte reisemål påvirker turistens intensjoner og atferd relatert til miljøvennlighet. Videre forsket studie 4 av Lengieza et al. (2022) på emosjonelle responser som eudaimonia, altså personlig mening og selvrefleksjon, og hedonia, ergo øyeblikkelig tilfredsstillelse eller nytelse. Formålet var å undersøke om og eventuelt hvordan disse emosjonelle responsene påvirket turistenes miljøvennlige atferd.

4.1.2 Metode

Studie 1 innhentet data til forskningen ved provinsen Alberta, Canada i løpet av august og september 2014. Tilfeldige utvalgte campere fra 18 år og eldre gjennomførte en papirbasert spørreundersøkelse. Undersøkelsen resulterte i 1 009 gyldige svar som ble brukt til forskningen (Moghimehfar et al., 2019, s. 178). Resultatene fra Studie 2 ble innhentet ved å utføre undersøkelser ved to forskjellige destinasjoner i Kina. Første studie ble utført ved Kinas første nasjonale skogpark, Wulingyuan, som er en UNESCO-verdensarv. Spørreundersøkelsen ble gjennomført på stedet, i hverdager og i helger, for å sikre variert utvalg av deltakere fra 22. til 28. juli 2017 og fikk 143 gyldige svar (X. Wang et al., 2019, s.

732–733). Andre studie tok plass ved øya Kulangsu, som også er oppført på verdensarvlisten, lokalisert utenfor kysten til storbyen Xiamen. En spørreundersøkelse på stedet ble utført fra 11. til 20. august 2018, og samlet inn totalt 466 skjemaer (X. Wang et al., 2019, s. 737). Totalt var det 609 gyldige svar fra studie 2.

Studie 3 foretok tre ulike undersøkelser for å samle forskningsmaterialet, en feltundersøkelse og to eksperimenter. Felt undersøkelsen ble utført i to populære reiselivsdestinasjoner i Kina, Yellow Mountain og Three Gorges Dam, med manglende informasjon om når den ble utført. 422 spørreundersøkelser, med jevn fordeling fra begge steder, ble brukt i studien. Det første eksperimentet ble utført med videovisning for å forfremme følelsen av ærefrykt på naturområdene, etterfulgt av en spørreundersøkelse, hvorav 195 resultater ble innhentet. I det andre eksperimentet foretok de en laboratoriestudie med et studentutvalg fra Kina. Det ble holdt av 200 plasser til eksperimentet for å teste faktiske miljøvennlig atferd, og 183 forsøkspersoner møtte opp. Eksperimentet gikk ut på å dele ut godteri og snacks til deltakere, og å observere søppelhåndteringen i sammenheng med ærefrykt (L. Wang & Lyu, 2019, s. 109–114). Totalt var det 800 ulike resultater brukt i studie 3.

Studie 4 rekrutterte to grupper med psykologistudenter, ved et offentlig universitet i USA, til å delta i en spørreundersøkelse basert på deres siste ferie som har vart minst én uke. Det foreligger ingen spesifikk datomerking for gjennomføringen av de to nevnte gruppeundersøkelsene. Den første undersøkelsen fant sted i løpet av høstsemesteret, mens den andre undersøkelsen fant sted i løpet av vårsemesteret. I begge undersøkelsene skulle respondentene basere svarene på sin ferie opptil seks måneder før utført undersøkelse. Fra begge studiene ekskluderte de 29 deltakerne fra undersøkelsen, og fikk da totalt 565 gyldige svar fra de

gjenværende deltakerne, hvorav den første gruppen hadde 372 og den andre gruppen hadde 193 (Lengieza et al., 2022, s. 47).

4.1.3 Resultat

Studie 1 sine resultater forteller at den affektive delen av holdninger har en betydelig påvirkning på intensjoner til å engasjere seg i miljøvennlig atferd, mens den kognitive delen ikke var signifikant. Til tross for at kognitive holdninger ikke førte til intensjoner om miljøvennlig atferd, viser resultatene at et individs økologiske verdensbilde har en signifikant påvirkning på miljøvennlige intensjoner både direkte og indirekte gjennom affektive holdninger. Dette indikerer at individets generelle oppfatning og forståelse av forholdet mellom mennesket og miljøet, kan bidra til å endre holdninger og atferd hos turisten (Moghimehfar et al., 2019, s. 180).

De to undersøkelsene i studie 2 viser samme resultat. Funnene viser at affektive holdninger hadde en signifikant positiv innvirkning på alle ulike aspekter, og var den største prediktoren for høy innsats av miljøvennlig atferd. Videre ble det oppdaget at kognitive holdninger hadde en ubetydelig innvirkning på lav innsats, samt en signifikant negativ innvirkning på høy innsats for miljøvennlig atferd. Dette indikerer at følelsesmessige reaksjoner og opplevelser er mer effektive i å motivere miljøvennlig atferd enn kognitive overbevisninger alene (X. Wang et al., 2019, s. 734–739).

Funnene i begge spørreundersøkelsene fra studie 3 viser at følelsen av ærefrykt i naturbaserte reiselivsdestinasjoner, kan bidra til en positiv effekt på turistenes intensjoner til å engasjere seg i miljøvennlig atferd. Fra eksperimentelle bevis viser funnene at ærefrykt forårsaker positive endringer i turistenes intensjoner og faktiske handlinger om å handle miljøvennlig. Deltakere

som opplevde ærefrykt på stedet, var mer sannsynlig til å kaste søppelet i søppelbøtten, sammenlignet med de som ikke opplevde det (L. Wang & Lyu, 2019, s. 109–114).

Resultatene fra studie 4 viser at følelsen av eudaimonia spilte en viktig rolle som en mediator i forholdet mellom turistopplevelsen og miljøvennlig innsikt. Studien viser at eudaimonia forsterker miljøvennlig innsikt i naturbaserte reiselivsdestinasjoner. Videre viser studien at hedoniske opplevelser ikke hadde en lignende effekt, men var heller negativt assosiert til dette aspektet. Dette indikerer at emosjonelle responser som personlig mening og selvrefleksjon kan provosere miljøvennlig atferd, samt at øyeblikkelig tilfredsstillelse eller nytelse ikke er assosiert med, og kan til og med motvirke, økt miljøvennlig atferd (Lengieza et al., 2022, s. 51–53).

