

واکاوی مؤلفه‌های برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری در آموزش عالی: رهیافت دلفی

پروانه سرکشیک‌زاده^۱، علیرضا منطری توکلی^{۲*}، فرشید خسرو پور^۱

۱. گروه روان‌شناسی، واحد زرنند، دانشگاه آزاد اسلامی، زرنند، ایران.

۲. گروه روان‌شناسی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.

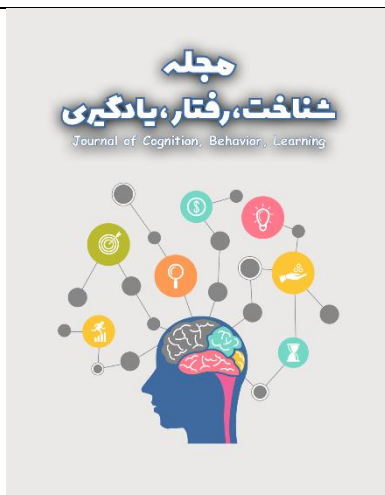
* ایمیل نویسنده مسئول: a.manzari@iauk.ac.ir

تاریخ چاپ: ۱۴۰۶/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۷/۰۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۶/۱۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶



شیوه استناددهی: سرکشیک‌زاده، پروانه، منطری توکلی، علیرضا، و خسرو پور، فرشید. (۱۴۰۶). واکاوی مؤلفه‌های برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری در آموزش عالی: رهیافت دلفی. *شناخت، رفتار، یادگیری*، ۴(۴)، ۱-۱۹.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف واکاوی و اعتبار سنجی مؤلفه‌ها و شاخص‌های برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری در آموزش عالی انجام شد. این پژوهش از نوع کیفی و اکتشافی و مبتنی بر روش دلفی بود. جامعه پژوهش شامل خبرگان و صاحب‌نظران حوزه برنامه‌ریزی درسی، روان‌شناسی و گردشگری در آموزش عالی بود که حداقل ۱۰ سال سابقه مرتبط داشتند. با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی، ۱۲ خبره انتخاب شدند. در مرحله نخست، مصاحبه‌های خبرگان برای شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اولیه انجام شد و سپس یافته‌ها طی دو دور دلفی غربالگری و اعتبار سنجی شدند. میزان اهمیت شاخص‌ها با مقیاس پنج‌درجه‌ای ارزیابی شد و شاخص‌های دارای میانگین کمتر از ۳٫۵ حذف شدند. برای بررسی میزان اجماع خبرگان نیز از ضریب توافق کندال استفاده شد. در تحلیل اولیه، ۳۷ مؤلفه و ۱۶۱ شاخص شناسایی شد. در دور نخست دلفی، سه شاخص شامل «فعال بودن اهداف بلندمدت»، «تقویت تفکر خلاق و تفکر انتقادی» و «حس معناداری به خویش» به دلیل کسب میانگین کمتر از ۳٫۵ حذف شدند. ضریب توافق کندال در دور نخست ۰٫۵۳۶ بود. پس از حذف این شاخص‌ها، ۱۵۸ شاخص وارد دور دوم شدند و میانگین تمامی آنها بیش از ۳٫۵ به دست آمد. ضریب توافق کندال در دور دوم به ۰٫۶۳۷ افزایش یافت و میانگین انحراف معیار پاسخ‌ها نیز از ۰٫۵۸۸ به ۰٫۵۶۸ کاهش یافت که بیانگر افزایش همگرایی دیدگاه خبرگان و دستیابی به اجماع بود. یافته‌ها نشان داد که برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری دارای ساختاری چندبعدی و مبتنی بر مجموعه گسترده‌ای از شاخص‌های مورد توافق خبرگان است. اعتبار سنجی ۱۵۸ شاخص نهایی نشان می‌دهد که این چارچوب می‌تواند مبنایی برای طراحی، بازنگری و توسعه برنامه‌های آموزشی دانشگاهی در پیوند میان روان‌شناسی و گردشگری باشد و از طریق تقویت تناسب آموزش با نیازهای واقعی این حوزه، زمینه ارتقای اثربخشی آموزش عالی و عملکرد صنعت گردشگری را فراهم سازد.

کلیدواژه‌گان: آموزش عالی، برنامه درسی، برنامه کاربردی بین‌رشته‌ای، روان‌شناسی گردشگری، روش دلفی.

Cognition, Behavior, Learning

Analysis of the Components of an Interdisciplinary Applied Curriculum for Tourism Psychology in Higher Education: A Delphi Approach

Parvaneh Sarkeshikzadeh¹, Alireza Manzari Tavakoli^{2*}, Farshid Khosropour¹

1. Department of Psychology, Zar.C., Islamic Azad University, Zarand, Iran.

2. Department of Psychology, Ke.C., Islamic Azad University, Kerman, Iran.

*Corresponding Author's Email: a.manzari@iauk.ac.ir

Submit Date: 2026-06-06

Revise Date: 2026-09-03

Accept Date: 2026-09-27

Publish Date: 2027-06-22

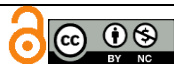
Abstract

This study aimed to identify and validate the components and indicators of an interdisciplinary applied curriculum for tourism psychology in higher education. This qualitative exploratory study employed the Delphi method. The study population comprised experts in curriculum planning, psychology, and tourism in higher education who had at least 10 years of relevant professional experience. Using purposive and snowball sampling, 12 experts were recruited. Expert interviews were initially conducted to identify preliminary curriculum components and indicators, after which the extracted indicators were screened and validated through two Delphi rounds. Experts rated the importance of each indicator on a five-point scale, and indicators with mean scores below 3.5 were excluded. Kendall's coefficient of concordance was calculated to assess the degree of consensus among the experts. The initial analysis identified 37 components and 161 indicators. In the first Delphi round, three indicators—active long-term goals, enhancement of creative and critical thinking, and a sense of self-meaning—obtained mean scores below 3.5 and were therefore excluded. Kendall's coefficient of concordance was 0.536 in the first round. The remaining 158 indicators were reassessed in the second round, and all obtained mean scores above 3.5. Kendall's coefficient increased to 0.637, while the mean standard deviation of expert ratings decreased from 0.588 in the first round to 0.568 in the second round, indicating greater convergence of expert judgments and achievement of consensus. The findings indicate that an interdisciplinary applied curriculum for tourism psychology is a multidimensional framework encompassing a broad set of expert-validated indicators. The final set of 158 indicators can provide an evidence-informed foundation for designing, revising, and developing higher-education curricula that integrate psychology and tourism. Such a curriculum may strengthen the alignment of university education with the psychological and behavioral requirements of tourism and contribute to improved educational effectiveness and tourism-sector performance.

Keywords: Higher education, Curriculum, Interdisciplinary applied curriculum, Tourism psychology, Delphi method.



How to cite: Sarkeshikzadeh, P., Manzari Tavakoli, A., Khosropour, F. (2027). Analysis of the Components of an Interdisciplinary Applied Curriculum for Tourism Psychology in Higher Education: A Delphi Approach. *Cognition, Behavior, Learning*, 4(4), 1-19.



© 2027 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

مقدمه

برنامه درسی در آموزش عالی صرفاً مجموعه‌ای از دروس، سرفصل‌ها و واحدهای آموزشی نیست، بلکه سازوکاری نظام‌مند برای گزینش، سازمان‌دهی و انتقال دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها و شایستگی‌هایی است که دانشجویان برای ایفای نقش مؤثر در محیط‌های حرفه‌ای و اجتماعی به آن نیاز دارند. تحول سریع دانش، تغییر ماهیت مشاغل، افزایش پیچیدگی مسائل اجتماعی و اقتصادی و گسترش حوزه‌های میان‌رشته‌ای سبب شده است که برنامه‌های درسی سنتی که بر مرزبندی‌های ثابت رشته‌ای استوارند، در بسیاری از حوزه‌ها پاسخگوی نیازهای جدید نباشند. توسعه برنامه درسی مستلزم تصمیم‌گیری درباره این است که چه دانشی ارزش یادگیری دارد، چگونه باید سازمان‌دهی شود، از چه روش‌هایی برای یادگیری آن استفاده شود و چه نوع نتایجی از فرایند آموزش انتظار می‌رود؛ از این‌رو، طراحی برنامه درسی باید میان دانش نظری، نیازهای دانشجویان، الزامات بازار کار، تحولات محیطی و انتظارات ذی‌نفعان پیوند برقرار کند (Ramrathan, 2017). در همین راستا، نوسازی برنامه‌های درسی آموزش عالی زمانی اثربخش خواهد بود که به جای بازنگری صرف در عناوین دروس، بر سودمندی، کارآمدی، انعطاف‌پذیری، تلفیق نظریه و عمل، مهارت‌آموزی و تعامل دانشگاه با نیازهای محیط بیرونی تأکید شود (Keshavarzi et al., 2024). افزون بر این، ورود فناوری‌های نوین و تغییر شیوه تولید و انتقال دانش، سیاست‌گذاری برنامه درسی را به سمت چارچوب‌هایی سوق داده است که بتوانند هم‌زمان با تحولات فناورانه، نیازهای آموزشی و الزامات توسعه پایدار را پوشش دهند (Shafiei Sarvestani et al., 2024). بنابراین، رویکرد میان‌رشته‌ای به برنامه درسی نه یک انتخاب فرعی، بلکه پاسخی ضروری به ماهیت چندبعدی مسائل معاصر و نیاز آموزش عالی به تولید دانش کاربردی و مسئله‌محور است.

یکی از حوزه‌هایی که بیش از بسیاری از رشته‌ها به چنین رویکردی نیاز دارد، گردشگری است. گردشگری پدیده‌ای چندوجهی است که در آن ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، روان‌شناختی، سیاسی، جغرافیایی و محیط‌زیستی با یکدیگر در تعامل هستند. در ایران نیز گردشگری به دلیل تنوع جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی و طبیعی دارای ظرفیت بالایی برای توسعه است، اما بهره‌برداری مؤثر از این ظرفیت تنها با اتکا به جاذبه‌های مقصد امکان‌پذیر نیست؛ بلکه به دانش تخصصی در زمینه رفتار گردشگران، مدیریت تجربه، بازاریابی، کیفیت خدمات و شناخت سازوکارهای انتخاب و رضایت آنان نیاز دارد (Seyfi & Hall, 2018). در سطح کلان نیز گردشگری نه تنها تحت تأثیر عوامل اقتصادی و مدیریتی قرار دارد، بلکه روابط پیچیده‌ای با سیاست، ساختارهای حکمرانی و تصمیم‌های عمومی برقرار می‌کند؛ به گونه‌ای که توسعه گردشگری می‌تواند پیامدهای سیاسی مثبت و منفی داشته و خود نیز از محیط سیاسی اثرپذیرد (Pradeep, 2020). از سوی دیگر، گسترش بی‌ضابطه گردشگری ممکن است با فشار بر محیط طبیعی، فرهنگ محلی، منابع و کیفیت زندگی جوامع میزبان همراه شود؛ از این‌رو، آموزش گردشگری باید به ملاحظات پایداری و پیامدهای اجتماعی و محیط‌زیستی نیز توجه کند (Taiminen, 2018). این پیچیدگی‌ها نشان می‌دهد که تربیت نیروی انسانی برای صنعت گردشگری نیازمند برنامه‌ای فراتر از آموزش‌های صرفاً مدیریتی یا اقتصادی است و باید شناخت عمیقی از انسان، رفتار، شناخت، هیجان و تجربه او را نیز در بر گیرد.

