Journal of Geography and Planning
Online ISSN: 2717-3534 Print ISSN: 2008-8078
Homepage: https://geoplanning.tabrizu.ac.ir

Emotional Solidarity of Host Community in Tourism: Effect of Community Attachment, Perceived Risk and Social Impacts (Case Study: Tabriz City)

Yavar Babaei[1]✉, **Mohammad Taghi Nazari**[2]

1. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Management and Tourism, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran. E-mail: babaei_yavar@tabrizu.ac.ir
2. Master of Tourism Management, Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: m.t.nazari@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 7 December 2025
Revised: 22 January 2026
Accepted: 6 February 2026
Published: 29 July 2026

Keywords:
Emotional solidarity,
Community attachment,
Perceived risk,
Social impacts of tourism,
Tabriz city.

ABSTRACT

Objective: Tourism has gained significant momentum in international societies. With economic growth and changes in consumer behavior, the tourism industry has transformed from a luxury product to a necessary product. Tourism development is rapidly improving, and the role of the local community as the main supporter of tourism in the destination has increased more than ever. Therefore, this study, focusing on the role of the local community in tourism, seeks to examine the role of social attachment and perceived risk on the emotional solidarity of the host community towards tourism with the role of mediating the perceived social effects of tourism.

Methods: The present study is applied in terms of purpose, descriptive survey in terms of nature and method and was conducted cross-sectionally. The study population in this study is the residents of Tabriz city, 314 people were selected as a sample. A standard questionnaire was used to collect data, whose reliability was confirmed using Cronbach's alpha and its composite reliability and validity were confirmed using legal validity, face validity and construct validity. Structural equation modeling and pls software were used to analyze the data.

Results: The results of the study showed that the effect of perceived risk, social attachment and perceived social effects on emotional solidarity was confirmed. On the other hand, the mediating role of perceived social effects of tourism in the relationship between perceived risk and emotional solidarity was confirmed. However, the role of perceived risk on social attachment was not confirmed.

Conclusions: Overall, the findings of this study show that the local community, based on the perceived social effects of tourism, existing risks and their social attachment, feels solidarity and support for the development of tourism in their community. This solidarity is important in tourism development and their cooperation and participation in this process.

Cite this article: Babaei, Y., & Nazari, M. T. (2026). Emotional Solidarity of Host Community in Tourism: Effect of Community Attachment, Perceived Risk and Social Impacts (Case Study: Tabriz City). *Journal of Geography and Planning*, 30(97), 482-503. http//doi.org/10.22034/gp.2026.70583.3490

© The Author(s).
Publisher: University of Tabriz.
DOI: http//doi.org/10.22034/gp.2026.70583.3490

Introduction

The growth and development of tourism has always been considered as one of the important indicators in assessing the social and economic status of societies. One of the key aspects of tourism that has attracted much attention in recent decades is the impact of tourism on local communities (Karobi et al., 2010). In addition to increasing the economic income of cities, this type of tourism plays an important role in improving the urban image and welfare conditions of people (Song et al., 2020). Tourism is a social phenomenon that results from people's need for leisure time, connection with nature, visiting historical sites, as well as interaction with the local community and the experience of visiting new cultures (Kazemian et al., 2014). This study attempts to fill the gaps in previous research and, using quantitative methods, examine the impact of social attachment, perceived social effects, and perceived risk on residents' emotional solidarity towards tourism development. In particular, this research highlights the investigation of internal motivations and attitudes such as social attachment and emotional solidarity of the local community in Tabriz city and the importance of using an integrated framework in analyzing the relationship between internal variables such as social and emotional attachment with external variables such as perceived social effects and perceived risk.

Materials and Methods

This research was conducted with an applied orientation and a descriptive survey strategy. The population of the present study is the residents of Tabriz city, 314 people were selected as a sample and responded to the research questionnaire via online sampling. The instrument used in this study is a standard questionnaire that includes the Cheng and Xu (2021) Social Attachment Questionnaire for the variable, the Jo et al. (2021) Emotional Coherence Questionnaire with dimensions of welcoming nature, emotional closeness, and empathetic understanding, the Vieira et al. (2024) Perceived Risk Questionnaire, and the Agiwash and Zhao (2024) Perceived Social Impact Questionnaire. Cronbach's alpha and composite reliability were used to examine the reliability of the research, and face validity and construct validity (convergent validity based on the AVE test and divergent validity based on the Fornell-Larker test and HTMT) were used to examine the validity of the research. Finally, structural equations were used to analyze the research data, and the software used included SPSS in the descriptive sections and SMARTPLS in the inferential section.

Results

This study included 8 hypotheses, of which 7 were confirmed and 1 was rejected according to the results of the study. Based on the findings, the effect of perceived risk on social attachment was not confirmed in the hypothesis, given that the t-value obtained for it was less than 1.96. In the second hypothesis, the effect of perceived risk on perceived social effects of tourism was confirmed in a significant and inverse manner with a path coefficient of -0.532 and a significance of 10.433. In the third hypothesis, social attachment has a positive and significant effect on perceived social effects of tourism with a path coefficient of 0.164 and a significance of 2.963. In the fourth hypothesis, according to the results, perceived risk has a negative and significant effect on emotional solidarity with a path coefficient of -0.299 and a significance of 5.727. Also, in the fifth and sixth hypotheses, perceived social effects of tourism and social attachment have a positive and significant effect on emotional correlation with path coefficients of 0.460 and 0.129, respectively. In the seventh hypothesis, the results showed that perceived risk has a significant and inverse effect on emotional correlation indirectly and through the mediating role of perceived social effects of tourism with a path coefficient of -0.245 and a significance of 132.6. Finally, the results of the eighth hypothesis of the research showed that social attachment has a positive and significant effect on emotional correlation indirectly and through the mediating role of perceived social effects of tourism with a path coefficient of 0.075 and a significance of 2.737.

Conclusion

The findings of this study showed that the host community can be welcoming and hospitable, empathetic and emotionally close to tourists when they have enjoyed the positive social effects of tourism and social attachment, and their perceived level of risks towards tourism is reduced. Based on the findings of the study, practical suggestions are presented as follows:

- Holding community-based events with the participation of the host community and tourists, such as local festivals, handicrafts, food tourism, etc.
- Producing content and applications based on collective identity and solidarity, such as introducing history and culture, historical buildings, customs and traditions, etc. with the participation and narration of the host community

- Producing content based on experiences and successful examples of cooperation and interaction between the host community and tourists in the city of Tabriz in order to build culture and create a culture of hospitality

Keywords: Emotional solidarity, Community attachment, Perceived risk, Social impacts of tourism, Tabriz city.