4.2 Verdier og normer

4.2.1 Formål

Studie 5 av Sharma & Gupta (2020) og studie 6 av Esfandiar et al. (2023) undersøkte hvordan ulike verdier, normer og overbevisninger predikerer og innvirker miljøvennlige intensjoner og atferd. Sharma & Gupta (2020) benytter seg av VBN-teorien til å undersøke hvordan biosfæriske (miljømessige), altruistiske og egoistiske verdier, bevissthet av konsekvenser og miljøvennlige normer predikerer miljøvennlige intensjoner og atferd.

Videre anvender Esfandiar et al. (2023) en utvidet form for TPB-modellen for å undersøke om individuelle verdier og normer har innvirkning på miljøvennlig atferd. Ved å utvide modellen har de også forsket på bevissthet av konsekvenser, som hovedsakelig ikke er et begrep innenfor den originale modellen. Studien fokuserer på atferd knyttet til søppelsortering hos turister i ulike kulturelle kontekster. Australia som representant for en individualistisk kultur,

og Iran som representant for en kollektivistisk kultur. Hensikten er å vurdere om kulturforskjeller påvirker denne atferden.

4.2.2 Metode

Studie 5 samlet inn sitt forskningsmateriale gjennom et spørreskjema, november til desember i 2019, ved Jim Corbett National Park i Uttarakhand, India. De distribuerte 332 undersøkelser til turister, men kun 281 ble brukt i studien (Sharma & Gupta, 2020, s. 832–833). Studie 6 foretok to spørreundersøkelser ved ulike destinasjoner, den første fant sted i Sorkh-e-hesar National Park i Iran mellom november 2017 og januar 2018. Senere foretok de den andre spørreundersøkelsen ved Yanchep National Park i Australia, i perioden mars til april 2018. Totalt brukte de 459 gyldige svar, fordelt på 240 fra Iran og 219 fra Australia (Esfandiar et al., 2023, s. 5).

4.2.3 Resultat

Resultatene fra studie 5 viser at turister som uttrykker en høyere grad av bevissthet av konsekvenser, føler seg forpliktet til å engasjere seg i miljøvennlig atferd. Funnene støtter at biosfæriske og altruistiske verdier har en signifikant positiv innflytelse på et individs økologisk verdensbilde. Naturbaserte turister som bryr seg om miljøet og andre menneskers velvære, har også en positiv oppfatning av menneskets påvirkning på miljøet og jorden. Imidlertid fant studien at egoistiske verdier har en negativ virkning på ens økologisk verdensbilde. Videre forteller resultatene at miljøvennlige normer har en betydelig positiv innflytelse på miljøvennlige intensjoner (Sharma & Gupta, 2020, s. 834–836).

Studie 6 sine resultater forteller at sosiale og personlige normer, oppfattet atferdskontroll og bevissthet av konsekvenser hadde signifikant innflytelse i å forutsi miljøvennlig atferd, både i

Iran og Australia, når det gjelder avfallshåndtering. Studien fant også at holdninger ikke nødvendigvis forutser om individer engasjerer seg i miljøvennlig atferd. Personlige normer var den sterkeste prediktoren for miljøvennlig atferd. Studien fant ingen betydelige forskjeller mellom de to kulturelle gruppene, som de mener støtter de standardiserte målene i TPB-modellen for å beskrive ulike normer og verdier som fører til miljøvennlig atferd på tvers av kulturer (Esfandiar et al., 2023, s. 7–8).

4.3 Destinasjonens miljøansvar

4.3.1 Formål

Studie 7, 8, 9 og 10 undersøkte, ved ulike tilnærminger, dersom destinasjonen kan tilrettelegge for å påvirke turistens miljøvennlige atferd. Studie 7 av Pourhossein et al. (2023) og studie 8 av S. Lee et al. (2021) undersøker DSR og hvordan dette påvirker turistens miljøvennlige atferd. Pourhossein et al. (2023) ønsket også å redegjøre for sammenhengen mellom miljøengasjement, oppfattet miljøkvalitet og miljømessig identitet. I tillegg har S. Lee et al. (2021) undersøkt turistens miljøvennlige atferd basert på hvordan biosfæriske verdier og personlige normer påvirker hverandre. Studie 9 av Kim et al. (2018) analyserte hvordan subjektiv miljøkunnskap, som omhandler individuelle oppfatninger, opplevelser og tolkninger av miljøet, og objektiv miljøkunnskap, ergo faktabasert og vitenskapelig informasjon om miljøet, påvirker turistens miljøpåvirkning. Dette refererer til den emosjonelle responsen eller reaksjonen et individ har på miljøet rundt dem. I tillegg undersøkte de turistenes naturtilhørighet ved en naturbasert destinasjon. Formålet var å undersøke hvordan disse faktorene bidro til turistens miljøvennlige atferd. Studie 10 av Jamaliah et al. (2021) undersøkte hvordan turlederen ved destinasjonen fungerer som stimuli for å påvirke turistens tilfredshet, opplevelse, og miljøvennlige atferd.

4.3.2 Metode

Studie 7 innhentet data ved spørreundersøkelser som ble utført over tre måneder våren 2022, i Melal Park of Sari, Iran. 500 undersøkelser ble distribuert til turister, mens 394 godkjente svar ble brukt i studien (Pourhossein et al., 2023, s. 5). I Studie 8 ble dataene innsamlet gjennom spørreundersøkelser fra turister som besøkte Upo Wetlands, den største naturlige våtmarken i Sør-Korea, mellom 27. oktober og 10. november 2018. Av totalt 500 distribuerte spørreskjema, ble det samlet inn 433 gyldige svar til forskningen (Lee et al., 2021, s. 4). Studie 9 benyttet seg av forskningsmetoden tverrsnittsundersøkelse av innlands besøkende ved Jeju Islands i Sør-Korea. De gjennomførte først en pilotundersøkelse for å teste spørreskjemaet og undersøkelsesprosessen før den ble brukt på et større antall respondenter. Deretter ble spørreskjemaene levert til 15 reisebyråer som samarbeidet om datainnsamlingene. Turledere relatert til reisebyråene delte deretter ut spørreskjemaer til besøkende. Totalt 400 spørreskjema ble distribuert i løpet av august 2015 og 304 ble brukt i studien (M.-S. Kim et al., 2018, s. 5–6). Studie 10 foretok en selvrapportert spørreundersøkelse som samlet inn data i landsbyen Mtowambu, benyttet som en inngang til Serengeti nasjonalpark, Ngorongoro-krateret, Lake Manyara nasjonalpark og Tarangire nasjonalpark. Studien ble gjennomført over fem uker i august til september 2018, som samsvarer med høysesongen for turisme i Northern Circuit. Studien er basert på de 396 gyldige svarene fra undersøkelsen av 426 registrerte svar (Jamaliah et al., 2021, s. 333).