در چنین بستری، روان‌شناسی گردشگری می‌تواند حلقه اتصال مهمی میان علوم رفتاری و مطالعات گردشگری ایجاد کند. روان‌شناسی به مطالعه نظام‌مند رفتار، شناخت، هیجان، ادراک، انگیزش و روابط انسانی می‌پردازد و می‌تواند چارچوب‌های مفهومی و روش‌شناختی مناسبی برای تبیین رفتار گردشگران فراهم آورد. حتی در حوزه‌های کاربردی روان‌شناسی، اهمیت رابطه انسانی، ادراک متقابل و فرایندهای روان‌شناختی در شکل‌گیری تجربه و پیامدهای آن مورد تأکید قرار گرفته است (Rober, 2023). در گردشگری نیز رفتار گردشگر حاصل مجموعه‌ای از فرایندهای درونی و بیرونی است که از انگیزه‌های سفر آغاز می‌شود و تا انتخاب مقصد، ارزیابی خدمات، شکل‌گیری رضایت، خاطره، وفاداری و رفتارهای پس از سفر ادامه می‌یابد. روان‌شناسی گردشگری از این منظر تلاش می‌کند پاسخ دهد که چرا افراد سفر می‌کنند، چگونه مقصدی را بر مقصد دیگر ترجیح می‌دهند، چه عواملی کیفیت تجربه آنها را شکل می‌دهد و چگونه ویژگی‌های فردی و محیطی می‌توانند رفتار آینده آنان را پیش‌بینی کنند. پژوهش‌های مرتبط با توسعه گردشگری نیز بر این نکته تأکید کرده‌اند که شناخت ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری

گردشگران برای فهم پویایی صنعت و بهبود تجربه مقصد ضروری است (Hateftabar, 2021). همچنین شواهد نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی منطقه‌ای و جمعی می‌توانند به عنوان محرک توسعه گردشگری عمل کنند و بر نگرش جوامع میزبان نسبت به فعالیت‌های گردشگری و آمادگی آنها برای تعامل با گردشگران اثر بگذارند (Li et al., 2024). از این رو، گنجاندن مباحث روان‌شناسی در آموزش گردشگری می‌تواند به شکل‌گیری درکی علمی‌تر و عمیق‌تر از رفتار گردشگران و جامعه میزبان منجر شود.

انگیزش از بنیادی‌ترین مفاهیم روان‌شناختی در تبیین رفتار گردشگر است، زیرا تصمیم به سفر معمولاً از نیازها، خواسته‌ها، اهداف و انتظاراتی سرچشمه می‌گیرد که فرد تلاش می‌کند از طریق تجربه سفر آنها را برآورده سازد. یافته‌های پژوهشی نشان داده‌اند که انگیزه‌ها و هیجان‌ها همراه با رضایت، از عوامل کلیدی در انتخاب مقصد گردشگری هستند و شناخت آنها می‌تواند رفتار انتخابی گردشگران را بهتر تبیین کند (Pestana et al., 2020). در گردشگری ماجراجویانه نیز نوع و شدت انگیزش و میزان درگیری فرد با فعالیت، نقش مهمی در شکل‌گیری انتخاب و تجربه سفر دارد (Jin et al., 2019). افزون بر این، در گردشگری خلاق، انگیزه‌های درونی و بیرونی می‌توانند به طور مستقیم و غیرمستقیم نیت رفتاری بازدیدکنندگان را شکل دهند؛ بنابراین، فهم سازوکارهای «کشش» و «رانش» برای طراحی محصولات و مقاصد گردشگری اهمیت زیادی دارد (Dean & Suhartanto, 2019). در کنار انگیزش، ویژگی‌های روان‌شناختی گردشگران می‌توانند حتی متغیرهای اقتصادی رفتاری آنان، مانند الگوی هزینه‌کرد، را پیش‌بینی کنند (Štefko et al., 2020). چنین شواهدی نشان می‌دهد که یک برنامه درسی کاربردی در روان‌شناسی گردشگری باید دانشجویان را با اصول انگیزش، تفاوت‌های فردی، هیجان، ادراک و پیش‌بینی رفتار آشنا سازد و امکان به کارگیری این مفاهیم را در تحلیل تصمیم‌ها و رفتارهای واقعی گردشگران فراهم کند.

فرایند تصمیم‌گیری گردشگر تنها به انگیزش اولیه محدود نمی‌شود، بلکه ادراک از مقصد، همخوانی هویت فرد با برند مقصد، اصالت ادراک‌شده، نگرش و میزان درگیری با مقصد نیز بر انتخاب و وفاداری او اثر می‌گذارند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که اصالت برند مقصد و همخوانی میان خودپنداره گردشگر و تصویر مقصد می‌توانند از طریق تقویت درگیری با برند مقصد، وفاداری گردشگران را افزایش دهند (Chen et al., 2020). از سوی دیگر، تجربه گردشگری ماهیتی روان‌شناختی و چندبعدی دارد و از ادراک پیش از سفر تا تجربه حین سفر، رضایت، خاطره و انتظارات آینده امتداد پیدا می‌کند (Soni et al., 2023). این فرایند نشان می‌دهد که تجربه گردشگری را نمی‌توان صرفاً به دریافت خدمات یا بازدید از جاذبه‌ها فروکاست، بلکه باید آن را نتیجه تعامل شناخت، هیجان، انتظارات و تفسیر فرد از موقعیت دانست. همچنین تحلیل الگوهای زمانی و مکانی رفتار گردشگران، به‌ویژه با بهره‌گیری از داده‌های بزرگ، می‌تواند اطلاعات مهمی درباره تحرک، انتخاب مکان، توالی بازدید و الگوهای رفتاری آنان فراهم کند (Zargham Boroujeni & Ghanbari Ghadikolaei, 2024). در نتیجه، برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری باید علاوه بر مبانی نظری رفتار، دانشجویان را با روش‌های مطالعه رفتار واقعی گردشگران، تحلیل داده‌های رفتاری و پیوند دادن اطلاعات روان‌شناختی با الگوهای فضایی و زمانی سفر آشنا کند.

فرهنگ و بافت اجتماعی نیز بخش جدایی‌ناپذیر از روان‌شناسی گردشگری هستند. رفتار گردشگر در خلأ شکل نمی‌گیرد و ارزش‌ها، هنجارها، سبک زندگی، پیشینه فرهنگی و انتظارات اجتماعی بر نحوه ادراک و مصرف تجربه گردشگری اثر می‌گذارند. رابطه میان رفتار گردشگر فرهنگی و پایداری مقصد نشان می‌دهد که شناخت الگوهای فرهنگی گردشگران برای مدیریت مقصد و ایجاد تعادل میان تقاضای گردشگری و حفاظت از منابع فرهنگی اهمیت دارد (Artal-Tur et al., 2018). همچنین تجربه محصولات فرهنگی می‌تواند بر نگرش، تمایل به مصرف و نیت رفتاری گردشگران بالقوه اثر بگذارد و پیوند میان ادراک فرهنگی و تصمیم گردشگری را تقویت کند (Kwak et al., 2019). افزون بر این، تفاوت‌های شخصیتی افراد نیز موجب می‌شود گردشگران از یک مقصد یا فعالیت واحد تجربه‌های متفاوتی کسب کنند؛ مطالعه تجربه‌های به‌یادماندنی گردشگری در تیپ‌های شخصیتی مختلف نشان داده است که ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند در چگونگی ادراک و ماندگاری تجربه سفر نقش داشته باشند (Shirkhodaei & Ghaffari, 2019). بنابراین، طراحی برنامه درسی کاربردی باید دانشجویان را برای تحلیل تفاوت‌های فرهنگی و شخصیتی، تعامل میان گردشگر و میزبان، و تأثیر زمینه‌های اجتماعی بر تجربه گردشگری آماده کند؛ زیرا توانایی تفسیر

رفتار در چارچوب تفاوت‌های فردی و فرهنگی، یکی از پیش‌نیازهای مهم برای طراحی خدمات و تجربیات گردشگری متناسب با گروه‌های مختلف است.

در کنار محتوای تخصصی، کیفیت یک برنامه درسی میان‌رشته‌ای به نحوه سازمان‌دهی و اجرای آن نیز وابسته است. برنامه درسی اثربخش باید اهداف روشن، محتوای منسجم، منابع مناسب، زمان‌بندی واقع‌بینانه، شیوه‌های تدریس متنوع، محیط آموزشی مساعد و روش‌های ارزیابی هماهنگ با اهداف داشته باشد. محیط تدریس نقش مهمی در انتقال راهبردهای یادگیری و تبدیل دانش نظری به عملکرد دارد و پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چگونگی انعکاس و پیاده‌سازی راهبردهای آموزشی در محیط کلاس می‌تواند بر کیفیت یادگیری اثرگذار باشد (Aşıkcan et al., 2018). نقش مدرس نیز در برنامه‌های میان‌رشته‌ای از انتقال‌دهنده صرف دانش فراتر می‌رود و شامل تسهیل یادگیری، هدایت تعاملات، انتخاب راهبردهای متناسب با تفاوت‌های فردی و فراهم‌سازی فرصت‌های یادگیری فعال است. توجه مدرسان به رویکردهای متنوع تدریس و تفاوت‌های فردی فراگیران می‌تواند دامنه روش‌های آموزشی را گسترش دهد و اثربخشی تدریس را افزایش دهد (Gul & Rafique, 2017). افزون بر این، ساختار اهداف آموزشی و نحوه ادراک دانشجویان از تأکید مدرس بر تسلط، یادگیری و پیشرفت می‌تواند کیفیت مشارکت آنان در فرایند آموزش را تحت تأثیر قرار دهد (Vedder-Weiss, 2017). از این‌رو، یک برنامه درسی کاربردی روان‌شناسی گردشگری باید علاوه بر تعیین «چه چیزی» برای آموزش، به «چگونه آموزش دادن» نیز توجه کند و روش‌هایی مانند یادگیری مبتنی بر مسئله، مطالعات موردی، تحلیل رفتار گردشگران، کار میدانی، پروژه‌های بین‌رشته‌ای و تعامل با صنعت را در ساختار خود جای دهد.