جغرافیا و برنامه ریزی
شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۸۰۷۸ شاپا الکترونیکی: ۲۷۱۷-۳۵۳۴
Homepage: https://geoplanning.tabrizu.ac.ir

همبستگی عاطفی جامعه میزبان در گردشگری: اثر دلبستگی اجتماعی، مخاطره درک‌شده و آثار اجتماعی گردشگری (مورد مطالعه: شهر تبریز)

یاور بابائی[1]✉، محمدتقی نظری[2]

۱. نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت وگردشگری، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: babaei_yavar@tabrizu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: m.t.nazari@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۱۶
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۱/۰۲
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۱۷
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۵/۰۷

کلیدواژه‌ها:
همبستگی عاطفی،
دلبستگی اجتماعی،
مخاطره درک‌شده،
آثار اجتماعی گردشگری،
شهر تبریز.

چکیده

هدف: گردشگری در جوامع بین المللی شتاب قابل توجهی به خود گرفته است. با رشد اقتصادی و دگرگونی در رفتار مصرف کنندگان، صنعت گردشگری از یک محصول مجلل به محصول ضروری تبدیل شده است. توسعه گردشگری به سرعت در حال ارتقا است و نقش جامعه محلی به عنوان حامی اصلی گردشگری در مقصد بیش از پیش افزایش یافته است. بنابراین این مطالعه با تمرکز بر نقش جامعه محلی در گردشگری، به دنبال بررسی نقش دلبستگی اجتماعی و مخاطره درک‌شده بر همبستگی عاطفی جامعه میزبان نسبت به گردشگری با نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری است.

روش: تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت و روش توصیفی پیمایشی و به صورت مقطعی انجام گرفته است. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق ساکنان شهر تبریز می‌باشد که تعداد ۳۱۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد که پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی آن با استفاده از روایی قانونی، روایی صوری و روایی سازه مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار pls استفاده شد.

نتایج: نتایج تحقیق نشان داد که اثر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و آثار اجتماعی درک‌شده بر همبستگی عاطفی مورد تایید قرار گرفت. از سوی دیگر نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری در ارتباط بین مخاطره درک‌شده و همبستگی عاطفی مورد تایید قرار گرفت. با این حال، نقش مخاطره درک‌شده بر دلبستگی اجتماعی تایید نشد.

نتیجه‌گیری: در مجموع یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که جامعه محلی براساس آثار اجتماعی ادراک‌شده گردشگری، مخاطرات موجود و دلبستگی اجتماعی خود، نسبت به توسعه گردشگری در جامعه خویش احساس همبستگی و حمایت دارند. این همبستگی در توسعه گردشگری و همکاری و مشارکت آنان در این فرایند اهمیت دارد.

استناد: بابائی، یاور و نظری، محمدتقی (۱۴۰۵). همبستگی عاطفی جامعه میزبان در گردشگری: اثر دلبستگی اجتماعی، مخاطره درک‌شده و آثار اجتماعی گردشگری (مورد مطالعه: شهر تبریز). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۳۰ (۹۷)، ۴۸۲-۵۰۳.
http//doi.org/10.22034/gp.2026.70583.3490

ناشر: دانشگاه تبریز.

© نویسندگان.

مقدمه

رشد و توسعه گردشگری همواره به عنوان یکی از شاخص‌های مهم در ارزیابی وضعیت اجتماعی و اقتصادی جوامع مورد توجه قرار گرفته است. یکی از جنبه‌های کلیدی گردشگری که در دهه‌های اخیر توجه زیادی را جلب کرده، تأثیر گردشگری بر جوامع محلی است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۹). این نوع گردشگری علاوه بر افزایش درآمدهای اقتصادی شهرها، نقش مهمی در ارتقاء تصویر شهری و شرایط رفاهی مردم ایفا می‌کند (Song et al, 2020). گردشگری یک پدیده اجتماعی است که در نتیجه نیاز مردم به اوقات فراغت، ارتباط با طبیعت، بازدید از اماکن تاریخی و نیز تعامل با اجتماع محلی و تجربه دیدار از فرهنگ‌های جدید است (کاظمیان و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، حضور فعالیت‌های گردشگری در مقاصد مختلف به‌ویژه در شهرهای بزرگ نشانگر جذابیت و پویایی آن شهرها است (Qi, 2021). در این راستا، بسیاری از تحقیقات علمی به بررسی تجربه گردشگران و عواملی مانند ارزش درک‌شده، رضایت از گردشگری و دلبستگی به مکان پرداخته‌اند تا راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگران و توسعه برند مقصد ارائه دهند (Qiu et al, 2024). با این حال، توجه کافی به تأثیرات اجتماعی و فرهنگی این نوع گردشگری بر ساکنان محلی صورت نگرفته است. آثار منفی توسعه گردشگری بر ساکنان، از جمله افزایش آلودگی، ازدحام، سروصدا و خطرات ایمنی، ممکن است به تغییرات در شیوه‌های زندگی و احساس تعلق ساکنان منجر شود (Zhang & Zhang, 2023)، به‌ویژه در زمانی که کیفیت زندگی ساکنان به دلیل حضور گردشگران تهدید می‌شود، آنها تمایل به نقد و انتقاد از توسعه گردشگری دارند.

در این راستا، حمایت ساکنان از توسعه گردشگری به‌عنوان یک موضوع اساسی در توسعه پایدار مورد توجه قرار گرفته است. تحقیقات متعددی بر عوامل مؤثر بر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری و ارتباط آن با منافع و هزینه‌های درک‌شده متمرکز بوده‌اند (Gursoy et al, 2019)، با این حال، نظریه مبادله اجتماعی (SET) که معمولاً برای توضیح این نگرش‌ها استفاده می‌شود، بیشتر به جنبه‌های شناختی و عقلانی توجه کرده و جنبه‌های احساسی و عاطفی را کمتر مورد توجه قرار داده است. در این زمینه، همبستگی عاطفی (ES) به‌عنوان یک نظریه مکمل به‌منظور توضیح نگرش‌های ساکنان نسبت به توسعه گردشگری مطرح شده است است (Jiang & Hong, 2023).