4.3.3 Resultat

Resultatene fra studie 7 viser at miljøengasjement, altså interessen for miljøspørsmål, har en stor positiv sammenheng med miljøvennlig atferd. Videre var oppfattet miljøkvalitet, altså individets vurdering av kvaliteten på miljøet, og økt miljømessig identitet, som refererer til individets bevissthet og forståelse av egen rolle i påvirkning av miljøet, positivt assosiert med

miljøengasjement. Det ble bekreftet at oppfattet miljøkvalitet hadde en indirekte positiv effekt på miljøvennlig atferd, gitt at individets miljøengasjement var positivt, men tilsvarende effekt for miljømessig identitet ble ikke funnet. Det ble funnet at destinasjonens sosiale ansvar (DSR) hadde en positiv innvirkning på forholdet mellom miljøengasjement og miljøvennlig atferd. Destinasjoner som viste høy grad av sosialt ansvar, bidro til å øke personens engasjement for miljøet, og som et resultat påvirker hvordan vedkommende oppfatter kvaliteten på miljøet og deres faktiske miljøvennlige handlinger (Pourhossein et al., 2023, s. 6–7).

Funnene fra studie 8 indikerer ytterligere at når destinasjonen tar et større sosialt ansvar, styrkes sammenhengen mellom hvor opptatt turister er av miljøspørsmål, og hvor miljøvennlig deres atferd er. Resultatene viste at sammenhengen mellom biosfæriske verdier, miljøbevissthet og personlige normer påvirket miljøvennlig atferd. Videre hadde DSR en signifikant interaksjonseffekt med personlige normer på miljøvennlig atferd. Funnene indikerer at naturbaserte turister engasjerer seg i miljøvennlig atferd, ikke bare når de har generelle biosfæriske verdier, miljøbevissthet og personlige normer, men enda viktigere når de har en sterk oppfatning av destinasjonens engasjement for sosialt ansvar. Resultatene sier at når DSR er lav, har personlige normer en større innvirkning på miljøvennlig atferd, men når DSR er høy, blir denne innvirkningen mindre. Som følge av dette er destinasjonens sosiale ansvar viktigere enn personlige normer for turistens miljøvennlige atferd når en oppfatter at destinasjonen tar sitt ansvar på alvor (Lee et al., 2021, s. 6).

Resultatene i studie 9 viser at miljøpåvirkning ble betydelig påvirket av subjektiv miljøkunnskap og objektiv miljøkunnskap. Imidlertid ble det funnet at subjektiv miljøkunnskap hadde større innvirkning på miljøpåvirkning enn objektiv miljøkunnskap.

Prinsipielt var turister med høy miljøkunnskap mer bekymret for de negative miljøpåvirkningene på destinasjonen. I tillegg hadde miljøpåvirkning en signifikant innvirkning på naturtilhørighet, og hvor naturtilhørighet hadde en signifikant innvirkning på miljøvennlig atferd. Dette indikerer at en følelse av tilhørighet til naturen, utvider og utdypet turistens bevissthet om naturen, som gjør det mulig å endre verdier, intensjoner og atferd (M.-S. Kim et al., 2018, s. 10–11).

Studie 10 sine resultater viser at turlederens prestasjon har en direkte positiv innvirkning på turistens miljøvennlige atferd. Videre viser funn at turistopplevelsen medierer forholdet mellom turlederens prestasjon og turistens miljøvennlige atferd. Dette indikerer at måten turlederen utfører sine oppgaver påvirker turistens opplevelse, og dermed påvirker sannsynligheten for miljøvennlig atferd hos turisten. Turistens opplevelse har en direkte positiv effekt på miljøvennlig atferd. Imidlertid, til tross for forutsetningene, har turistens tilfredshet ikke en signifikant innvirkning på miljøvennlig atferd. Dette indikerer at tilfredshet ikke alene er nok til å motivere turistene til å engasjere seg i miljøvennlig atferd, men dersom turistens opplevelse er positiv, er de mer tilbøyelige til å utføre miljøvennlige handlinger (Jamaliah et al., 2021, s. 335).

5.0 Diskusjon

Etter en grundig gjennomgang av den eksisterende litteraturen, skal resultatene diskuteres i relasjon til teori for å svare på problemstillingen «Hvordan påvirker ulike faktorer turistens miljøatferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner». Diskusjonskapittelet er bygget opp av 2 hovedpunkter: resultatdiskusjon og metodediskusjon. Resultatdiskusjonen er blitt strukturert i følgende kapitler: 5.1.1) Følelser er en stor indikator, 5.1.2) Miljøvennlig verdier og normer, 5.1.3) Miljømessig ansvar, 5.1.4) Implementeringsstrategier og tiltak. Her sammenlignes først

resultatene etter likheter i de tre første kapitlene, etterfulgt av forslag til implementeringsstrategier for naturbaserte reiselivsdestinasjoner til å styrke miljøvennlig atferd i sistnevnte kapittel. I metodediskusjonen gjennomgås valg og beslutninger som er tatt i forskningsprosessen.