مسئله دیگری که در طراحی این برنامه درسی اهمیت دارد، آینده‌نگری و سازگاری با تحولات سریع محیط حرفه‌ای است. برنامه‌های درسی آموزش عالی نمی‌توانند صرفاً بر نیازهای فعلی تمرکز کنند، بلکه باید ظرفیت سازگاری با تغییرات آینده را نیز داشته باشند. برنامه‌ریزی راهبردی در آموزش عالی می‌تواند به مؤسسات کمک کند تا در شرایط ناپایدار، مأموریت آموزشی خود را با نیازهای در حال تغییر جامعه هماهنگ سازند و ارزش عمومی بیشتری ایجاد کنند (Letizia, 2017). در حوزه گردشگری، این ضرورت به دلیل رشد سریع فناوری‌های دیجیتال، هوش مصنوعی، واقعیت مجازی، سامانه‌های توصیه‌گر، تحلیل داده و بازاریابی هوشمند پررنگ‌تر شده است. بررسی بین‌المللی برنامه‌های گردشگری و مهمان‌نوازی نشان داده است که فناوری‌های نوظهور در حال ایجاد نقش‌ها و شایستگی‌های شغلی جدید هستند و برنامه‌های درسی باید مهارت‌های دیجیتال، نظری، عملیاتی و مدیریتی مرتبط با این تحولات را در خود ادغام کنند (Başer et al., 2025). در نتیجه، برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری باید علاوه بر مباحث کلاسیک روان‌شناسی و گردشگری، دانشجویان را برای تحلیل رفتار در محیط‌های دیجیتال، تجربه‌های گردشگری مجازی، بازاریابی مبتنی بر داده و کاربرد فناوری‌های جدید در طراحی تجربه آماده سازد.

پیاده‌سازی برنامه‌های درسی جدید به کیفیت محتوای آنها محدود نمی‌شود، بلکه نگرش و آمادگی اعضای هیئت علمی نیز در موفقیت آن نقش اساسی دارد. پذیرش نوآوری‌های برنامه درسی مستلزم آن است که مدرسان بتوانند منطق تغییر را درک کنند، محتوای جدید را با ساختار آموزشی موجود تلفیق کنند و نسبت به اجرای آن نگرش مثبتی داشته باشند. شواهد جدید نشان داده است که نگرش تفکر انتقادی مدرسان با سهولت ادراک و ادغام برنامه درسی جدید و نیز نگرش آنان نسبت به اجرای آن ارتباط مثبت دارد (Lin et al., 2025). این مسئله برای برنامه‌ای مانند روان‌شناسی گردشگری اهمیت مضاعف دارد، زیرا اجرای آن به همکاری استادان حوزه‌های مختلف، عبور از مرزهای سنتی رشته‌ها و پذیرش ساختارهای آموزشی منعطف نیازمند است. همچنین فرایند رسیدن به توافق درباره مؤلفه‌ها، اهداف و شاخص‌های چنین برنامه‌ای باید بر مشارکت خبرگان و یک سازوکار نظام‌مند برای دستیابی به اجماع استوار باشد. روش دلفی در چنین موقعیت‌هایی، به‌ویژه زمانی که موضوع جدید، چندبعدی یا فاقد چارچوب تثبیت‌شده است، امکان گردآوری دیدگاه‌های تخصصی، پالایش تدریجی مؤلفه‌ها و دستیابی به توافق جمعی را فراهم می‌کند (Feizi & Irandoust, 2021). بنابراین، استفاده از دیدگاه خبرگان روان‌شناسی، گردشگری و برنامه‌ریزی درسی می‌تواند اعتبار محتوایی و کاربردی چارچوب پیشنهادی را افزایش دهد.

در مجموع، ادبیات موجود نشان می‌دهد که از یک سو، صنعت گردشگری برای شناخت انگیزش، شخصیت، هیجان، نگرش، تصمیم‌گیری، تجربه، فرهنگ و رفتار گردشگران به دانش روان‌شناختی نیاز دارد و از سوی دیگر، آموزش عالی برای پاسخ به نیازهای جدید این صنعت باید از برنامه‌های درسی انعطاف‌پذیر، کاربردی، فناورانه و میان‌رشته‌ای بهره‌گیرد. با وجود مطالعات متعدد درباره رفتار گردشگر، روان‌شناسی تجربه، نوسازی برنامه درسی و فناوری‌های آموزشی، هنوز پیوند نظام‌مند میان این دو حوزه در قالب یک برنامه درسی دانشگاهی منسجم کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از پژوهش‌ها تنها یکی از ابعاد رفتار گردشگر یا یکی از عناصر برنامه درسی را بررسی کرده‌اند و چارچوبی که بتواند اهداف، محتوا، منابع، شیوه‌های تدریس، ارزشیابی، موانع اجرایی و نیازهای حرفه‌ای روان‌شناسی گردشگری را در کنار یکدیگر سازمان‌دهی کند، همچنان نیازمند توسعه است. چنین خلأی به‌ویژه در آموزش عالی ایران اهمیت بیشتری دارد، زیرا هم ظرفیت‌های متنوع گردشگری کشور و هم ضرورت اشتغال‌پذیری و کاربردی‌تر شدن برنامه‌های دانشگاهی، تدوین رویکردهای جدید آموزشی را ایجاب می‌کند. بر این اساس، تلفیق دانش روان‌شناسی با مطالعات گردشگری می‌تواند زمینه تربیت دانش‌آموختگانی را فراهم سازد که علاوه بر شناخت ساختار صنعت گردشگری، توانایی تحلیل علمی رفتار گردشگران، طراحی تجربه‌های متناسب با نیازهای روان‌شناختی، ارزیابی رضایت و وفاداری و استفاده از فناوری و داده در تصمیم‌گیری را نیز داشته باشند.

از این رو، پژوهش حاضر با هدف واکاوی مؤلفه‌های برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری در آموزش عالی با استفاده از رهیافت دلفی انجام شد.

روش‌شناسی

این مطالعه از نوع تحقیقات کیفی و اکتشافی است که از روش دلفی برای واکاوی مؤلفه‌های برنامه درسی کاربردی بین رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری استفاده کرده است. در این مطالعه، ابتدا توسط مصاحبه با خبرگان، مؤلفه‌های اولیه برنامه درسی کاربردی بین رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری شناسایی شده و سپس توسط روش دلفی، مؤلفه‌های شناسایی شده غربالگری و اعتبارسنجی شدند. جامعه آماری برای پاسخ به سوالات مصاحبه و پرسشنامه دلفی، کلیه خبرگان و صاحب نظران حوزه برنامه‌ریزی درسی روان‌شناسی و گردشگری در آموزش عالی کشور، اعضای هیئت علمی و غیر هیئت علمی به عنوان واجد شرایط هستند که حداقل ۱۰ سال سابقه کار مرتبط داشته باشند. حجم نمونه به روش گلوله برفی و هدفمند برابر ۱۲ نفر بدست آمد. این افراد از نظر جنسیت ۵ نفر زن و ۷ نفر مرد بودند و از نظر تحصیلات، ۹ نفر دکتری و ۳ نفر کارشناسی ارشد داشتند. فرم‌های مصاحبه و پرسشنامه‌های دلفی به صورت حضوری و آنلاین در اردیبهشت و تیر ماه سال ۱۴۰۴ در اختیار خبرگان قرار داده شد. برخی از مصاحبه‌شوندگان به صورت شفاهی و برخی دیگر، به صورت متنی به سوالات مصاحبه پاسخ دادند. همچنین کلیه افراد نمونه آماری به سوالات پرسشنامه به صورت متنی پاسخ دادند. پس از اتمام فرآیند مصاحبه، کلیه مصاحبه‌ها توسط پژوهشگران به صورت متنی برای بررسی دقیق‌تر پیاده‌سازی گردید. داده‌های پرسشنامه‌ها نیز برای تحلیل دقیق‌تر در فایل اکسل پیاده‌سازی شد.

در روش دلفی، پرسشنامه‌ای از نتایج بخش کیفی طراحی شد و در اختیار خبرگان قرار گرفت. سپس از خبرگان درخواست شد تا اهمیت هر مؤلفه را از ۱ تا ۵ انتخاب کنند. پس از تکمیل این مرحله و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، میانگین و انحراف معیار پاسخ‌ها برای هر مؤلفه محاسبه گردید. بدین صورت که هر مؤلفه‌ای که میانگین آن کمتر از ۳/۵ باشد، حذف می‌شود. پس از حذف مؤلفه‌هایی که میانگین آنها کمتر از ۳/۵ بدست آمد، پرسشنامه دوم با حذف مؤلفه‌های مذکور طراحی و فرآیند دلفی دوباره تکرار شد. روش دلفی ممکن است دو یا چند مرحله داشته باشد که در این مطالعه، دلفی با دو مرحله به اتمام رسید. در هر مرحله، زمانی که همه مؤلفه‌ها میانگینی بالاتر از ۳/۵ داشته باشند، می‌توان روش دلفی را تکمیل کرد. همچنین در هر مرحله، ضریب توافق کندال توسط نرم‌افزار SPSS محاسبه شد. این ضریب عددی بین صفر و یک است و هرچه به یک نزدیک‌تر باشد، توافق بین خبرگان بیشتر است. در هر مرحله از دلفی، ضریب توافق کندال باید بیشتر از مرحله قبل باشد تا بتوان گفت که خبرگان به اجماع و توافق رسیده‌اند.

یافته‌ها

در این مطالعه با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها، ۳۷ مولفه و ۱۶۱ شاخص استخراج گردید. پس از بدست آوردن مولفه‌ها و شاخص‌ها، اعتبارسنجی نتایج به روش دلفی انجام گردید. نتایج مرحله اول و دوم دلفی در جدول (۱) ارائه شده است. در مرحله اول دلفی، پرسشنامه‌ای شامل ۱۶۱ شاخص برای تعیین میزان اهمیت هر شاخص در اختیار خبرگان قرار داده شد. خبرگان به این شاخص‌ها بر مبنای طیف لیکرت ۵ امتیازی، امتیاز دادند. با توجه به نتایج، مقدار میانگین نظرات خبرگان در سه شاخص فعال بودن اهداف بلندمدت، تقویت تفکر خلاق و تفکر انتقادی و حس معنادهی به خویشتن، کمتر از ۳/۵ بدست آمد و بنابراین این شاخص‌ها از روند پژوهش حذف شدند. همچنین مقدار ضریب توافق کندال در این بخش برابر ۰/۵۳۶ بدست آمد که میزان توافق خبرگان را به مقدار متوسط نشان می‌دهد. با توجه به آن که در این مرحله خبرگان به توافق نرسیده‌اند، مرحله دوم دلفی پس از حذف مولفه‌های گفته شده باید انجام شود. در مرحله دوم دلفی، پس از حذف شاخص‌هایی که در مرحله قبل دارای میانگین کمتر از ۳/۵ بودند، پرسشنامه‌ای با مولفه‌های باقیمانده مشتمل بر ۱۵۸ مولفه طراحی گردید و در اختیار خبرگان قرار داده شد. در این مرحله، مقدار میانگین نظرات خبرگان در تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۳/۵ محاسبه شد. همچنین مقدار ضریب توافق کندال در این بخش برابر ۰/۶۳۷ بدست آمده که میزان توافق خبرگان را به مقدار تقریباً بالایی نشان می‌دهد. از سوی دیگر، میانگین انحراف معیار پاسخ‌ها در مرحله دوم دلفی برابر ۰/۵۶۸ بدست آمده است که از میانگین انحراف معیار نظرات در مرحله اول دلفی (۰/۵۸۸) کمتر است. بنابراین می‌توان گفت که خبرگان در مرحله دوم دلفی به توافق یا اجماع رسیده‌اند. لذا مراحل دلفی به اتمام رسیده و شاخص‌های نهایی شامل ۱۵۸ شاخص هستند.