این مطالعه تلاش دارد تا شکاف‌های موجود در تحقیقات گذشته را پر کرده و با استفاده از روش‌های کمی به بررسی تاثیر دلبستگی اجتماعی، آثار اجتماعی درک‌شده و مخاطره درک‌شده[1] بر همبستگی عاطفی ساکنان در قبال توسعه گردشگری بپردازد. به‌ویژه، این تحقیق به بررسی انگیزه‌ها و نگرش‌های درونی مانند دلبستگی اجتماعی، همبستگی عاطفی جامعه محلی در شهر تبریز را برجسته می‌کند و اهمیت استفاده از چارچوبی یکپارچه در تحلیل ارتباط بین متغیرهای درونی مانند دلبستگی اجتماعی و عاطفی با متغیرهای بیرونی مانند آثار اجتماعی درک‌شده و مخاطره درک‌شده را مورد توجه قرار می‌دهد. تمرکز این مطالعه بر ویژگی‌های اجتماعی گردشگری است و بنابراین آثار اجتماعی گردشگری در این تحقیق ارزیابی و اندازه‌گیری می‌شود. همچنین این مطالعه در تبریز انجام می‌گیرد. شهر تبریز یکی از مقصدهای گردشگری شهری در کشور است که با دارا بودن قابلیت‌ها و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و نوین عرصه تعامل و ارتباط بین گردشگران و جامعه محلی است. این مطالعه تلاش می کند تا دیدگاه‌های جامعه میزبان شهر تبریز نسبت به گردشگری را برجسته سازد و با تاکید بر آثار و پیامدهای اجتماعی توسعه گردشگری در مقصد، نقش دلبستگی اجتماعی مردم محلی و مخاطره درک‌شده ناشی از توسعه گردشگری را بر همبستگی عاطفی با تاکید بر نقش میانجی آثار اجتماعی ادراک شده گردشگری در شهر تبریز را مورد بررسی قرار دهد. نتایج این مطالعه می‌تواند به درک بهتر عواملی که بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری، مشارکت آنها در فرایند توسعه گردشگری و مهمان نوازی و استقبال آنها از گردشگران تأثیر می‌گذارند کمک کرده و اهمیت همبستگی عاطفی در تعاملات اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری را نشان دهد.

1. Risk Perceived

مبانی نظری

مخاطره درک‌شده

مخاطره درک‌شده به عنوان یکی از عوامل مهم و کلیدی در تعیین رفتار و نگرش افراد نسبت به گردشگری شناخته می‌شود. این مفهوم به میزان نگرانی و عدم اطمینانی که افراد در مواجهه با یک موقعیت خاص یا فعالیت، مانند سفر به یک مقصد گردشگری، احساس می‌کنند، اشاره دارد. در واقع، مخاطره درک‌شده نمایانگر تصوری است که افراد از خطرات بالقوه مرتبط با یک مقصد یا تجربه گردشگری دارند و این نگرانی‌ها می‌تواند بر تصمیمات آنها تأثیرگذار باشد (Yang & Nair, 2014). به عبارت دیگر، مخاطره درک‌شده به چگونگی ارزیابی افراد از تهدیدات و خطرات مرتبط با تجربه گردشگری از دیدگاه‌های مختلف اشاره دارد. در حوزه گردشگری، مخاطره درک‌شده می‌تواند در قالب‌های مختلفی مانند مخاطره اقتصادی (نگرانی از تأثیرات منفی اقتصادی گردشگری)، مخاطره امنیتی (تهدیدات احتمالی ناشی از جرم و جنایت یا بی‌ثباتی در مناطق گردشگری)، مخاطره زیست‌محیطی (نگرانی‌های زیست‌محیطی در مناطق گردشگری) و مخاطره اجتماعی (نگرانی‌های ناشی از تغییرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود گردشگران به مقصدها) نمایان شود (Yuan et al., 2021؛ Musora et al, 2017). این نگرانی‌ها می‌تواند ناشی از تجربه‌های گذشته، اطلاعات موجود یا حتی شایعات و رسانه‌ها باشد و بر چگونگی تعامل ساکنان با گردشگری تأثیرگذار باشد.

مطالعات متعدد نشان داده‌اند که مخاطره درک‌شده می‌تواند تأثیرات عمیقی بر نگرش و رفتار افراد نسبت به گردشگری داشته باشد. برای مثال، احساس افزایش جرم و جنایت در مناطق گردشگری می‌تواند به نگرانی‌های اجتماعی منجر شود و از حمایت ساکنان نسبت به توسعه گردشگری بکاهد. این نگرانی‌ها به‌ویژه زمانی تشدید می‌شود که گردشگران به‌طور منظم وارد مناطق خاصی شوند که به دلیل تردد زیاد، ممکن است امنیت عمومی کاهش یابد. همچنین، درک مخاطرات زیست‌محیطی ناشی از گردشگری مانند آلودگی صوتی، زباله‌زایی، و مصرف بیش از حد منابع طبیعی ممکن است به شکل‌گیری نگرش‌های منفی در میان ساکنان منجر شود. در مناطقی که گردشگری انبوه و بدون برنامه‌ریزی انجام می‌شود، ممکن است آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از حجم بالای گردشگران به‌شدت بیشتر از منافع اقتصادی آن باشد (Musora et al, 2017). بنابراین، این نگرانی‌ها می‌تواند موجب کاهش سطح رضایت محلی و مقاومت بیشتر در برابر گسترش صنعت گردشگری شود.

دلبستگی اجتماعی

دلبستگی اجتماعی مفهومی گسترده و چندبعدی است که تأثیرات عمیقی بر نحوه تعامل افراد با محیط زندگی‌شان دارد. این مفهوم نه تنها بر احساس تعلق فرد به محیط زندگی خود تأکید دارد، بلکه نشان‌دهنده ارتباط عاطفی، شناختی و رفتاری میان فرد و اجتماع پیرامون او است. در حقیقت، دلبستگی اجتماعی از طریق تعاملات اجتماعی، خاطرات جمعی، و مشارکت فعال در فعالیت‌های محلی شکل می‌گیرد و نقش زیادی در افزایش انسجام اجتماعی و حس همبستگی میان افراد ایفا می‌کند. دلبستگی اجتماعی پیوندهای عاطفی و عملکردی افراد را با مکان‌هایی که در آن زندگی می‌کنند برجسته می‌کند و نشان‌دهنده حس هویتی است که با مناظر فرهنگی، تاریخی و اجتماعی جامعه گره خورده است (Nasr et al, 2022). زمانی که افراد احساس دلبستگی بیشتری به محیط خود دارند، با احساس تعهد بیشتری نسبت به حفاظت از میراث فرهنگی، محیط زیست و منابع طبیعی منطقه خود عمل می‌کنند. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که یکی از چالش‌های اساسی در توسعه گردشگری، مشارکت ساکنان محلی و پذیرش آن‌ها نسبت به تغییرات ناشی از این صنعت است (McCool & Martin, 1994)، زمانی که افراد احساس کنند گردشگری می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی آن‌ها کمک کند و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه را تقویت نماید، حمایت آن‌ها از این صنعت افزایش می‌یابد (ضرغام‌بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹).