5.1 Resultatdiskusjon

5.1.1 Følelser er en stor indikator

Tidligere forskning beskriver at affektive og kognitive holdninger er sentrale i å forutsi turistenes miljøvennlige atferd (Chiu et al., 2014, s. 322). Studie 1 og 2 fant at affektive holdninger hadde en positiv innvirkning på miljøvennlig atferd, som støtter den tidligere forskningen. Imidlertid fant Studie 1 ingen betydelig sammenheng mellom kognitive holdninger og miljøvennlig atferd, og Studie 2 oppdaget at det kunne ha en negativ innvirkning på høy innsats for miljøvennlig atferd (Moghimehfar et al., 2019, s. 180; X. Wang et al., 2019, s. 734). Til tross for at den tidligere forskningen generelt snakker om både affektive og kognitive holdninger, viser funnene at det er spesielt de affektive holdningene som er mest effektive for å fremme miljøvennlig atferd. Med andre ord viser dette at følelser driver atferd mer effektivt enn ren rasjonell vurdering. Dette står i samsvar med funnene fra studie 3 og studie 4, som illustrerer hvordan spesifikke positive følelser som ærefrykt og eudaimonia forsterker og forårsaker positive endringer i miljøvennlige intensjoner og atferd. Spesifikt, som nevnt tidligere, fant studie 3 at turister som opplevde ærefrykt på stedet, var mer sannsynlig til å kaste søppelet i søppelbøtten, sammenlignet med de som ikke opplevde det (Lengieza et al., 2022, s. 51–53; L. Wang & Lyu, 2019, s. 109–114).

På en annen side viste studie 4 at øyeblikkelig nytelse var negativt assosiert med miljøvennlighet (Lengieza et al., 2022, s. 51–53). Det kan derfor argumenteres for at når en

turist for eksempel velger å gå utenfor de oppmerkede stiene eller avgrenset områder, for å oppnå en bedre utsikt eller tilgang til naturressurser, kan dette skape øyeblikkelig nytelse. Derimot kan det forstyrre og skade naturressursene. Disse handlingene prioriterer personlig tilfredsstillelse og opplevelser over den langsiktige bevaringen av området for fremtidige generasjoner.

Studie 9 indikerer at når turisten føler en tilhørighet til naturen på et dypere emosjonelt nivå, øker bevisstheten og motivasjonen hos turisten til å handle mer ansvarlig overfor miljøet (M.-S. Kim et al., 2018, s. 10). Dette kan føre til endring i individets atferdsmønster i forhold til miljøvennlig atferd. Disse funnene indikerer igjen at følelser driver atferd, og betydningen av å skape sterke positive emosjonelle opplevelser ikke bare øker intensjonene, men også faktiske miljøvennlige handlinger. Dette står i samsvar med tidligere forskning innen TPB-modellen, som mener at følelsesmessige reaksjoner ofte driver beslutninger på en kraftfull måte (Bamberg, 2003, s. 30–31; Carrus et al., 2008, s. 58–59; Conner & Armitage, 1998, s. 1452–1453).

5.1.2 Miljøvennlige verdier og normer

I studie 5 påvirker altruistiske og biosfæriske verdier positivt på miljøvennlig atferd, mens egoistiske verdier påvirker den negativt (Sharma & Gupta, 2020, s. 834–836). VBN-teorien foreslår at miljøvennlig atferd starter med grunnleggende verdier, som fører til bestemte troer, som videre utvikler personlige normer og til slutt resulterer i atferd. Teorien fremhever at biosfæriske verdier er assosiert med en anerkjennelse av viktigheten av å beskytte og bevare natur og miljø. Videre antyder teorien at altruistiske verdier understreker betydningen av å handle til fordel for andre fremfor en selv. Dette er konsistent med funnene fra studie 5, som viser at slike verdier positivt påvirker miljøvennlig atferd (Fornara et al., 2020, s. 2; Sharma &

Gupta, 2020, s. 830). I tillegg står det i samsvar med funn fra studie 8 som viste at sammenhengen mellom normer og biosfæriske verdier påvirket miljøvennlig atferd (Lee et al., 2021, s. 6). Funnene indikerte at egoistiske verdier negativt påvirket miljøvennlig atferd, som i lys av teorien, beviser at når et individ prioriterer egne interesser og behov, kan det stå i konflikt med prinsipper om bærekraft og miljøbevaring. Ettersom VBN-teorien indikerer at disse verdiene påvirker tro og normer, spiller de en kritisk rolle i å forme miljøvennlige atferder. Individuer med sterkere egoistiske verdier kan vise mindre intensjoner til å engasjere seg i miljøvennlig atferd, da deres personlige og sosiale normer ikke nødvendigvis støtter miljøbevaring. Hvis vi ser på samme eksempel nevnt i *kapittel 5.1.1*, kan egoistiske verdier hos turistene igjen medføre at en velger å gå utenfor oppmerkede områder, ettersom en prioriterer egne interesser overfor bevaringen av området. I motsetning til dette kan individer med sterke altruistiske og biosfæriske verdier være mer tilbøyelige til å handle på en mer miljøvennlig måte. Dette understreker viktigheten av å fremme biosfæriske og altruistiske verdier i samfunnet for å oppmuntre til mer bærekraftig atferd blant individer (Sharma & Gupta, 2020, s. 830–831; Steg et al., 2012, s. 411).

Resultatene fra studie 6 viste at sosiale og personlige normer, sammen med oppfattet atferdskontroll og bevissthet av konsekvenser, hadde signifikante innflytelser på miljøvennlig atferd (Esfandiar et al., 2023, s. 7–8). Ettersom bevissthet av konsekvenser omhandler individets erkjennelse av de miljømessige følgene av sine handlinger, kan dette lede til en sterkere personlig forpliktelse til å handle på miljøvennlige måter. Denne bevisstheten hjelper til med å forme og styrke personlige normer ved å gjøre miljøansvar til en del av individets identitet (Sharma & Gupta, 2020, s. 830–831). Selv om studie 6 ikke eksplisitt fokuserte på VBN-teorien, kan relevante sammenhenger fortsatt observeres. Ettersom sosiale og personlige normer, samt bevissthet av konsekvenser hadde signifikant innvirkning på miljøvennlig

atferd, understøtter studiens resultat teoriens argument om at normer og bevissthet av konsekvenser spiller sentrale roller for å forme atferd (Esfandiar et al., 2023, s. 7–8; Sharma & Gupta, 2020, s. 830–831). Studien bygger på en utvidet versjon av TPB-modellen. I tråd med TPB, demonstrerer funnene at både normer og oppfattet atferdskontroll har en sterk prediktiv verdi for miljøvennlig atferd. Når individer opplever en høy grad av kontroll over deres miljørelaterte handlinger, øker sannsynligheten for at de vil engasjere seg i slike atferder. Dette understreker betydningen av å eliminere barrierer og forsterke individets følelse av «empowerment» som strategier for å fremme miljøvennlig atferd. Disse innsiktene støtter TPB-modellens relevans for å forstå og forbedre miljøvennlige praksiser. Interessant nok fant studien at holdninger ikke nødvendigvis forutser miljøvennlig atferd, noe som utfordrer TPB-modellen i en viss grad (Ajzen, 1991, s. 179; Esfandiar et al., 2023, s. 7–8). Dette kan tyde på at selv om positive holdninger til miljøvern er viktige, kan de alene være utilstrekkelige for å drive faktisk atferd uten støtte av sterke normative og kontroll-relaterte faktorer. Dette, i likhet med studie 5, peker på behovet for at destinasjonen fremmer verdier og normer som støtter bærekraft, og utvikle strategier som omformer hvordan individer oppfatter deres egne interesser.