جدول (۱) نتایج مراحل اول و دوم دلفی

مولفه‌ها	شاخص‌ها	مرحله اول	مرحله دوم
		میانگین	میانگین
		انحراف معیار	انحراف معیار
مرتبط بودن	بررسی استراتژی‌های مرتبط	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷
	مرتبط بودن محتواها با نیازهای گردشگری	۴/۳۳۳	۰/۴۷۱
	پرداختن به مسائل روانی گردشگران	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷
	شناخت نیازهای روانی گردشگران	۴	۰/۴۰۸
	بررسی عوامل موثر بر رضایت گردشگران	۴	۰/۷۰۷
پایداری	آینده نگر بودن برنامه درسی	۴/۱۶۷	۰/۵۵۳
	قابل اجرا بودن برنامه در شرایط فعلی	۴/۳۳۳	۰/۶۲۴
	فعال بودن اهداف بلندمدت	۴/۴۱۷	۰/۴۹۳
	همسو بودن برنامه درسی با چشم‌اندازها و اهداف	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱
ثبات	پیوسته بودن اهداف مهارتی و دانشی	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰
	محدود نکردن شایستگی‌های دانشجویان	۴/۹۱۶	۰/۲۷۶
	استفاده از تصمیمات و سیاست‌های مدرسان برای متناسب کردن برنامه با محیط	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱
	قابلیت دستیابی به برنامه درسی	۴	۰/۵۷۷
شناخت اهداف برنامه درسی	آماده‌سازی دانشجویان برای روبرو شدن با مسائل مهم در آموزش عالی	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰
	ضرورت داشتن در عمل	۴/۴۱۷	۰/۶۴۰
	شناخت روحیات مناطق مختلف	۴/۱۶۷	۰/۸۹۷
	شناخت ویژگی‌های شخصیتی	۴/۵	۰/۶۴۵
	روش‌های ایجاد انگیزه در گردشگران	۴	۰/۴۰۸
	تقویت تفکر خلاق و تفکر انتقادی	۳/۴۱۷	۰/۴۹۳
	حس معنادهی به خویشتن	۳/۳۳۳	۰/۶۲۳

ایجاد حس راهبری دانشجویان	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷
ساختار برنامه درسی	نیاز محور بودن برنامه	۴/۳۶۴	۰/۶۴۳	۴/۴۵۴
	انسجام داشتن	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵
	انعطاف پذیری	۴/۲۵	۰/۵۹۵	۴/۲۵
	کمال گر بودن	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳
	دارای نوآوری	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۳۳۳
	توسعه منابع انسانی	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷
منابع درسی	توجه به مسائل جدید مطرح در جهان امروز	۴	۰/۷۰۷	۴
	کتاب‌های چاپی و الکترونیکی	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳
	مجلات علمی	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳
	نوشته‌های سازمان یافته در قالب گزارش	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷
	پژوهش‌های انجام شده در حیطه روانشناسی گردشگری	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۲۵
	تحقیقات اجلاس‌ها	۴/۳۳۳	۰/۶۲۴	۴/۳۳۳
	فیلم‌های آموزش گردشگری	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳
	مطالعه کشورهای موفق در زمینه روانشناسی گردشگری	۳/۹۱۷	۰/۷۵۹	۳/۹۱۷
	بررسی مسائل جامعه‌شناسی	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷
	شناخت نیازهای روانشناختی	۴/۲۵	۰/۵۹۵	۴/۳۳۳
محتوای روانشناسی	بررسی رفتار مردم	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷
	شناسایی راه‌های ترغیب مردم به سفر	۴/۴۱۷	۰/۷۵۹	۴/۵
	دیدگاه‌ها و نگرش‌ها	۴	۰/۷۰۷	۴
	شناسایی انگیزه‌های گردشگران	۴	۰/۷۰۷	۴
	شناسایی انتخاب‌های گردشگران	۳/۸۳۳	۰/۵۵۳	۳/۸۳۳
	درک رفتار گردشگران	۴/۹۱۷	۰/۲۷۶	۴/۹۱۷
	پیش‌بینی رفتار گردشگران	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷
	بررسی تصمیمات گردشگران	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵
	بررسی احساسات گردشگران در برنامه درسی	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳
	شناسایی تجربه‌های گردشگران	۴/۲۵	۰/۵۹۵	۴/۲۵
محتوای گردشگری	بررسی رابطه بین گردشگران و میزبانان	۴/۲۵	۰/۴۳۳	۴/۲۵
	شناسایی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران	۴/۳۳۳	۰/۶۲۴	۴/۴۱۷
	شناسایی هزینه‌ها و درآمدهای گردشگران	۴	۰/۴۰۸	۴
	ارزش‌های گردشگران	۴/۰۸۳	۰/۴۹۳	۴/۰۸۳
	توجه به نیازها و مسائل بومی و محلی	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷
	جذابیت داشتن	۴/۳۳۳	۰/۴۷۱	۴/۳۳۳
	متنوع بودن	۴/۰۸۳	۰/۷۵۹	۴/۰۸۳
	جدید بودن	۴/۲۵	۰/۸۲۹	۴/۲۵
	جامعیت داشتن	۴/۱۶۷	۰/۸۹۷	۴/۱۶۷
	تلفیقی بودن	۴/۱۶۷	۰/۵۵۳	۴/۱۶۷
شیوه تدوین برنامه درسی	تناسب داشتن با روانشناسی گردشگری	۴/۳۳۳	۰/۶۲۴	۴/۴۱۷
	توجه به شایستگی‌های دانشجویان	۳/۹۱۷	۰/۷۵۹	۴
	تسهیل گر بودن تدریس	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷
	حضور فعالانه دانشجویان در بحث	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳
	تعاملات اجتماعی دانشجویان در کلاس درس	۴/۹۱۷	۰/۲۷۶	۴/۹۱۷
	استفاده از چارچوب زمانی در تدریس	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷
	تدریس محتوا محور			

۰/۵۵۳	۳/۸۳۳	۰/۵۵۳	۳/۸۳۳	پوشش سرفصل‌های مشخص شده در برنامه درسی برنامه‌ریزی شده در یک دوره زمانی خاص	
۰/۲۷۶	۳/۹۱۶	۰/۲۷۶	۳/۹۱۶	توجه نکردن به یادگیری دانشجو	
۰/۵	۴/۵	۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	مشارکت فعال مدرس در تدریس	تدریس سخنرانی محور
۰/۷۹۹	۴/۱۶۶	۰/۸۶۲	۴/۰۸۳	عدم همکاری دانشجو در تدریس	
۰/۴۹۳	۴/۵۸۳	۰/۶۴۵	۴/۵	بررسی یادگیری دانشجویان	ارزیابی دانشجویان
۰/۳۷۳	۴/۱۶۷	۰/۴۰۸	۴	بررسی بازخوردها	
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	بررسی پیشرفت دانشجویان در یک دوره زمانی خاص	
۰/۴۰۸	۴	۰/۴۰۸	۴	تشویق دانشجویان فعال	سیاست‌های آموزشی
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	سیاست‌های توسعه‌ای	
۰/۶۴۳	۴/۳۶۴	۰/۶۴۳	۴/۳۶۴	تصمیم‌گیری برای دانشجویان	
۰/۴۳۳	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵	کمبود آگاهی اساتید	موانع سازمانی
۰/۵۹۵	۴/۴۱۷	۰/۵۹۵	۴/۲۵	مشکلات عدم همکاری اساتید	
۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	عدم تعهد مدیریت	
۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	۰/۷۲۲	۴/۲۵	سیاست‌های نادرست دانشگاه	
۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	عدم فرهنگ پذیرش دروس بین رشته‌ای در دانشگاه	فرهنگ سازمانی
۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	فرهنگ مختلف اعضای دانشگاه	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	محدودیت‌های مالی	موانع اقتصادی
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	پایین بودن درآمدها و کمبود انگیزه	
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	عدم شناخت روانشناسی گردشگری در جامعه	موانع اجتماعی
۰/۷۲۲	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۲۵	اهمیت ندادن جامعه به رضایت گردشگران	
۰/۶۲۴	۴/۳۳۳	۰/۶۲۴	۴/۳۳۳	عدم رفتار درست با گردشگران در برخی موارد	
۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	ایجاد تعامل	فعالیت‌های گروهی
۰/۷۵۹	۳/۹۱۷	۰/۷۵۹	۳/۹۱۷	فعالیت‌محور بودن	
۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	یادگیری تعاملی	
۰/۵۹۵	۴/۲۵	۰/۵۹۵	۴/۲۵	ارتقاء همکاری	
۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	ارتقاء حس تعهد به جامعه	
۰/۷۵۹	۴/۴۱۷	۰/۷۵۹	۴/۴۱۷	تبادل اندیشه‌ها	
۰/۷۰۷	۴	۰/۷۰۷	۴	کار و فعالیت‌های کلاسی	فعالیت‌های خارج از
۰/۷۰۷	۴	۰/۷۰۷	۴	نوشتن مقاله	امتحانات پایان ترم
۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	ارائه سمینارها	
۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	تعامل با فرهنگسراها	تعاملات با سایر نهادها
۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	تعامل با پژوهشکده‌ها	
۰/۴۳۳	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵	تعامل با کتابخانه‌های عمومی	
۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	ارتباط موثر با عالمان دینی	
۰/۵۹۵	۴/۲۵	۰/۵۹۵	۴/۲۵	ارتباط موثر با متخصصان و صاحب نظران	
۰/۴۳۳	۴/۲۵	۰/۴۳۳	۴/۲۵	حمایت‌های عاطفی	فرآیند یاددهی-یادگیری
۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	تعامل و ارتباط متقابل میان استاد و دانشجویان	
۰/۷۲۲	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۲۵	تغییر در طرز تفکر	
۰/۶۴۰	۳/۹۱۷	۰/۶۴۰	۳/۹۱۷	ارزشیابی مستمر دانشجویان	
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	استفاده از مواد آموزشی با فناوری‌های برتر	
۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	دانش تحلیلی	دانش‌های موضوعی و تخصصی
۰/۷۲۲	۳/۷۵	۰/۷۲۲	۳/۷۵	دانش ارتباطی	
۰/۵۵۲	۳/۸۳۳	۰/۵۷۵	۳/۷۵	دانش مدیریتی	