دلبستگی اجتماعی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر نگرش و حمایت ساکنان از توسعه گردشگری داشته باشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ساکنانی که سطح بالاتری از دلبستگی را تجربه می‌کنند، نگرش مثبت‌تری نسبت به پیامدهای اقتصادی و اجتماعی

گردشگری دارند و به عنوان حامیان توسعه پایدار گردشگری عمل می‌کنند (Chen et al, 2025؛ Eslami et al, 2019). باید توجه داشت که میزان دلبستگی اجتماعی در مناطق مختلف می‌تواند متفاوت باشد و به عواملی همچون پیشینه فرهنگی، سطح توسعه اقتصادی، و میزان تعاملات اجتماعی بستگی دارد. به عنوان مثال، جوامعی که دارای روابط اجتماعی قوی‌تری هستند و ساکنان آن‌ها احساس مسئولیت بیشتری نسبت به محیط زندگی خود دارند، احتمالاً حمایت بیشتری از پروژه‌های گردشگری نشان خواهند داد. در مقابل، در جوامعی که سطح دلبستگی پایین‌تر است و افراد ارتباط چندانی با یکدیگر ندارند، ممکن است مقاومت بیشتری نسبت به تغییرات ناشی از گردشگری مشاهده شود (Orgaz-Agüera et al., 2022).

تحقیقات نشان می‌دهد که مخاطره ادراک‌شده و دلبستگی اجتماعی می‌توانند به صورت پویا با یکدیگر تعامل داشته باشند، و آثاری داشته باشند که ممکن است تشدیدکننده یا تضعیف‌کننده باشند. در زمینه‌هایی که جوامع با مخاطره‌های مشترک (بلایای طبیعی یا تهدیدات اجتماعی- اقتصادی) مواجه هستند، مخاطره ادراک‌شده می‌تواند همبستگی و هویت جمعی را افزایش دهد. برای مثال، مطالعاتی که تاب‌آوری جامعه را بررسی می‌کنند، نشان داده‌اند که خطرات مشترک می‌توانند با تقویت اعتماد، همکاری و حمایت متقابل در جامعه، دلبستگی را افزایش دهند (Lie et al, 2023). همچنین، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی بر میزان افزایش یا کاهش دلبستگی اجتماعی توسط مخاطره تأثیر می‌گذارند. غالبا در فرهنگ‌های جمع‌گرا، مخاطره‌های محیطی یا اجتماعی ادراک‌شده، در مقایسه با فرهنگ‌های فردگرا، که در آن‌ها مخاطره‌های ادراک‌شده ممکن است منجر به کناره‌گیری یا کاهش مشارکت در تلاش‌های جمعی شود، احتمال بیشتری دارد که یک واکنش جمعی را تقویت کرده و دلبستگی را تحریک کنند (Tam & Chen, 2017). خطرات مرتبط با ایمنی، مانند جرم، مستقیماً با اعتماد و انسجام جامعه مرتبط هستند. محله‌هایی که ناامن تلقی می‌شوند، اغلب به دلیل ترس و کاهش تعامل بین فردی، سطوح پایین‌تری از دلبستگی را نشان می‌دهند (Wallace, 2021). بنابراین با توجه به مطالب فوق فرضیه اول تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

H_1: مخاطره درک‌شده ناشی از گردشگری بر دلبستگی اجتماعی جامعه محلی تاثیر دارد.

آثار اجتماعی درک‌شده

آثار اجتماعی درک‌شده در گردشگری به تصورات و برداشت‌های افراد از تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و رفتاری گردشگری بر جامعه محلی اشاره دارد. این آثار می‌تواند شامل تغییرات در هویت فرهنگی، روابط اجتماعی، آداب و رسوم، و ساختار اجتماعی باشد. در واقع، آثار اجتماعی درک‌شده به‌طور مستقیم بر نحوه تعامل جامعه با گردشگری و چگونگی پذیرش یا رد آن توسط ساکنان محلی تأثیر می‌گذارد. بسیاری از ساکنان جوامع میزبان نگران این هستند که گردشگری می‌تواند به ناهماهنگی‌های اجتماعی و تغییرات منفی در ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی منجر شود (Rather, 2021)، این آثار ممکن است از احساسات مثبت مانند تقویت تعاملات فرهنگی گرفته تا نگرانی‌های منفی نظیر نابرابری اجتماعی و کاهش انسجام اجتماعی متغیر باشد. از آنجا که گردشگری یک عامل فرهنگی و خدماتی به منظور ایجاد ارتباطات بین‌المللی بین اقوام و گروه‌های مختلف اجتماعی در جهان و فراهم کننده آشنایی و ارتباط مردم جهان با یکدیگر است (بابائی و همکاران، ۱۴۰۴)؛ بنابراین نقش آثار اجتماعی و تعاملات اجتماعی بین افراد مختلف در آن دارای اهمیت است. توسعه موفقیت آمیز گردشگری در گروه استقبال جامعه میزبان و مهمان نوازی از طرف آنها است. ناخشنودی عناصر جامعه میزبان ممکن است تعارض و در نتیجه کاهش جذابیت مقصد و بروز ناهماهنگی‌هایی در درون جامعه در پی داشته باشد (ضرغام‌بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹).

مطالعات نشان می‌دهد که آثار اجتماعی درک‌شده از سوی جامعه محلی تحت تاثیر عوامل مختلفی نظیر دلبستگی اجتماعی و مخاطره درک‌شده است. مخاطره درک‌شده می‌تواند تأثیر زیادی بر نحوه ارزیابی افراد از آثار اجتماعی گردشگری داشته باشد. به‌ویژه زمانی که ساکنان جامعه احساس می‌کنند که گردشگری ممکن است خطراتی را از نظر اجتماعی به همراه داشته باشد، مانند تغییرات در ساختار اجتماعی یا تهدیدات به هویت فرهنگی، نگرش آنها نسبت به آثار اجتماعی گردشگری ممکن است به‌شدت منفی شود. در این زمینه، درک ساکنان از مخاطره‌های اجتماعی ناشی از گردشگری می‌تواند به‌طور مستقیم بر نحوه

ارزیابی آنها از آثار اجتماعی گردشگری تأثیر بگذارد (Lepp & Gibson, 2003)، در برخی موارد، این نگرانی‌ها می‌تواند به نوعی مقاومت اجتماعی در برابر توسعه گردشگری تبدیل شود، به‌ویژه در جوامعی که به‌طور تاریخی تغییرات اجتماعی سریع را تجربه نکرده‌اند. در این راستا، ژائو و همکاران[1] (۲۰۲۲) به این نتیجه رسیدند که مخاطره درک‌شده ساکنان تاثیر منفی بر نگرش ساکنان نسبت به آثار گردشگری دارد. بنابراین فرضیه دوم تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

H_2: مخاطره درک‌شده ناشی از گردشگری بر آثار اجتماعی درک‌شده جامعه محلی تاثیر دارد.