I tillegg undersøkte studie 6 om kulturforskjeller kan påvirke atferder. Resultatene tyder på at kulturelle faktorer ikke vesentlig endrer de grunnleggende prinsippene i TPB-modellen. Mangel på signifikante forskjeller mellom Iran og Australia, i hvordan normer og oppfattet atferdskontroll påvirker miljøvennlig atferd, tyder altså på at TPB kan ha en universell anvendelighet (Esfandiar et al., 2023, s. 7–8). Det er viktig å bemerke seg at selv om denne studien ikke eksplisitt finner betydelige forskjeller i disse to kulturene, er det viktig å anerkjenne at dette ikke nødvendigvis utelukker kulturelle forskjeller i andre aspekter av atferd, eller i andre sammenhenger enn de som ble undersøkt.

5.1.3 Miljømessig ansvar

DSR fokuserer på destinasjonenes ansvar for å integrere bærekraftige praksiser og fremme miljøbevissthet blant besøkende og innbyggere (Tran et al., 2018, s. 3). Funnene i studie 7 viste at destinasjonens forpliktelse til større sosialt ansvar har direkte og positiv innvirkning på turistens miljøengasjement og deres miljøvennlige atferd (Pourhossein et al., 2023, s. 6–7). Denne positive effekten ble også bekreftet av funnene fra studie 8, som dokumenterer en sterk sammenheng mellom destinasjonens sosiale ansvar og miljøengasjement blant turister (Lee et al., 2021, s. 6). Disse funnene fremhever den betydelige påvirkningen destinasjonens sosiale ansvar har når det gjelder å fremme bærekraftig praksis, og ta ansvarlige tiltak som oppmuntrer til positive atferdsendringer blant turister. Dette understøtter ytterligere studie 9, som klargjør at turistenes subjektive og objektive miljøkunnskap betydelig påvirker deres miljøpåvirkning og dermed styrker miljøvennlig atferd (M.-S. Kim et al., 2018, s. 10–11). Disse studiene viser hvordan kunnskap og sosialt ansvar kan sammen fremme bærekraftig praksis, og understreker viktigheten av å implementere ansvarlige tiltak i turistdestinasjoner for å utdanne og oppmuntre til miljøvennlig turistatferd. Dette underbygger DSR-prinsippet om at informasjon og opplæring kan spille en avgjørende rolle i å forme besøkendes oppfatninger og atferd (Tran et al., 2018, s. 3).

I tillegg viste funnene fra studie 10 at turlederes prestasjon også har en direkte og positiv innvirkning på turistens miljøvennlige atferd, hvor god turledelse forsterker denne effekten ytterligere (Jamaliah et al., 2021, s. 335). I konteksten av DSR spiller turledere en viktig rolle som ambassadører for destinasjonens miljøvernpolitikk. Deres evne til å engasjere og informere turister om å bevare ulike naturressurser, kulturelle verdier og miljømessige utfordringer er avgjørende. Dette understreker viktigheten av kompetente turledere og ansvarlig tiltak i turistdestinasjoner for å oppmuntre til miljøvennlig atferd. I tillegg har

tidligere studier innenfor DSR vist at høy grad av ansvar fra destinasjonen, forsterker turistens affektive oppfatning av destinasjonen (Aziz & Niazi, 2023, s. 1967). Som nevnt er følelser en stor indikator i turistens faktiske atferd, noe som antyder at en destinasjon som aktivt demonstrerer sitt miljøansvar kan oppmuntre til sterkere emosjonell tilknytning til destinasjonen. Denne responsen anses som avgjørende for turistens vilje til å engasjere seg i miljøvennlige praksiser på naturbaserte destinasjoner.

5.1.4 Implementeringsstrategier og tiltak

For å håndtere og minimere de negative innvirkningene fra turisme, kan destinasjonen effektivt forholde seg til VIM- teorien. Etersom resultatene viser at destinasjoner som har høyere grad av ansvar påvirker miljøvennlig atferd positivt, er det avgjørende at naturbaserte reiselivsdestinasjoner implementerer og vedlikeholder høye standarder for miljøansvar (Lee et al., 2021; Pourhossein et al., 2023). Dersom en destinasjon identifiserer problemer angående bevaring av miljø, kan de forholde seg til VIM for å systematisk vurdere årsakene og konsekvensene av disse problemene. Forskning viser at turister ofte viser en mindre miljøvennlig atferd under reiser, noe som delvis skyldes ønsket om en pause fra hverdagen. Dette kan føre til at de engasjerer seg i atferd som de ellers ville unngått, som for eksempel økt forbruk og mindre oppmerksomhet rundt ressursbruk (Chubchuwong et al., 2014, s. 658; X. Wang et al., 2019, s. 727). Derfor er det spesielt viktig at destinasjoner tar dette i betraktning, og foretar en grundig vurdering av hva som må til for å overtale turistene til å opptre mer miljøvennlig. Det blir foreslått tre hovedstrategier for å oppnå dette; god interpretasjon, utvikling av retningslinjer og etablering av lover og regler.