۰/۴۹۳	۳/۹۱۷	۰/۴۹۳	۳/۹۱۷	رعایت ساختار دانش	ایجاد مهارت‌ها
۰/۵۵۳	۴/۲۵	۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	توسعه مهارت‌های برتر	
۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	یادگیری مستمر و مادام‌العمر	
۰/۷۰۷	۴	۰/۷۵۹	۳/۹۱۷	یادگیری عمیق	
۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	یادگیری اکتشافی	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	تمرکز ذهنی	
۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	تعمیق یادگیری	
۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	توسعه توانمندی	
۰/۴۰۸	۴	۰/۴۹۳	۳/۹۱۷	یادگیری تأملی	
۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	نگهداشت استعدادهای برتر و برخوردار از صلاحیت‌های دینی، اخلاقی، انقلابی و شخصیتی	وضع قوانین و مقررات
۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	۰/۶۴۰	۴/۴۱۷	اتخاذ قوانین درست برای برنامه درسی روانشناسی گردشگری	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	اتخاذ چارچوب‌های صحیح برای برنامه درسی	
۰/۶۴۵	۴/۵	۰/۶۴۵	۴/۵	خودراهبر بودن	سازماندهی برنامه درسی
۰/۷۵۹	۴/۰۸۳	۰/۷۵۹	۴/۰۸۳	کاربردی شدن	
۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	اثربخش بودن	
۰/۷۵۹	۴/۱۶۷	۰/۷۵۹	۴/۰۸۳	ایجاد فضا برای تدوین برنامه درسی	مدیریت برنامه درسی
۰/۵۹۵	۴/۲۵	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	تدوین اهداف برنامه درسی توسط مدیریت	
۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	۰/۶۴۳	۴/۳۶۴	استفاده از فناوری آموزشی	فناوری
۰/۴۳۳	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵	تولید و تامین محتوای الکترونیکی	
۰/۵۷۵	۴/۲۵	۰/۵۷۵	۴/۲۵	استفاده از هوش مصنوعی	
۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	تهیه تجهیزات مانند کامپیوتر	
۰/۷۲۲	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۲۵	هوشمندسازی	
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی برای دانشجویان	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۷۰۷	۴	رسانه‌های دیداری-شنیداری	
۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	مجهز شدن به اینترنت	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	برقراری کارگاه‌های آموزشی	کارگاه‌ها و سمینارها
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	برقراری همایش‌ها و کنفرانس‌ها به صورت مجازی	
۰/۷۲۲	۴/۲۵	۰/۷۲۲	۴/۲۵	تاکید بر محتوا	
۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	ارزشیابی کیفیت	اصلاح کیفیت برنامه درسی
۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	۰/۳۷۳	۴/۸۳۳	اصلاح برنامه درسی بر اساس آرمان و ارزش‌های مشترک	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	مشارکت اعضای هیئت علمی و مدیران در تهیه و اصلاح برنامه درسی	
۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	مشاوره با خبرگان برای اصلاح کیفیت برنامه درسی	
۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	بازطراحی دوره‌های آموزشی	
۰/۴۹۳	۴/۵۸۳	۰/۶۴۵	۴/۵	رعایت ساختار دانش	
۰/۷۴۵	۴/۳۳۳	۰/۷۴۵	۴/۳۳۳	تدوین برنامه درسی متناسب با نوع دانشگاه	دامنه شمول برنامه درسی
۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	۰/۶۸۷	۳/۸۳۳	تلفیق مسائل روانشناسی با گردشگری	
۰/۷۰۷	۴	۰/۷۰۷	۴	توجه به شناخت روانی از گردشگران	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	حصول اطمینان از به روز بودن و تناسب برنامه درسی	افزایش کارایی و بهره‌وری
۰/۵	۴/۵	۰/۵	۴/۵	رشد شخصیت دانشجویان (مانند اعتماد به نفس، خوپنداری و انگیزه)	
۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	۰/۴۷۱	۴/۶۶۷	رشد استعدادهای بارز	
۰/۴۳۳	۴/۷۵	۰/۴۳۳	۴/۷۵	بهبود توانایی‌های افراد برای ایفای نقش در مشاغل گردشگری	
۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	۰/۴۹۳	۴/۴۱۷	رشد و بالندگی افراد	
۰/۴۷۱	۴/۳۳۳	۰/۵۹۵	۴/۲۵	پرورش تفکر انتقادی	

۰/۴۳۳	۴/۲۵	۰/۴۳۳	۴/۲۵	پروورش خلاقیت	بهبود اثربخشی در
۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	۰/۶۲۳	۴/۳۳۳	افزایش توانایی در حل مسائل	مهارت‌ها
۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	تقویت مهارت‌های ارتباطی	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	گسترش دانش و بینش دانشجویان	
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	رشد و توسعه صنعت گردشگری	بهبود عملکرد صنعت
۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	افزایش درآمدزایی صنعت گردشگری	گردشگری
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	افزایش رقابت‌پذیری در صنعت گردشگری	
۰/۵۵۳	۴/۱۶۷	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	رشد اقتصادی	بهبود عملکرد اقتصاد
۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	۰/۶۴۰	۴/۰۸۳	توسعه اقتصادی	کلان
۰/۵۹۵	۴/۲۵	۰/۶۸۷	۴/۱۶۷	افزایش نوآوری در سطح کلان	
۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	۰/۴۹۳	۴/۰۸۳	کاهش نوسانات اقتصادی	کاهش مشکلات اقتصاد
۰/۲۷۶	۴/۰۸۳	۰/۴۰۸	۴	جبران هزینه‌های جانبی به دلیل بهبود عملکرد صنعت گردشگری	کلان

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف واکاوی مؤلفه‌های برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری در آموزش عالی انجام شد. یافته‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان در مرحله نخست به شناسایی ۳۷ مؤلفه و ۱۶۱ شاخص منجر شد و سپس این مجموعه طی دو مرحله دلفی مورد پالایش و اعتبارسنجی قرار گرفت. در دور نخست دلفی، سه شاخص «فعال بودن اهداف بلندمدت»، «تقویت تفکر خلاق و تفکر انتقادی» و «حس معناداری به خویشتن» به دلیل کسب میانگین کمتر از ۳٫۵ حذف شدند. ضریب توافق کندال در این مرحله برابر با ۰٫۵۳۶ بود که بیانگر سطح متوسط توافق میان خبرگان بود. در دور دوم، ۱۵۸ شاخص باقی‌مانده مجدداً ارزیابی شدند و میانگین تمامی آنها از ۳٫۵ بیشتر بود. همچنین ضریب توافق کندال به ۰٫۶۳۷ افزایش یافت و میانگین انحراف معیار پاسخ‌ها نیز از ۰٫۵۸۸ در دور نخست به ۰٫۵۶۸ در دور دوم کاهش پیدا کرد. این تغییرات نشان داد که در مرحله دوم، دیدگاه‌های خبرگان به همگرایی بیشتری رسیده و اجماع قابل‌قبولی درباره مؤلفه‌ها و شاخص‌های نهایی برنامه درسی حاصل شده است. استفاده از دلفی برای دستیابی به چنین اجماعی با ماهیت این روش که برای پالایش دیدگاه‌های تخصصی و تصمیم‌گیری در موضوعات پیچیده، چندبعدی و آینده‌محور به کار می‌رود، هماهنگ است (Feizi & Irandoust, 2021). بنابراین، مجموعه ۱۵۸ شاخص نهایی را می‌توان حاصل یک فرایند تدریجی توافق تخصصی درباره الزامات برنامه درسی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری دانست.

یکی از یافته‌های اصلی پژوهش، اهمیت «مرتبط بودن» برنامه درسی با ماهیت هم‌زمان روان‌شناختی و گردشگری این حوزه بود. این مؤلفه شامل بررسی راهبردهای مرتبط، تناسب محتوا با نیازهای گردشگری، پرداختن به مسائل روانی گردشگران، شناخت نیازهای روان‌شناختی آنان و توجه به عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران بود. این یافته نشان می‌دهد که یک برنامه درسی میان‌رشته‌ای زمانی می‌تواند ماهیت کاربردی داشته باشد که ارتباط محتوایی واقعی میان دو حوزه ایجاد کند و صرفاً در کنار هم قرار دادن چند درس از روان‌شناسی و گردشگری نباشد. این نتیجه با دیدگاه (Soni et al., 2023) همسو است که تجربه گردشگری را پدیده‌ای روان‌شناختی و چندبعدی معرفی می‌کند که در آن ادراک، هیجان، انتظار، رضایت، خاطره و تصمیم آینده گردشگر به یکدیگر مرتبط‌اند. همچنین یافته پژوهش حاضر با نتایج (Hateftabar, 2021) هماهنگ است که بر ضرورت شناخت جنبه‌های رفتاری و روان‌شناختی برای توسعه صنعت گردشگری تأکید کرده است. از سوی دیگر، مطالعه (Li et al., 2024) نیز نشان می‌دهد که ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی می‌توانند به‌عنوان عوامل مهم توسعه گردشگری عمل کنند. بنابراین، نتایج پژوهش حاضر تأیید می‌کند که برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری باید بر یکپارچگی دانش رفتاری و دانش گردشگری استوار باشد تا دانشجو بتواند از مفاهیم روان‌شناسی برای تحلیل مسائل واقعی صنعت گردشگری استفاده کند.