همچنین، دلبستگی اجتماعی به‌عنوان احساس تعلق و پیوستگی فرد به جامعه خود، می‌تواند نقش مهمی در تعیین نگرش‌های افراد نسبت به آثار اجتماعی گردشگری داشته باشد. این احساس دلبستگی می‌تواند باعث شود که ساکنان بیشتر نگران تغییرات منفی اجتماعی ناشی از گردشگری باشندمطالعات نشان داده‌اند که ساکنانی که نسبت به جامعه خود دلبستگی بیشتری دارند، احتمالاً نگرانی‌های بیشتری در مورد آثار منفی اجتماعی گردشگری خواهند داشت. به عبارت دیگر، این افراد ممکن است نسبت به تغییرات اجتماعی، فرهنگی، و رفتاری ناشی از ورود گردشگران حساس‌تر باشند و به‌طور فعال‌تر در مقابله با این تغییرات یا درخواست‌های حفاظتی مشارکت کنند (Ramkissoon, 2023). علاوه بر این، موسرا و همکاران (۲۰۱۷) تأکید کرده‌اند که دلبستگی اجتماعی ممکن است مانع پذیرش گردشگری شود و ممکن است منجر به کاهش حمایت از توسعه گردشگری در مناطقی شود که تأثیرات اجتماعی منفی آن محسوس است. کاسوماواتی و همکاران (۲۰۲۲) نیز ارتباط معنادار بین آثار اجتماعی درک‌شده و دلبستگی اجتماعی را مورد تایید قرار دادند. دینگ و همکاران (۲۰۲۲) نیز در مطالعه خود در چین به نتایج مشابهی دست یافتند. بنابراین فرضیه سوم تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

H_3: دلبستگی اجتماعی بر آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری جامعه محلی تاثیر دارد.

همبستگی عاطفی

عاطفه را می‌توان به عنوان واکنش پیچیده یک فرد ناشی از ارزیابی تعاملات مرتبط با خود با محیط تعریف کرد که منجر به حالت‌های هیجان، توجه، حالات چهره، تمایلات عملی و رفتاری می‌شوند (Gautam, 2022). همبستگی عاطفی به احساسات و پیوندهای عاطفی که افراد نسبت به مکان یا جامعه خود دارند اشاره دارد. این مفهوم به‌ویژه در مطالعات گردشگری و جامعه‌شناسی اهمیت دارد زیرا بر تعاملات عاطفی میان ساکنان محلی و محیط اطراف آنها، به‌ویژه در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و محیطی تأکید می‌کند. مفهوم همبستگی عاطفی ابتدا از سوی دورکیم به معنای حس باهم بودن، پیوند عاطفی بین اعضای گروه و نقش احساسات در شکل‌گیری همبستگی اجتماعی بین اعضای جامعه مطرح شد. از نظر دورکیم (۱۹۹۵)، فعالیت‌ها و تعاملات مشترک افراد، اساس همبستگی عاطفی را تشکیل می‌دهند. ویسنام و همکاران[2] (۲۰۰۹) این مفهوم را در حوزه گردشگری با هدف توضیح روابط بین گردشگران و ساکنان مقصد به کار بردند. بنابراین همبستگی به عنوان درجه‌ای از نزدیکی عاطفی بین افراد محلی و بازدیدکنندگان که در نتیجه رفتارها، باورها و تعاملات مشترک ایجاد می‌شود، تعریف می‌شود و به تبیین تعامل بین ادراکات ساکنان محلی و بازدیدکنندگان می‌پردازد (Gautam, 2022). مردم محلی که از استقبال گردشگران لذت می‌برند، پیوندهای عاطفی طولانی مدتی با آنها برقرار می‌کنند و برای این رابطه ارزش قائلند. طبق یک مطالعه تجربی که به وسیله مقاومی و همکاران[3] (۲۰۱۷) انجام گرفت، همبستگی عاطفی ساکنان محلی، نگرش آنها را نسبت به خدمات گردشگری شکل می‌دهد. ویسنام و همکاران[4] (۲۰۱۵) در مطالعات خود سه بعد برای همبستگی عاطفی مطرح کردند که شامل ماهیت استقبال، نزدیکی عاطفی و درک همدلانه می‌باشد. این سه بعد مبنای ارزیابی ارتباط عاطفی بین گردشگران و جامعه میزبان را تشکیل می‌دهد. ماهیت استقبال، به عنوان سطح مهمان نوازی درک‌شده گردشگران از سوی ساکنان تعریف می‌شود. نزدیکی

1. Zhou et al
2. Woosnam et al
3. Moghavvemi et al
4. Woosnam et al

عاطفی به درجه نزدیکی و دوستی‌های ایجاد شده بین گردشگران و ساکنان اشاره می‌کند و درک همدلانه به سطح همدلی و دلسوزی که بین گردشگران و ساکنان نسبت به هم ایجاد می‌شود اشاره دارد. مطالعات مختلف نشان می‌دهند که عوامل مختلفی بر همبستگی عاطفی جامعه محلی نسبت به گردشگران تاثیر دارد. در این مطالعه اثر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

مخاطره درک‌شده یکی از عوامل تأثیرگذار بر همبستگی عاطفی است. زمانی که افراد احساس می‌کنند که گردشگری یا فعالیت‌های مرتبط با آن تهدیداتی برای محیط زندگی، هویت فرهنگی یا امنیت اجتماعی آنها ایجاد می‌کند، این احساسات ممکن است باعث کاهش همبستگی عاطفی آنها با جامعه خود شود. به‌ویژه، اگر افراد نگرانی‌هایی از قبیل تغییرات منفی در ساختار اجتماعی، امنیت یا وضعیت اقتصادی داشته باشند، ممکن است احساس ارتباط کمتری با مکان خود پیدا کنند و کمتر تمایل به حمایت از پروژه‌های گردشگری داشته باشند. تاورپرپولی و همکاران[1] (۲۰۲۵) در مطالعه خود در مکزیک به این نتیجه گرفتند که مخاطره درک‌شده (مخاطره پس از وقوع بحران‌های طبیعی) اثر معناداری بر همبستگی عاطفی ندارد. در مقابل، جوزیسن و همکاران[2] (۲۰۲۴) در ترکیه و پس از زلزله شدید سال ۲۰۲۳ نشان دادند که نگرش‌های مثبت و همبستگی عاطفی نسبت به یک کشور یا مقصد آسیب‌دیده از یک فاجعه طبیعی، بر رفتار و برداشت گردشگران تأثیر می‌گذارد. وجه تمایز مطالعه حاضر با پژوهش‌های پیشین در آن است که تمرکز بیشتری بر مخاطره ادراک‌شده ذهنی دارد و آثار گرایش‌ها و نگرش‌های درونی افراد نسبت به مخاطره اجتماعی را مورد توجه قرار می‌دهد. همچنین، جو و همکاران[3] (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای که پس از همه‌گیری کووید-۱۹ انجام شد، نشان دادند که مخاطره ادراک‌شده بر همبستگی عاطفی و حمایت از گردشگری اثر منفی دارد. با توجه به مطالب فوق، فرضیه چهارم تحقیق به صورت زیر تدوین می‌شود:

H_4: مخاطره درک‌شده ناشی از گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی تاثیر دارد.