5.1.4.1 Effektiv interpretasjon

Forutsatt at negative miljøpåvirkninger fra turister observeres ved en destinasjon, viser funnene flere tiltak som kan tas i bruk for å fremme miljøvennlig atferd. For å subtilt påvirke menneskers atferd uten å begrense besøksopplevelsen, som naturlig leder til mer bærekraftige beslutninger. Et eksempel de kan ta inspirasjon av er Moscardo (2003) sine ulike funksjoner, eksempler og prinsipper. Effektiv interpretasjon ifølge Moscardo (2003) handler om å kommunisere med og utdanne turistene. Dette handler om å påvirke hvor turistene går, informere turisten om hvordan en skal oppføre seg på stedet, samt utvikle bekymring og personlige forbindelser hos turisten (Moscardo, 2003, s. 116–118). For eksempel kan destinasjonen øke informasjonstilgangen på en tydelig måte, samt opplæringen om miljøutfordringer og turistens egen påvirkningskraft. Dette kan gjøres ved å gi opplæring til besøkende før de reiser til destinasjonen og sette opp informasjonsskilt som beskriver miljøets sårbarhet på en emosjonelt appellerende måte, i motsetning til faktabaserte budskap (Moghimehfar et al., 2019, s. 180). Informasjonstavler kan illustrere spesifikke skader forårsaket av uforsiktig oppførsel som bidrar til å visualisere konsekvenser av handlinger, samt motivere til å følge bærekraftige praksiser. I tillegg kan informasjonstavlene fremme bærekraftige verdier og normer ved å vise eksempler på positive handlinger og deres direkte innvirkning på miljøet. Å informere besøkende om miljøproblemer og farer vil indirekte bidra til en gradvis økning i biosfæriske og altruistiske verdier (Sharma & Gupta, 2020, s. 836).

5.1.4.2 Retningslinjer

Videre kan destinasjonen utvikle retningslinjer. For eksempel å informere turisten om hvilke stier en skal følge, og konsekvensene som følger dersom en trosser disse retningslinjene. Det er viktig å bemerke seg at dersom et individ prioriterer egne interesser og behov over andre, ergo egoistiske verdier, kan individet likevel trosse retningslinjene for egen interesse og nytte.

Guidet turer tilbyr en unik mulighet til å personlig påvirke turistene. Turlederen har en viktig nøkkelrolle ved å formidle viktig kunnskap om lokale miljøutfordringer og demonstrere bærekraftige praksiser, som riktig avfallshåndtering samt respekt for natur og miljøet. Studie 10 bekrefter at turlederens framføring er essensiell for å fremme miljøvennlig atferd blant turister. En godt forberedt, kunnskapsrik og kvalifisert turleder øker både tilfredsheten hos turisten og deres miljøbevissthet (Jamaliah et al., 2021, s. 337).

5.1.4.3 Lover og regler

Det anses som nærmest umulig å kunne klare å påvirke hvert enkelt individ til å følge alle retningslinjer, da de kan prioritere egne behov samt øyeblikkelig nytelse. Dersom disse tiltakene ikke oppnår ønsket effekt, kan det være hensiktsmessig å etablere formelle lover og regler som regulerer atferden til turistene. I slike tilfeller kan overtredelser av disse reglene medføre bøter eller adgangsnekt. Dette har blitt innført i destinasjoner som Galapagos nasjonalpark. I Galapagos er det for eksempel pålagt for turister å være ledsaget av autoriserte turistledere, en skal avstå å ta eller kjøpe produkter av ulike forbudte arter, og en skal praktisere prinsippet «etterlatt ingenting». Brudd på disse retningslinjene kan føre til at turister blir rapportert til myndighetene (Galápagos National Park Rules, u.å.). Det er også av vesentlig betydning å ha hensyn til besøksopplevelsen, og søke en optimal balanse mellom dette og miljøbevaring. Dersom turistene ikke opplever en tilfredsstillende besøksopplevelse, anses det at det vil resultere i tap av kundegrunnlag, og følgelig ingen økonomisk gevinst.

5.2 Metodediskusjon

For å sikre troverdighet og nøyaktighet av den akademiske forskningen er kildevurdering essensielt i en kunnskapsoppsummering. Prosessen bidrar til en grundig evaluering av

relevans og pålitelighet til informasjonen, noe som er nødvendig for å forstå komplekse temaer og sikre forskningens integritet (Johannessen et al., 2016, s. 101).

I denne kunnskapsoppsummeringen er det brukt kun fagfelleverderte artikler, ettersom disse gjennomgår prosesser av evaluering og godkjenning av anonyme eksperter i fagfeltet, før publisering for kvalitetssjekk (Utdanningsforskning, 2016). Litteratursøket ble begrenset til publisering innen de siste ti årene. Årsaken til dette er for å samle inn den nyere dataen til forskningen, da oppdatert eller utgått informasjon kan ha oppstått utenfor valgt intervall. I tillegg har det blitt en betydelig vekst i turistnæringen de siste 20 til 30 årene, og dermed kan dette ha ført til en mer omfattende innvirkning på turistens miljøvennlige atferd og miljøkunnskap.

Undersøkelsene i artiklene ble utført mellom 2014 og 2022, men med manglende presis informasjon om undersøkelsenes tidsramme i studie 3 og 4. Studie 3 har ikke opplyst noen informasjon om når undersøkelsene ble utført, mens studie 4 opplyser om hvilket semester undersøkelsene ble utført, men ikke spesifikk dato. Dette kan være problematisk ettersom det begrenser påliteligheten til studiene. Videre kan det argumenteres for et strammere tidsintervall, for eksempel de siste 5 årene ville vært mer fordelaktig for å sikre at forskningen er mest mulig oppdatert og dermed mer relevant. Det er viktig å vurdere om eldre artikler, som de fra 2014, kan være utdaterte og mindre relevante sammenlignet med nyere forskning. Alle artiklene tok i bruk kvantitativ forskningsmetode, i form av spørreundersøkelser og eksperimenter. Fordelen med denne tilnærmingen er at det blir enklere å samle inn data fra et større antall respondenter. Prosessen blir mer tilgjengelig og mindre tidkrevende for deltakerne, noe som ofte fører til en høyere responsrate. Artiklene omfatter et bredt spekter av respondenter, med deltakerantall som varierer fra 240 til 1 009. Det ble ikke foretatt noen

geografisk begrensning under søkeprosessen. Dette er grunnet et ønske om å få et helhetlig bilde av turistens atferd på tvers av ulike kulturer og etnisiteter.