یافته دیگر به مؤلفه‌های پایداری، ثبات و عملی بودن برنامه درسی مربوط بود. بر اساس دیدگاه خبرگان، برنامه درسی باید آینده‌نگر، قابل اجرا در شرایط فعلی، همسو با اهداف و چشم‌اندازها، دارای پیوستگی میان اهداف دانشی و مهارتی، غیرمحدودکننده شایستگی‌های دانشجویان و از نظر عملی قابل دستیابی باشد. این یافته از آن جهت اهمیت دارد که برنامه درسی میان‌رشته‌ای در صورت فاصله گرفتن از نیازهای اجرایی، ممکن است در سطح نظری باقی بماند. نتایج با پژوهش (Keshavarzi et al., 2024) همخوان است که نوسازی برنامه‌های درسی آموزش عالی را مستلزم سودمندی، کارآمدی، انعطاف‌پذیری، تلفیق نظریه و عمل و توجه به مهارت‌های مورد نیاز محیط بیرونی می‌داند. همچنین این نتیجه را می‌توان با دیدگاه (Letizia, 2017) تبیین کرد که بر اهمیت برنامه‌ریزی راهبردی در آموزش عالی در شرایط متغیر تأکید دارد. برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری باید بتواند نه تنها نیازهای کنونی صنعت گردشگری، بلکه تحولات آینده آن را نیز پوشش دهد. حذف شاخص «فعال بودن اهداف بلندمدت» در مرحله نخست دلفی را نیز می‌توان چنین تفسیر کرد که خبرگان احتمالاً آینده‌نگری را نه در قالب یک هدف انتزاعی و مستقل، بلکه به صورت ویژگی درونی پایداری و قابلیت اجرای برنامه درسی ضروری دانسته‌اند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که ساختار برنامه درسی باید نیازمحور، منسجم، انعطاف‌پذیر، نوآور و معطوف به توسعه منابع انسانی باشد و به مسائل جدید جهان امروز توجه کند. این نتیجه بیانگر آن است که ساختار مطلوب برای چنین برنامه‌ای نباید ثابت و بسته باشد، بلکه باید قابلیت انطباق با تغییرات محیط علمی، صنعت گردشگری و نیازهای یادگیرندگان را داشته باشد. این یافته با نتایج (Shafiei Sarvestani et al., 2024) سازگار است که در چارچوب سیاست‌گذاری برنامه درسی فناورانه، بر اصلاح ساختار آموزشی متناسب با فناوری، جهانی‌شدن و اولویت‌های جدید تأکید کرده‌اند. همچنین (Başer et al., 2025) نشان داده‌اند که فناوری‌های نوظهور در گردشگری و مهمان‌نوازی باعث ایجاد شایستگی‌های جدید و نقش‌های شغلی تازه شده‌اند و برنامه‌های درسی باید مهارت‌های دیجیتال، نظری، عملیاتی و مدیریتی را در خود ادغام کنند. بنابراین، وجود انعطاف و نوآوری در ساختار برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری به دانشگاه اجازه می‌دهد که در برابر ظهور حوزه‌هایی مانند گردشگری هوشمند، واقعیت مجازی، تحلیل رفتار دیجیتال، هوش مصنوعی و بازاریابی مبتنی بر داده واکنش مناسبی نشان دهد.

یکی دیگر از یافته‌های قابل توجه، تأکید بر تنوع منابع درسی بود. خبرگان استفاده از کتاب‌های چاپی و الکترونیکی، مجلات علمی، گزارش‌های سازمان‌یافته، پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه روان‌شناسی گردشگری، تحقیقات ارائه‌شده در اجلاس‌ها، فیلم‌های آموزشی گردشگری و مطالعه تجربه کشورهای موفق را ضروری دانستند. این نتیجه نشان می‌دهد که منابع درسی یک حوزه میان‌رشته‌ای نباید به کتاب‌های درسی سنتی محدود شوند، زیرا ماهیت این حوزه به سرعت در حال تحول است و دانشجویان باید با یافته‌های جدید علمی و تجارب واقعی مواجه شوند. در این زمینه، (Ramrathan, 2017) نیز بر نقش‌گزینش و سازمان‌دهی دانش متناسب با اهداف برنامه درسی تأکید کرده است. علاوه بر این، یافته حاضر با رویکرد (Aşıkcan et al., 2018) سازگار است که بر اهمیت محیط و راهبردهای آموزشی در تسهیل انتقال و کاربرد دانش تأکید دارد. استفاده از منابع چندرسانه‌ای، گزارش‌های میدانی و تجارب بین‌المللی می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا مفاهیم نظری روان‌شناسی گردشگری را در موقعیت‌های واقعی درک کنند و توان تحلیل خود را ارتقا دهند.

در بخش محتوایی، نتایج نشان داد که برنامه درسی باید هم‌زمان دو دسته محتوای روان‌شناختی و گردشگری را پوشش دهد. محتوای روان‌شناختی شامل مسائل جامعه‌شناختی، نیازهای روان‌شناختی، رفتار مردم، راه‌های ترغیب افراد به سفر و دیدگاه‌ها و نگرش‌ها بود. در مقابل، محتوای گردشگری شامل انگیزه‌ها، انتخاب‌ها، رفتارها، تصمیم‌ها، احساسات، تجارب، روابط گردشگر و میزبان، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، هزینه‌ها و درآمدها، ارزش‌ها و نیازهای بومی و محلی گردشگران بود. این یافته با بخش قابل توجهی از ادبیات موجود همخوانی دارد. برای نمونه، (Pestana et al., 2020) نشان داده‌اند که انگیزه، هیجان و رضایت از عوامل اساسی انتخاب مقصد هستند و (Jin et al., 2019) بر نقش انگیزش و درگیری در رفتار گردشگران تأکید کرده‌اند. همچنین (Dean & Suhartanto, 2019) نشان داده است که انگیزه‌های رانشی و کششی در شکل‌گیری نیت رفتاری گردشگران نقش دارند. از سوی دیگر، (Štefko et al., 2020) ویژگی‌های روان‌شناختی را با

رفتار اقتصادی و هزینه‌کرد گردشگران مرتبط دانسته است. در نتیجه، یافته پژوهش حاضر که متغیرهای روان‌شناختی و رفتاری متنوعی را در محتوای برنامه درسی وارد کرده است، پشتوانه نظری مناسبی در مطالعات پیشین دارد.

نتایج مربوط به تصمیم‌گیری، تجربه و رفتار گردشگران نیز با پژوهش‌های قبلی همسو است. در مدل نهایی، شناخت انتخاب‌ها، پیش‌بینی رفتار، بررسی تصمیمات، احساسات و تجربه‌های گردشگران از شاخص‌های اصلی محتوا بود. این یافته را می‌توان با نتایج (Chen et al., 2020) توضیح داد که نشان داده‌اند اصالت برند مقصد و همخوانی آن با خودپنداره گردشگر می‌تواند از طریق درگیری با مقصد بر وفاداری گردشگر اثر بگذارد. همچنین (Zargham Boroujeni & Ghanbari Ghadikolaei, 2024) بر اهمیت تحلیل الگوهای زمانی و مکانی رفتار گردشگران برای شناخت تحرک و انتخاب‌های آنان تأکید کرده‌اند. یافته حاضر همچنین با مطالعه (Shirkhodaei & Ghaffari, 2019) همخوان است که نشان داد تفاوت‌های شخصیتی می‌توانند تجربه‌های به‌یادماندنی گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند. این مجموعه شواهد بیانگر آن است که آموزش روان‌شناسی گردشگری باید از آموزش توصیفی رفتار فراتر رود و دانشجویان را با سازوکارهای تبیین و پیش‌بینی رفتار آشنا سازد.

یکی دیگر از ابعاد مهم یافته‌ها به فرهنگ، ارزش‌ها و رابطه گردشگر و میزبان مربوط بود. ورود این شاخص‌ها به برنامه درسی نشان می‌دهد که رفتار گردشگر تنها تابع ویژگی‌های فردی نیست، بلکه در بستر اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. این نتیجه با یافته (Artal-Tur et al., 2018) هماهنگ است که ارتباط میان رفتار گردشگر فرهنگی و پایداری مقصد را نشان داده است. همچنین (Kwak et al., 2019) گزارش کرده‌اند که مواجهه با محصولات فرهنگی می‌تواند نگرش و نیت رفتاری گردشگران بالقوه را تحت تأثیر قرار دهد. از سوی دیگر، توجه به مسائل بومی و محلی با دیدگاه (Seyfi & Hall, 2018) درباره ویژگی‌های خاص و ظرفیت‌های گردشگری ایران هماهنگی دارد. همچنین ضرورت توجه به پیامدهای محیطی و اجتماعی گردشگری با مطالعه (Taiminen, 2018) همسو است. از این منظر، برنامه درسی مطلوب باید دانشجویان را برای فهم تفاوت‌های فرهنگی، حساسیت به ارزش‌های جامعه میزبان و تحلیل پیامدهای توسعه گردشگری آماده کند.

در حوزه تدریس، یافته‌ها سه جهت‌گیری کلی دانشجوی محور، محتوامحور و سخنرانی محور را نشان داد. در شیوه دانشجوی محور، توجه به شایستگی دانشجویان، تسهیلگری مدرس، حضور فعال دانشجو و تعاملات اجتماعی مورد تأکید بود. این بخش از نتایج اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا ماهیت کاربردی و میان‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری نیازمند مشارکت فعال دانشجو و تجربه حل مسئله است. نتیجه حاضر با مطالعه (Gul & Rafique, 2017) همخوان است که استفاده از راهبردهای متنوع تدریس متناسب با تفاوت‌های یادگیرندگان را در بهبود آموزش مؤثر می‌داند. همچنین (Vedder-Weiss, 2017) نشان داده است که ساختار اهداف آموزشی و شیوه تدریس می‌تواند بر ادراک و درگیری دانشجویان در فرایند یادگیری اثر بگذارد. از طرف دیگر، (Lin et al., 2025) بر نقش نگرش تفکر انتقادی مدرسان در سهولت پذیرش و اجرای برنامه‌های درسی جدید تأکید کرده است. بنابراین، موفقیت اجرای برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری به میزان زیادی به آمادگی مدرس برای ایفای نقش تسهیلگر و به‌کارگیری شیوه‌های فعال یادگیری وابسته است.

نتایج مربوط به ارزیابی و سیاست‌های آموزشی نیز نشان داد که برنامه درسی باید شامل بررسی یادگیری، دریافت بازخورد، سنجش پیشرفت دانشجویان و اتخاذ سیاست‌هایی برای تشویق و توسعه عملکرد آنها باشد. این یافته نشان می‌دهد که ارزشیابی در این برنامه نباید صرفاً به آزمون پایانی محدود شود، بلکه باید فرایندی مستمر برای رصد پیشرفت، بازخورددهی و اصلاح یادگیری باشد. این نگاه با منطق برنامه درسی کاربردی همخوان است، زیرا شایستگی‌های عملی و بین‌رشته‌ای تنها از طریق ارزشیابی چندبعدی قابل سنجش هستند. همچنین اهمیت سیاست‌های آموزشی مناسب با یافته (Keshavarzi et al., 2024) درباره ضرورت تعامل میان ساختار برنامه درسی، مهارت‌آموزی و نیازهای محیط بیرونی همسو است و با تأکید (Lin et al., 2025) بر نقش نگرش و آمادگی مجریان برنامه درسی نیز سازگاری دارد.