همچنین، آثار اجتماعی درک‌شده می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری همبستگی عاطفی افراد ایفا کند. زمانی که ساکنان یک جامعه احساس می‌کنند که آثار اجتماعی گردشگری به‌ویژه در ابعاد فرهنگی و اجتماعی منفی است، این امر ممکن است به کاهش همبستگی عاطفی با جامعه خود منجر شود (Wu et al, 2021). نگرانی از دست دادن هویت فرهنگی، تغییرات در آداب و رسوم محلی، یا اختلالات در روابط اجتماعی می‌تواند باعث کاهش حس تعلق افراد به جامعه‌شان شود و در نتیجه حمایت آنها از پروژه‌های گردشگری کاهش یابد (Liburd et al, 2011). در واقع، زمانی که افراد احساس کنند که گردشگری به هویت اجتماعی و فرهنگی آنها آسیب می‌زند، ممکن است تمایل کمتری به حفظ و ارتقاء محیط زندگی خود داشته باشند، که این امر همبستگی عاطفی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برعکس، آثار اجتماعی درک‌شده مثبت نسبت به گردشگری می‌تواند زمینه همبستگی عاطفی جامعه محلی و احساس مثبت آنها نسبت به توسعه گردشگری را در پی داشته باشد. در این زمینه ایبان و سامیرکاسکوموس[4] (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای در شهر مرسین ترکیه به این نتیجه رسیدند که آثار مثبت گردشگری بر همبستگی عاطفی و ابعاد سه گانه آن (ماهیت استقبال، نزدیکی عاطفی و درک همدلانه) تاثیر مثبتی دارند و آثار منفی گردشگری تنها بر بعد ماهیت استقبال تاثیر منفی داشته است. همچنین جی و همکاران[5] (۲۰۲۲) در چین به این نتیجه رسیدند که دلبستگی به مکان و ادراکات ساکنان نسبت به مزایای گردشگری و ادراکات زیست محیطی بر همبستگی عاطفی ساکنان نسبت به گردشگران تاثیر معناداری دارد. بنابراین با توجه به مطالب فوق فرضیه پنجم تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

H_5: آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی تاثیر دارد.

1. Tovar-Perpuli et al
2. Josiassen et al
3. Joo et al
4. Eban & Samirkaş Komşu
5. Ge et al

همچنین، دلبستگی اجتماعی می‌تواند تأثیر زیادی بر همبستگی عاطفی افراد با جامعه خود داشته باشد. هرچه افراد احساس تعلق بیشتری به جامعه خود داشته باشند، احتمالاً همبستگی عاطفی آنها نیز بیشتر خواهد بود. این دلبستگی به افراد کمک می‌کند که نه‌تنها در امور اجتماعی و فرهنگی مشارکت بیشتری داشته باشند، بلکه همچنین احساس مسئولیت نسبت به بهبود کیفیت زندگی در جامعه خود را تقویت کنند (Uysal et al, 2016). از سوی دیگر، افرادی که دلبستگی کمی به جامعه خود دارند، ممکن است احساس تعلق کمتری نسبت به محیط خود داشته باشند و این امر می‌تواند به کاهش همبستگی عاطفی و همچنین کاهش انگیزه برای حمایت از توسعه گردشگری یا سایر تغییرات اجتماعی منجر شود (Seo et al, 2021). بنابراین، تقویت دلبستگی اجتماعی می‌تواند باعث افزایش همبستگی عاطفی افراد نسبت به مکان‌های زندگی آنها و تسهیل پذیرش گردشگری در جوامع محلی شود. در این زمینه همانطور که در بخش‌های پیشین اشاره شد، جی و همکاران (۲۰۲۲) دریافتند که دلبستگی به مکان ساکنان محلی در چین، همبستگی عاطفی آنها نسبت گردشگران را تقویت می‌کند. چن و همکاران[1] (۲۰۲۵) نیز به این نتیجه رسیدند که دلبستگی اجتماعی و ارزش درک‌شده به طور قابل توجهی همبستگی عاطفی را تقویت می‌کنند و نقش مهمی در تقویت نگرش‌های مثبت ساکنان نسبت به گردشگری پایدار ایفا می‌کنند. بنابراین با توجه به مطالب فوق، فرضیه ششم تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

H_6: دلبستگی اجتماعی بر همبستگی عاطفی جامعه محلی تاثیر دارد.

در نهایت، با توجه به مطالب فوق، و مطالعاتی که در ارتباط با ارتباط بین مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری می‌توان، آثار اجتماعی درک‌شده را به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفت. به طوری که آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری می‌تواند نقش میانجی در رابطه بین دلبستگی اجتماعی، مخاطره درک‌شده و همبستگی عاطفی ایفا کنند. به عبارت دیگر، تغییرات در آثار اجتماعی درک‌شده ممکن است بر نحوه شکل‌گیری همبستگی عاطفی افراد تأثیر بگذارد (Ramkissoon, 2023). برای مثال، زمانی که جامعه میزبان تحت تأثیر منفی گردشگری قرار گیرد، این امر می‌تواند باعث کاهش همبستگی عاطفی آنها شود (Andereck & Jurowski, 2006). آثار اجتماعی درک‌شده از گردشگری، از جمله نگرانی‌ها در مورد تغییرات فرهنگی و اجتماعی، می‌تواند به‌طور غیرمستقیم باعث کاهش همبستگی عاطفی افراد شود، زیرا افراد ممکن است احساس کنند که گردشگری تهدیدی برای هویت اجتماعی و فرهنگی آنها به‌شمار می‌آید (Mariam et al, 2024). در این راستا، آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری به عنوان نقش میانجی بین دلبستگی اجتماعی و مخاطره درک‌شده با همبستگی عاطفی ساکنان مقصد عمل می‌کند. بنابراین فرضیه‌های ششم و هفتم تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد.