Alle artiklene benyttet i forskningen er på engelsk, og en utfordring som kan oppstå er språkbarrierer og forståelsesproblemer. Dette kan påvirke tolkningen av forskningsresultatene, ettersom faguttrykk og ulike detaljer kan ha blitt misforstått i oversettingen. Derfor er det fare for at eventuell manglende informasjon kan ha blitt utelukket og det har oppstått feil i forskningen.

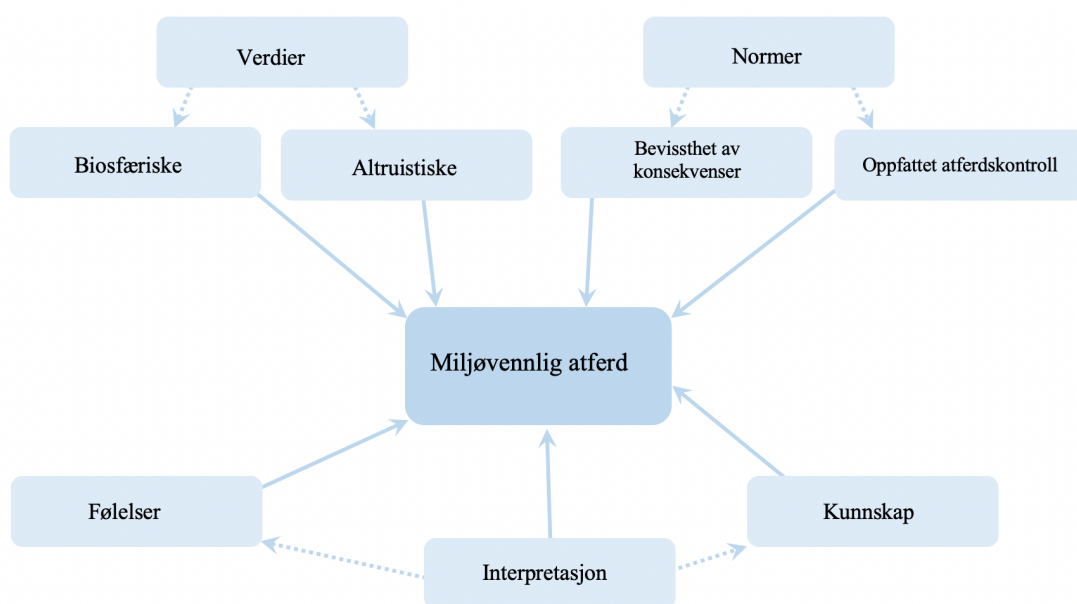
6.0 Konklusjon

Denne kunnskapsoppsummeringen understreket betydningen av å forstå de ulike faktorene som påvirker turistens miljøatferd på naturbaserte reiselivsdestinasjoner. Gjennom en systematisk gjennomgang og analyse av ti nøye utvalgte forskningsartikler, har det blitt identifisert tre sentrale temaer: emosjonelle og kognitive faktorer, verdier og normer, og destinasjonens miljøansvar. Disse faktorene har vist seg å være kritiske for å forme og motivere miljøvennlig atferd blant turister.

Studien bekrefter at følelser spiller en viktig rolle i å påvirke miljøvennlige intensjoner og handlinger, noe som peker på viktigheten av å skape emosjonelt ladede opplevelser i naturbaserte destinasjoner. Videre understreker funnene at den praktiske og emosjonelle forbindelsen til destinasjonen kan forsterke turistens miljøansvar. I tillegg konkluderes det med at biosfæriske og altruistiske verdier fremmer miljøvennlig atferd, mens egoistiske verdier kan være motvirkende. Destinasjonens miljøansvar er avgjørende for å legge til rette for miljøvennlige atferder blant turister. Destinasjoner som aktivt demonstrerer sosialt ansvar og engasjement, ikke bare forbedrer turistens miljøbevissthet, men også deres faktiske

handlinger. Dette understreker nødvendigheten av kontinuerlig arbeid og forpliktelse fra reiselivsdestinasjonene for å opprettholde og styrke bærekraftige praksiser. Gjennom bruk av VIM kan destinasjoner systematisk identifisere og håndtere de miljømessige utfordringene som oppstår fra turisme. Dette kan gjøres ved å bruke interpretasjon til å kombinere økt miljøbevissthet gjennom utdanning og engasjerende kommunikasjon, og praktiske tiltak som gir retningslinjer. Informasjonstavler som fremmer miljøbevissthet og miljøkunnskap på en emosjonell måte, samt klare retningslinjer, og turledere som veileder, utdanner og motiverer, er eksempler på hvordan destinasjoner kan fremme miljøvennlig atferd. Dersom disse strategiene viser seg å være utilstrekkelige, kan det vurderes å innføre lover og regler for å regulere turistenes atferd.

For å visualisere faktorer som er diskutert, har det blitt utarbeidet en figur som illustrerer ulike faktorer som påvirker turistens miljøvennlige atferd (*figur 2*). I henhold til konklusjoner, er destinasjonens ansvar ekskludert i figuren, grunnet erkjennelsen av dens påvirkning på samtlige nevnte faktorer.



Figur 2: Visualisering av påvirkningsfaktorer på miljøvennlig atferd

Denne studien kan bidra til viktig innsikt i hvordan ulike faktorer påvirker turistens miljøatferd, samt gi implikasjoner på hvordan destinasjonen kan tilrettelegge for å fremme miljøvennlig atferd. Til tross for at en destinasjon kan ha solide rutiner og strategier for å fremme miljøvennlig atferd, anses det at verken destinasjoner eller turister er feilfrie, og det eksisterer stadig potensial for forbedring. Fremtidig forskning bør undersøke om naturbaserte reiselivsdestinasjoner har klart å effektivt omvende turistenes miljøatferd gjennom psykologiske intervensjoner. Studier kan fokusere på hvordan ulike kommunikasjonsformer og spesifikke opplysningskampanjer faktisk påvirker turistenes valg og atferd. Dette vil gi innsikt i hvordan målrettede strategier kan brukes for å fremme miljøvennlig atferd i naturbaserte reiselivsdestinasjoner.