در نهایت، شناسایی موانع سازمانی و فرهنگی یکی از جنبه‌های مهم نتایج پژوهش بود. کمبود آگاهی استادان، عدم همکاری آنان، فقدان تعهد مدیریت، سیاست‌های نامناسب دانشگاه، عدم فرهنگ پذیرش دروس میان‌رشته‌ای و تفاوت‌های فرهنگی اعضای دانشگاه از جمله موانع اجرای

برنامه عنوان شدند. این یافته نشان می‌دهد که طراحی یک برنامه درسی مطلوب به‌تنهایی برای موفقیت آن کافی نیست و شرایط نهادی نیز باید آماده باشد. برنامه درسی میان‌رشته‌ای نیازمند همکاری میان گروه‌های آموزشی، حمایت مدیریتی و انعطاف در ساختارهای اداری است. این نتیجه با یافته‌های (Lin et al., 2025) درباره اهمیت نگرش مجریان برنامه درسی و با نتایج (Shafiei Sarvestani et al., 2024) درباره ضرورت اصلاح سیاست‌ها و ساختارهای آموزش عالی در فرایند تحول برنامه درسی همخوان است. همچنین (Pradeep, 2020) نشان می‌دهد که گردشگری به‌شدت تحت تأثیر ساختارها و تصمیمات کلان قرار دارد؛ بنابراین، انتظار می‌رود برنامه آموزشی مرتبط با آن نیز نیازمند هماهنگی نهادی و سیاستی باشد. در مجموع، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که برنامه درسی کاربردی بین‌رشته‌ای روان‌شناسی گردشگری باید نظامی منسجم از اهداف، محتوا، منابع، روش‌های تدریس، ارزشیابی، الزامات اجرایی و ملاحظات سازمانی باشد. چنین برنامه‌ای می‌تواند فاصله میان دانش روان‌شناختی و نیازهای واقعی صنعت گردشگری را کاهش دهد و زمینه تربیت دانش‌آموختگانی را فراهم کند که توانایی تحلیل رفتار، انگیزه، تصمیم، تجربه و رضایت گردشگران را در بافت‌های واقعی و متغیر داشته باشند.

این پژوهش با چند محدودیت همراه بود که باید در تفسیر یافته‌ها مورد توجه قرار گیرد. نخست، تعداد خبرگان مشارکت‌کننده ۱۲ نفر بود و اگرچه این تعداد برای اجرای مطالعه دلفی قابل قبول است، دامنه محدود نمونه می‌تواند تنوع دیدگاه‌های موجود در جامعه بزرگ‌تر متخصصان روان‌شناسی، گردشگری و برنامه‌ریزی درسی را به‌طور کامل منعکس نکند. دوم، انتخاب مشارکت‌کنندگان به روش هدفمند و گلوله‌برفی انجام شد و از این رو احتمال تمرکز شبکه‌ای دیدگاه‌ها و محدود شدن ناخواسته تنوع تخصصی وجود دارد. سوم، یافته‌ها بر قضاوت خبرگان در بستر آموزش عالی ایران استوار است و ممکن است تحت تأثیر شرایط نهادی، فرهنگی، اقتصادی و ساختاری دانشگاه‌های کشور قرار گرفته باشد؛ بنابراین، تعمیم مستقیم نتایج به سایر نظام‌های آموزش عالی باید با احتیاط انجام شود. چهارم، پژوهش حاضر بر شناسایی و اعتبارسنجی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها متمرکز بود و اثربخشی واقعی برنامه درسی پیشنهادی در محیط دانشگاهی، میزان پذیرش آن از سوی دانشجویان و استادان و پیامدهای آموزشی یا حرفه‌ای آن به‌صورت تجربی ارزیابی نشد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، مدل حاصل از این مطالعه در نمونه‌های بزرگ‌تر و متنوع‌تر از استادان دانشگاه، متخصصان صنعت گردشگری، مدیران آموزشی، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مورد اعتبارسنجی قرار گیرد. همچنین می‌توان با استفاده از روش‌های کمی مانند تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی یا مدل‌سازی معادلات ساختاری، ساختار ابعادی مؤلفه‌ها و روابط میان آنها را بررسی کرد. اجرای مطالعات تطبیقی میان دانشگاه‌های مختلف یا میان ایران و کشورهای دارای نظام‌های پیشرفته آموزش گردشگری نیز می‌تواند میزان وابستگی مؤلفه‌ها به زمینه فرهنگی و سازمانی را مشخص کند. علاوه بر این، طراحی و اجرای آزمایشی یک برنامه درسی مبتنی بر ۱۵۸ شاخص شناسایی شده و ارزیابی پیامدهای آن بر دانش تخصصی، مهارت‌های تحلیلی، شایستگی حرفه‌ای، اشتغال‌پذیری و توانایی حل مسئله دانشجویان می‌تواند مرحله بعدی توسعه این حوزه باشد. بررسی نقش فناوری‌های نوظهور، هوش مصنوعی، تحلیل داده‌های رفتاری و تجربه‌های مجازی گردشگری در بازطراحی این برنامه نیز می‌تواند مسیر پژوهشی مهمی فراهم کند.

پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها برای توسعه برنامه درسی روان‌شناسی گردشگری، کارگروه‌های مشترکی متشکل از متخصصان روان‌شناسی، گردشگری، برنامه‌ریزی درسی و نمایندگان صنعت تشکیل دهند و طراحی دروس را بر اساس نیازهای واقعی بازار کار و مسائل رفتاری گردشگران انجام دهند. لازم است محتوای برنامه تنها به مباحث نظری محدود نشود و موضوعاتی مانند انگیزش، تصمیم‌گیری، تجربه گردشگر، روابط گردشگر و میزبان، تفاوت‌های شخصیتی و فرهنگی، رفتار مصرف‌کننده، تحلیل داده‌های گردشگری و کاربرد فناوری‌های نوین را در بر گیرد. استفاده از روش‌های تدریس فعال، مطالعات موردی، پروژه‌های میدانی، بازدیدهای آموزشی، تحلیل سناریوهای واقعی و همکاری با سازمان‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری نیز می‌تواند کاربردی بودن آموزش را تقویت کند. همچنین دانشگاه‌ها باید برای توانمندسازی استادان، حمایت مدیریتی از برنامه‌های میان‌رشته‌ای، ایجاد انعطاف در ساختار آموزشی، تأمین منابع علمی و دیجیتال و کاهش مقاومت سازمانی برنامه‌ریزی کنند تا زمینه اجرای اثربخش این برنامه درسی فراهم شود.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

Extended Abstract

Introduction

Higher education curricula are increasingly expected to respond to complex social, professional, technological, and economic changes rather than remain confined to conventional disciplinary boundaries. Curriculum development therefore involves more than determining the content of individual courses; it requires the purposeful organization of knowledge, learning experiences, teaching strategies, assessment procedures, and educational resources in accordance with learners' needs and societal expectations. From this perspective, interdisciplinary curricula provide an important mechanism for connecting complementary fields of knowledge and preparing graduates to address multifaceted real-world problems. Curriculum development should consequently be responsive to stakeholder needs and should determine what knowledge is educationally valuable and how that knowledge can be organized into meaningful learning experiences (Ramrathan, 2017). In higher education, curriculum renewal must also emphasize applicability, flexibility, the integration of theory and practice, competency development, and responsiveness to changing professional environments (Keshavarzi et al., 2024). These requirements have become particularly important as technological developments reshape educational practices and create a need for curriculum policy frameworks that accommodate innovation and emerging competencies (Shafiei Sarvestani et al., 2024). Tourism represents a particularly suitable field for interdisciplinary curriculum development because tourist behavior is shaped by psychological, social, cultural, economic, political, environmental, and geographical factors. Iran possesses substantial natural, cultural, historical, and geographical tourism potential; however, the effective development of tourism requires knowledge that goes beyond destination resources and incorporates an understanding of tourist behavior and experience (Seyfi & Hall, 2018). Tourism development is also influenced by political structures and policy decisions (Pradeep, 2020), while uncontrolled tourism growth can generate environmental and sociocultural pressures that require attention to sustainability (Taiminen, 2018). Within this context, tourism psychology provides an interdisciplinary foundation for understanding the psychological mechanisms underlying travel motivation, destination choice, decision-making, emotions, satisfaction, memory, experience, and future behavioral intentions. Psychological characteristics may even contribute to regional tourism development and influence attitudes toward tourism activity (Li et al., 2024). Tourist experiences are likewise fundamentally psychological and multidimensional, involving expectations, perceptions, emotions, memories, and behavioral responses (Soni et al., 2023). Motivation is particularly important because travel decisions are shaped by psychological needs, emotional states, and expected benefits (Pestana et al., 2020). Research has also demonstrated the importance of motivation and involvement in specific forms of tourism (Jin et al., 2019), as well as the role of push and pull motivations in forming behavioral intentions (Dean & Suhartanto, 2019). Psychological characteristics can additionally contribute to predicting tourist expenditures and economic behavior (Štefko et al., 2020). Destination-related cognition is equally relevant, as perceived brand authenticity and self-congruence can strengthen engagement and loyalty (Chen et al., 2020). Moreover, tourist behavior is embedded within cultural contexts; cultural orientations influence consumption patterns and destination sustainability (Artal-Tur et al., 2018), while cultural experiences may affect prospective tourists' attitudes and behavioral intentions (Kwak et al., 2019). Differences in personality can also produce different memorable tourism experiences (Shirkhodaei &

Ghaffari, 2019), and spatiotemporal behavioral analysis provides additional insight into how tourists move, select locations, and behave across destinations (Zargham Boroujeni & Ghanbari Ghadikolaie, 2024). Consequently, an interdisciplinary curriculum in tourism psychology must integrate psychological knowledge with tourism-related content while simultaneously addressing pedagogy, technological change, and practical competencies. Teaching environments and instructional strategies affect how knowledge is translated into learning experiences (Aşikcan et al., 2018), while diversified teaching approaches may improve learning by responding to individual differences among students (Gul & Rafique, 2017). Student perceptions of instructional goal structures can further shape participation and learning outcomes (Vedder-Weiss, 2017). The implementation of new curricula also depends on teachers' willingness and capacity to understand, integrate, and apply curricular innovations; critical-thinking attitudes have been associated with greater perceived ease of understanding and implementing new curricula (Lin et al., 2025). At the same time, tourism and hospitality education must respond to emerging technologies and new professional roles requiring digital, managerial, operational, and analytical competencies (Başer et al., 2025). Despite these developments, a comprehensive framework specifically identifying the components of an applied interdisciplinary tourism psychology curriculum in higher education remains insufficiently developed. Therefore, the present study aimed to analyze and validate the components and indicators of an interdisciplinary applied curriculum for tourism psychology in higher education using a Delphi approach.

Methods and Materials

This study employed a qualitative exploratory design using the Delphi method. The study population consisted of experts and scholars in curriculum planning, psychology, and tourism within higher education, including academic and non-academic professionals who had at least 10 years of relevant occupational or academic experience. Participants were selected using purposive and snowball sampling, resulting in a panel of 12 experts. Of these participants, seven were men and five were women; nine held doctoral degrees and three held master's degrees. The research was conducted in two interconnected phases. First, expert interviews were used to identify the preliminary components and indicators of an interdisciplinary applied tourism psychology curriculum. Interviews were conducted either in person or online, and responses were collected in oral or written form. Oral interviews were transcribed to facilitate systematic analysis. In the second phase, the indicators derived from the qualitative interviews were organized into Delphi questionnaires for screening and validation. Experts rated the importance of each indicator using a five-point Likert scale. For each indicator, the mean and standard deviation of expert ratings were calculated. A mean score of 3.5 was established as the retention criterion; indicators with mean scores below this threshold were excluded from subsequent rounds. The Delphi procedure continued for two rounds. Kendall's coefficient of concordance was calculated to assess the degree of agreement among experts and to determine whether consensus increased between successive rounds. Greater concordance together with a reduction in dispersion of expert ratings was interpreted as evidence of increasing consensus and stabilization of the proposed curriculum framework.