H_7: مخاطره درک‌شده ناشی از گردشگری با نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی تاثیر دارد.

H_8: دلبستگی اجتماعی با نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی تاثیر دارد.

پیشینه پژوهش

در این بخش، به بررسی برخی از مطالعات موجود در مورد موضوع این تحقیق و نتایج آنها در دو بخش مطالعات خارجی و مطالعات داخلی پرداخته می شود.

1. Chen et al

مطالعات خارجی

اسلامی و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه ای با عنوان دلبستگی اجتماعی، اثرات گردشگری، کیفیت زندگی و حمایت جامعه میزبان از توسعه گردشگری پایدار، نتیجه گرفتند که رضایت از کیفیت زندگی بر حمایت از توسعه گردشگری پایدار تاثیر دارد. همچنین اثرات اقتصادی درک‌شده گردشگری بر زندگی مادی و غیرمادی اثراگذار بوده و دلبستگی اجتماعی بر اثرات درک‌شده جامعه میزبان از گردشگری موثر می‌باشد.

جو و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان مخاطره درک‌شده جامعه میزبان، همبستگی عاطفی و حمایت از گردشگری پایدار در دوران پاندمی کووید ۱۹ به این نتیجه رسیدند که مخاطره درک‌شده به صورت منفی بر همبستگی عاطفی و حمایت از گردشگری پایدار تاثیر دارد و همبستگی عاطفی اثر مثبتی بر حمایت از گردشگری پایدار دارد و همبستگی عاطفی نقش میانجی جزئی مخاطره درک‌شده و حمایت از گردشگری پایدار دارد.

کاسوماواتی و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای در اندونزی با عنوان پیشایندهای اثر دلبستگی به رویداد بر پایداری گردشگری: مورد مطالعه، کارناوال جمبر اندونزی، نتیجه گرفتند که بین آثار اجتماعی درک‌شده و دلبستگی به رویداد ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین آثار اجتماعی درک‌شده ناشی از رویداد به پایداری گردشگری در مقصد مورد مطالعه کمک می‌کند

جی و همکاران[1] (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای با عنوان آثار دلبستگی به مکان و همبستگی عاطفی بر نگرش‌های جامعه میزبان در گردشگری یخچال‌های طبیعی، در چین به این نتیجه رسیدند که دلبستگی به مکان و ادراکات ساکنان نسبت به مزایای گردشگری و ادراکات زیست‌محیطی بر همبستگی عاطفی ساکنان نسبت به گردشگران تاثیر معناداری دارد و همچنین، طبق نتایج آنها، دلبستگی به مکان ساکنان محلی در چین، همبستگی عاطفی و نگرش آنها نسبت گردشگران را تقویت می‌کند.

ابان و سامیرکاسکوموس[2] (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان آثار گردشگری بر همبستگی عاطفی جامعه محلی با گردشگران: مورد مطالعه شهر مرسین ترکیه به این نتیجه رسیدند که آثار مثبت گردشگری بر همبستگی عاطفی و ابعاد سه گانه آن (ماهیت استقبال، نزدیکی عاطفی و درک همدلانه) تاثیر مثبتی دارند و آثار منفی گردشگری تنها بر بعد ماهیت استقبال در بین ابعاد همبستگی عاطفی تاثیر منفی داشته است.

مطالعات داخلی

فردوسی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیلی بر ریسک‌ها و مخاطرات مقاصدگردشگری، مطالعه موردی: بندرانزلی، نتیجه گرفتند که ریسک‌ها و مخاطرات موجود در مقاصد گردشگری (بندر انزلی) به ترتیب شامل اقتصادی و مالی، امکانات و خدمات، ایمنی و امنیت، بهداشت و سلامت، بلایای طبیعی و فرهنگی و اجتماعی می‌باشد.

ضرغام‌بروجنی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین، به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی بر منافع ادراک‌شده و پشتیبانی از گردشگری پایدار و نیز، منافع ادراک‌شده در پشتیبانی از گردشگری پایدار تاثیر دارد. همچنین، مسئولیت اجتماعی بر هزینه‌های ادراک‌شده تأثیر معنادار و منفی دارد. منافع ادراک‌شده در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار نقش میانجی دارد؛ اما نقش میانجی هزینه‌های اداراک‌شده در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار تأیید نشده است.

کروبی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط بین صنعت گردشگری و بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان پرداختند. این مطالعه نتیجه می‌گیرد که از دیدگاه جامعه میزبان آثار اقتصادی اثر معنادار و مثبتی بر رفاه مادی و کیفیت زندگی

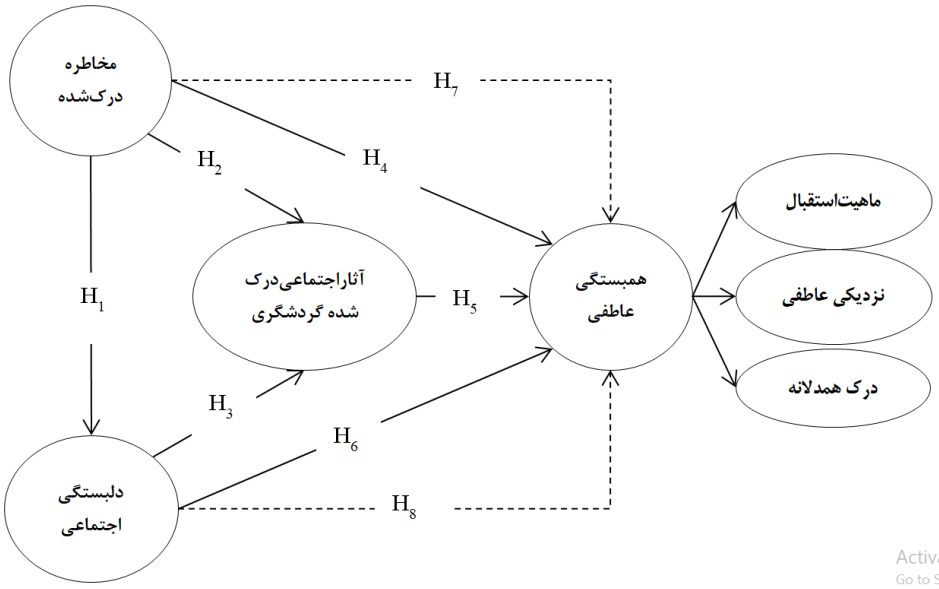
1. Ge et al
2. Eban & Samirkaş Komşu

دارد. همچنین آثار اجتماعی اثر مثبت و معناداری بر رفاه اجتماعی جامعه میزبان دارد اما آثار اجتماعی اثر معناداری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان ندارد.