7.0 Litteraturliste

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior* (2.utg.). Open University Press.
- Aziz, S., & Niazi, M. A. K. (2023). Understanding environmentally responsible behavior of tourists at coastal tourist destinations. *Social Responsibility Journal*, 19(10), 1952–1977. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2022-0412>
- Bamberg, S. (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 21–32. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(02\)00078-6](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00078-6)
- Carrus, G., Passafaro, P., & Bonnes, M. (2008). Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: The case of recycling and use of public transportation. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 51–62. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.09.003>
- Chiu, Y.-T. H., Lee, W.-I., & Chen, T.-H. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*, 40, 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.013>
- Chubchuwong, M., Beise-Zee, R., & Speece, M. W. (2014). The Effect of Nature-based Tourism, Destination Attachment and Property Ownership on Environmental-friendliness of Visitors: A Study in Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), 656–679. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.925482>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>

- Esfandiari, K., Pearce, J., Dowling, R., & Goh, E. (2023). The extended theory of planned behaviour model and national parks visitors' pro-environmental binning behaviour: A cross-cultural perspective. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100602>
- FN-sambandet. (u.å.). *Bærekraftig utvikling*. FN-sambandet. Hentet 11. april 2024 fra <https://fn.no/tema/baerekraftig-utvikling-fattigdom-og-befolkning/baerekraftig-utvikling>
- Fornara, F., Molinario, E., Scopelliti, M., Bonnes, M., Bonaiuto, F., Cicero, L., Admiraal, J., Beringer, A., Dedeurwaerdere, T., de Groot, W., Hiedanpää, J., Knights, P., Knippenberg, L., Ovenden, C., Horvat, K. P., Popa, F., Porrás-Gómez, C., Smrekar, A., Soethe, N., ... Bonaiuto, M. (2020). The extended Value-Belief-Norm theory predicts committed action for nature and biodiversity in Europe. *Environmental Impact Assessment Review*, 81, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2019.106338>
- Galápagos National Park Rules. (u.å.). *Galápagos Conservancy*. Hentet 24. april 2024 fra <https://www.galapagos.org/travel/park-rules/>
- Halpenny, E. A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 409–421. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.04.006>
- Jamaliah, M. M., Mgonja, J. T., Alazaizeh, M. M., & Powell, R. B. (2021). How does interpretive tour guiding promote tourists' pro-environmental behaviour? *Evidence from Tanzania. Tourism Recreation Research*, 49(2), 329–343. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1992953>
- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Abstrakt.

- Kim, B., & Chen, Y. (2021). The effects of spirituality on visitor behavior: A cognitive-affective-conative model. *The International Journal of Tourism Research*, 23(6), 1151–1162. <https://doi.org/10.1002/jtr.2474>
- Kim, M., & Koo, D.-W. (2020). Visitors' pro-environmental behavior and the underlying motivations for natural environment: Merging dual concern theory and attachment theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102147>
- Kim, M.-S., Kim, J., & Thapa, B. (2018). Influence of Environmental Knowledge on Affect, Nature Affiliation and Pro-Environmental Behaviors among Tourists. *Sustainability*, 10(9), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su10093109>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Lee, S., Park, H., Kim, K. H., & Lee, C.-K. (2021). A moderator of destination social responsibility for tourists' pro-environmental behaviors in the VIP model. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100610>
- Lengieza, M. L., Hunt, C. A., & Swim, J. K. (2022). Ecotourism, eudaimonia, and sustainability insights. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 43–58. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.2024215>
- Li, D.-W., Xiang, R., Wu, Q., & Kao, S.-J. (2019). Planktic foraminifera-bound organic nitrogen isotopic composition in contemporary water column and sediment trap. *Deep Sea Research Part I: Oceanographic Research Papers*, 143, 28–34. <https://doi.org/10.1016/j.dsr.2018.12.003>

- Li, Q., & Wu, M. (2020). Tourists' pro-environmental behaviour in travel destinations: Benchmarking the power of social interaction and individual attitude. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1371–1389.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1737091>
- Mandić, A., & Walia, S. K. (Red.). (2023). *The Routledge Handbook of Nature Based Tourism Development*. Routledge.
- Moghimehfar, F., Halpenny, E. A., & Harshaw, H. (2019). Ecological worldview, attitudes, and visitors' behaviour: A study of front-country campers. *Journal of Ecotourism*, 19(2), 176–184. <https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1621881>
- Moscardo, G. (2003). Interpretation and sustainable tourism: Functions, examples and principles. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 112–122.
<https://doi.org/10.3316/ielapa.990807811>
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2002). *Natural area tourism: Ecology, impacts and management* (4.utg.). Channel View Publ.
- Pourhossein, M., Baker, B. J., Dousti, M., Behnam, M., & Tabesh, S. (2023). Embarking on the trail of sustainable harmony: Exploring the nexus of visitor environmental engagement, awareness, and destination social responsibility in natural parks. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30, 1-12.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100821>
- Sharma, R., & Gupta, A. (2020). Pro-environmental behaviour among tourists visiting national parks: Application of value-belief-norm theory in an emerging economy context. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(8), 829–840.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1774784>
- Slocum, S. L., Aidoo, A., & McMahon, K. (2020). *The Business of Sustainable Tourism Development and Management*. Routledge.

- Steg, L., Farsang, A., Watt, A., Keizer, M., & De Groot, J. I. M. (2012). Environmental Values in Post-socialist Hungary: Is It Useful to Distinguish Egoistic, Altruistic and Biospheric Values? *Sociologický Časopis*, 48(3), 421–440.
<https://doi.org/10.13060/00380288.2012.48.3.02>
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309–317.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.10.004>
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.
- Tran, H. A. T., Hwang, Y. S., Yu, C., & Yoo, S. J. (2018). The Effect of Destination Social Responsibility on Tourists' Satisfaction: The Mediating Role of Emotions. *Sustainability*, 10(9), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su10093044>
- Utdanningsforskning. (2016, 15. april). *Hva er en fagfelleurdert artikkel?*
Utdanningsforskning.no. <https://utdanningsforskning.no/artikler/2016/hva-er-fagfelleurdert-artikkel/>
- Wang, L., & Lyu, J. (2019). Inspiring awe through tourism and its consequence. *Annals of Tourism Research*, 77, 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.005>
- Wang, X., Qin, X., & Zhou, Y. (2019). A comparative study of relative roles and sequences of cognitive and affective attitudes on tourists' pro-environmental behavioral intention. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 727–746.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1704297>