Findings

Analysis of the initial expert interviews resulted in the identification of 37 components and 161 indicators related to the interdisciplinary applied curriculum for tourism psychology in higher education. These findings reflected a broad conceptualization of the curriculum and included dimensions related to relevance, sustainability, stability, practicality, curriculum objectives, curriculum structure, educational resources, psychological content, tourism content, curriculum development procedures, teaching approaches, student assessment, educational policies, and organizational and cultural implementation conditions. In the first Delphi round, all 161 indicators were rated by the 12 experts. Three indicators obtained mean scores below the predetermined threshold of 3.5 and were therefore removed: active long-term goals, enhancement of creative and critical thinking, and a sense of self-meaning. Kendall's coefficient of concordance in the first round was

0.536, indicating a moderate level of agreement among the experts and suggesting that a second Delphi round was necessary. Following removal of the three indicators, 158 indicators were retained and included in the second Delphi questionnaire. In the second round, the mean scores of all 158 indicators exceeded 3.5. Kendall's coefficient of concordance increased to 0.637, demonstrating a higher level of agreement among experts. In addition, the mean standard deviation of expert ratings decreased from 0.588 in the first round to 0.568 in the second round. The simultaneous increase in Kendall's coefficient and reduction in rating dispersion indicated greater convergence of expert judgments. Accordingly, the Delphi process was concluded after the second round, and the final interdisciplinary applied curriculum framework consisted of 37 components represented by 158 validated indicators.

Discussion and Conclusion

The findings demonstrate that an interdisciplinary applied curriculum for tourism psychology should be understood as a multidimensional educational system rather than as a simple combination of psychology and tourism courses. The high number of retained indicators indicates that meaningful interdisciplinary integration requires attention to multiple layers of curriculum design, including relevance to the psychological and behavioral realities of tourism, curricular sustainability, practical applicability, coherent objectives, appropriate resources, instructional strategies, assessment mechanisms, and institutional conditions. The increase in expert agreement between the two Delphi rounds further suggests that the identified framework achieved an acceptable level of conceptual stability. One of the central implications of the findings is that curriculum relevance should be established through direct alignment between psychological concepts and tourism-related problems. Curriculum content should therefore address tourists' psychological needs, satisfaction, motivations, attitudes, choices, emotions, experiences, behavioral patterns, relationships with hosts, demographic characteristics, values, expenditure patterns, and local requirements. This structure enables students to move beyond descriptive tourism knowledge and acquire the capacity to explain and potentially predict tourist behavior. The findings also suggest that curriculum sustainability depends on combining future orientation with present feasibility. An effective program should be adaptable to contemporary conditions while remaining sufficiently flexible to respond to changing tourism environments, technological developments, and emerging professional competencies. Similarly, the curriculum structure should be needs-based, coherent, flexible, innovative, and oriented toward human-resource development. These characteristics are particularly important for a field that is simultaneously influenced by advances in behavioral science, digital tourism, data analytics, artificial intelligence, virtual experiences, and changing consumer expectations.

The findings concerning educational resources also highlight the necessity of using diverse and continuously updated learning materials, including printed and electronic books, scientific journals, organized reports, tourism psychology research, conference studies, educational films, and international case experiences. Reliance on a limited set of traditional textbooks would be insufficient for a rapidly evolving interdisciplinary field. The identified psychological and tourism content further demonstrates that the program should balance foundational knowledge with applied behavioral analysis. Students should learn not only concepts related to attitudes, psychological needs, motivation, personality, and behavior but also how these concepts operate within destination choice, tourist experience, expenditure, host-guest interaction, satisfaction, and decision-making. Such integration can strengthen students' ability to transfer theoretical psychological knowledge to practical tourism contexts.

The results additionally emphasize the importance of pedagogy. Student-centered teaching emerged as an important orientation through indicators such as attention to student competencies, facilitative teaching, active participation, and social interaction in the classroom. Although content-centered and lecture-centered approaches were also represented, the overall framework suggests that an applied interdisciplinary curriculum should provide opportunities for active learning rather than depend exclusively on teacher transmission. Case

analysis, field experiences, problem-based activities, tourism behavior analysis, collaborative projects, and engagement with real tourism organizations can therefore be particularly valuable. Assessment should similarly extend beyond conventional examinations and include continuous evaluation of student learning, feedback, and progress over time. Educational policies should support active students and promote developmental opportunities rather than function merely as administrative mechanisms.

Another important contribution of the study is its recognition that successful curriculum implementation depends on institutional conditions. Lack of faculty awareness, insufficient cooperation among instructors, weak managerial commitment, inappropriate university policies, and limited organizational acceptance of interdisciplinary courses were identified as potential barriers. Therefore, curriculum development should be accompanied by faculty development, administrative support, interdepartmental cooperation, and institutional policies that legitimize interdisciplinary education. Without such conditions, even a well-designed curriculum may encounter significant implementation difficulties. Overall, the final set of 158 validated indicators provides a comprehensive foundation for designing, revising, and implementing an interdisciplinary applied tourism psychology curriculum in higher education. By integrating psychological science with tourism knowledge, practical competencies, active pedagogy, and institutional support, the proposed framework can contribute to more relevant university education, improved graduate preparedness, and a stronger connection between higher education and the behavioral needs of the tourism industry.

References

- Artal-Tur, A., Villena-Navarro, M., & Alamá-Sabater, L. (2018). The relationship between cultural tourist behaviour and destination sustainability. *Anatolia*, 29(2), 237-251. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414444>
- Aşıkcan, M., Pilten, G., & Kuralbayeva, A. (2018). Investigation of Reflecting Reading Comprehension Strategies on Teaching Environment among Pre-service Classroom Teachers. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 10(4), 397-405. <https://doi.org/10.26822/iejee.2018438129>
- Başer, M., Kozak, M., & Büyükbeşe, T. (2025). Integration of emerging technologies in tourism and hospitality curriculum: An international perspective. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 36, 100546. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2025.100546>
- Chen, R., Zhou, Z., Zhan, G., & Zhou, N. (2020). The impact of destination brand authenticity and destination brand self-congruence on tourist loyalty: The mediating role of destination brand engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100402. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100402>
- Dean, D., & Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: The role of push-pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1572631>
- Feizi, K., & Irandoust, M. (2021). *Delphi: A Method for Research, Decision-Making, and Futures Studies*. Industrial Management Organization Press.
- Gul, R., & Rafique, M. (2017). Teachers Preferred Approaches towards Multiple Intelligence Teaching: Enhanced Prospects for Teaching Strategies. *Journal of Research & Reflections in Education*, 11(2).
- Hateftabar, F. (2021). *The Study of Development in the Tourism Industry: Iran as a destination with special attributes* [Thesis, Université Panthéon-Sorbonne].
- Jin, X., Xiang, Y., Weber, K., & Liu, Y. (2019). Motivation and involvement in adventure tourism activities: A Chinese tourists' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1066-1078. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1666152>
- Keshavarzi, F., Mohammadi, M., & Norouzi, S. (2024). A Model for Curriculum Renewal in Higher Education. *Higher Education Curriculum Studies*, 15(29), 7-37.
- Kwak, H., Kim, J., Kim, S., Jung, J., & Choi, H. (2019). Korean dance performance influences on prospective tourist cultural products consumption and behaviour intention. *Journal of Psychology in Africa*, 29(3), 230-236. <https://doi.org/10.1080/14330237.2019.1626131>
- Letizia, A. J. (2017). Using Strategic Planning to Create the Public Good for Higher Education in Volatile Times. *International Journal of Progressive Education*, 13(2), 144-164.
- Li, Y., Liu, Y., Wan, L., & Lin, Y. (2024). Human psychology as a driver of tourism development: The effect of regional personality traits. *Annals of Tourism Research*, 109, 103852. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103852>

- Lin, M. Y., Hong, J. C., Chin, T. J., & Chen, N. (2025). The influence of preschool teachers' critical thinking attitude on their perceived ease of understanding and integrating, and attitude toward implementation of a new curriculum. *Thinking Skills and Creativity*, 57, 101868. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2025.101868>
- Pestana, M. H., Parreira, A., & Moutinho, L. (2020). Motivations, emotions and satisfaction: The keys to a tourism destination choice. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100332. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.006>
- Pradeep, C. (2020). Political Impacts of Tourism: A Critical Analysis of Literature. *Atna Journal of Tourism Studies*, 15(1), 55-69. <https://doi.org/10.12727/ajts.23.5>
- Ramrathan, L. G. (2017). *Education Studies for Initial Teacher Development*.
- Rober, P. (2023). The importance of the therapeutic alliance in family therapy: Insights and strategies. *Journal of Family Therapy*, 45(2), 125-140.
- Seyfi, S., & Hall, C. M. (2018). Tourism in Iran: An introduction. In S. Seyfi & C. M. Hall (Eds.), *Tourism in Iran: Challenges, Development and Issues*. Routledge.
- Shafiei Sarvestani, M., Mirghaffari, F., Keshkar, F., Pakbaz, Z., Hajizadeh, M., & Azarpeikan, B. (2024). Designing a Technological Curriculum Policy-Making Framework in Higher Education: A Meta-Synthesis Approach. *Higher Education Curriculum Studies*, 15(29), 217-246.
- Shirkhodaei, M., & Ghaffari, H. (2019). A Comparative Study of Memorable Tourism Experiences across Different Personality Types Based on the Myers-Briggs Model. *Tourism Studies*, 15(3), 112-130.
- Soni, G., Hussain, S., & Ahmadshah, F. (2023). The tourist psychology and the creation of tourist experiences. In *International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-3895-7_6-1
- Štefko, R., Džuka, J., Litavcová, E., Nakatova, D., & Lačný, M. (2020). Psychological characteristics of a tourist as predictors of expenditures: An analytical review and proposal of the predictive model. *Contemporary Economics*, 14(3), 320-336. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.407>
- Taiminen, S. (2018). *The negative impacts of overtourism on tourism destination from environmental and socio-cultural perspectives* [Ph.D. thesis, ARCADA].
- Vedder-Weiss, D. (2017). Teaching Higher and Lower in Mastery Goal Structure: The Perspective of Students. *The Elementary School Journal*, 117(4), 566-592. <https://doi.org/10.1086/691584>
- Zargham Boroujeni, H., & Ghanbari Ghadikolaei, R. (2024). The Spatiotemporal Pattern of Tourist Behavior: A Study of Articles Based on Big Data. *Tourism and Development*(40), 71-91.