فریدی‌فشتمی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان ارزیابی میزان وفاداری، دلبستگی و رضایت گردشگران به مقصدهای گردشگری شهری مطالعه موردی: مقصد گردشگری رشت، میانگین هر سه شاخص وفاداری، دلبستگی و رضایت گردشگران در وضعیتی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. همچنین نتایج گویای این است که شاخص دلبستگی گردشگران بیشترین تاثیر را بر شاخص وفاداری گردشگران به مقصد گردشگری رشت دارد. بنابراین مدیریت شهری با افزایش میزان دلبستگی گردشگران به شهر رشت می‌تواند سهم بسزایی در ارتقا وفاداری آن‌ها به این شهر داشته باشد.

شهمرادی و هادی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان نقش انگیزه‌ها و ریسک‌های ادراک‌شده در دلبستگی به مقاصد گردشگری ورزشی ماجراجویانه نتیجه گرفتند که چهار انگیزه لذت، هیجان، معاشرت و رهایی تاثیر مثبت و معناداری بر دلبستگی به مقاصد ماجراجویانه ورزشی دارند. همچنین، میزان ریسک ادراک‌شده تاثیر منفی و معناداری بر دلبستگی گردشگران به مقاصد ماجراجویانه ورزشی دارد.

با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد. این مدل برگرفته از ادبیات نقش جامعه میزبان در گردشگری می‌باشد. متغیر اصلی این تحقیق همبستگی عاطفی بوده و در این تحقیق به بررسی اثر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی پرداخته شده است.

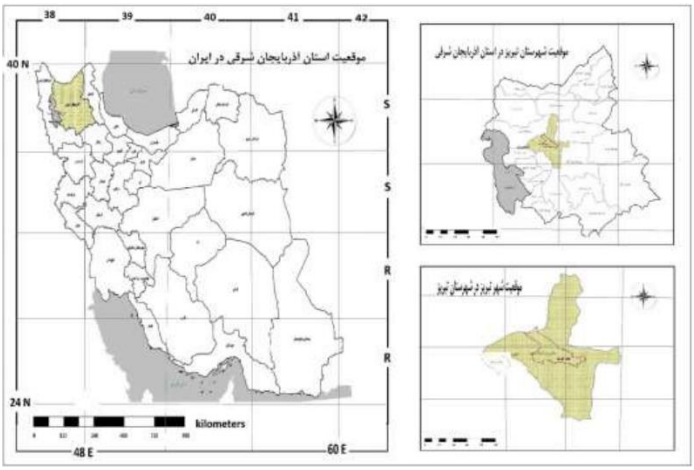


شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق (برگرفته از ادبیات تحقیق)

معرفی منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه این پژوهش، شهر تبریز است. تبریز در شمال‌غرب ایران واقع شده و به‌عنوان مرکز استان آذربایجان شرقی، یکی از کلان‌شهرهای مهم کشور به شمار می‌رود. این شهر با وسعتی در حدود ۳۴۹۴ هکتار، در جلگه تبریز و فلات آذربایجان قرار دارد و به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، نقش مهمی در تعاملات فضایی، اقتصادی و گردشگری منطقه ایفا می‌کند. این شهر دارای موقعیت جغرافیایی ۳۸/۱ و ۳۸/۹ درجه عرض شمالی و ۴۶/۱۱ و ۴۶/۲۳ درجه طول شرقی قرار دارد (دربندی و همکاران، ۱۴۰۴) و براساس آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵، جمعیت این شهر حدود ۱٬۷۳۳٬۳۳۳ نفر برآورد شده است. تبریز به‌عنوان حلقه اتصال میان فلات ایران از سوی جنوب و شرق و فلات آناتولی از سوی غرب، از دیرباز در مسیر جریان‌های انسانی و گردشگری منطقه‌ای قرار داشته است. استقرار شهر تبریز در مرکز فلات آذربایجان و در مجاورت کرانه‌های شرقی دریاچه

ارومیه، همراه با شرایط طبیعی نسبتاً هموار، زمینه مناسبی برای توسعه فعالیت‌های شهری و گردشگری فراهم کرده است. بستر طبیعی شهر در میان ارتفاعات شمالی و جنوبی شکل گرفته و این ویژگی‌ها در کنار موقعیت مکانی، در شکل‌گیری ساختار فضایی و عملکردهای گردشگری شهر نقش داشته‌اند. علاوه بر عوامل طبیعی، موقعیت جغرافیایی تبریز در تقاطع مسیرهای ارتباطی داخلی و راه‌های ترانزیتی برون‌مرزی به کشورهای جمهوری آذربایجان، ترکیه و عراق، موجب شکل‌گیری موقعیتی ممتاز و راهبردی برای این شهر شده است. این شرایط، در کنار عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زمینه‌های رقابتی مناسبی را برای توسعه گردشگری شهری در تبریز فراهم کرده است (شرقی و همکاران، ۱۴۰۴). شکل (۲)، موقعیت جغرافیایی شهر تبریز در نقشه ایران و در استان آذربایجان شرقی را نشان می دهد.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی شهر تبریز (بابائی‌اقدم و همکاران، ۱۴۰۴)

روش پژوهش

این تحقیق با جهت‌گیری کاربردی و با استراتژی توصیفی پیمایشی به دنبال یافتن پاسخ به پرسش اصلی تحقیق مبنی بر تاثیر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی با نقش میانجی آثار اجتماعی درک‌شده بر همبستگی عاطفی می‌باشد. جامعه تحقیق حاضر، ساکنان شهر تبریز می‌باشد که تعداد ۳۱۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند و از طریق نمونه‌گیری به صورت اینترنتی به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق، پرسشنامه استاندارد بود که در جدول (۱) منابع پرسشنامه ارائه شده است. به منظور بررسی پایایی تحقیق از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است که مقادیر مربوط به همه متغیرهای تحقیق در این دو معیار بزرگتر از ۰/۷ بدست آمد؛ بنابراین، پایایی تحقیق مورد تایید قرار گرفت (جدول ۱). به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق از روایی صوری و روایی سازه (همگرا و واگرا) استفاده شد. مطابق روایی صوری، پرسشنامه پس از ترجمه آن به زبان فارسی در اختیار خبرگان قرار گرفت و موارد لازم اصلاح گردید. برای روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس‌های استخراجی استفاده شد که مطابق نتایج جدول، کلیه مقادیر آن بزرگتر از ۰/۵ بوده، بنابراین مورد تایید می‌باشد.

جدول ۱. منابع ابزار تحقیق، پایایی و روایی همگرا

متغیر	تعداد سوال	منبع پرسشنامه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی‌همگرا (AVE)
مخاطره درک‌شده	۴	Viera et al (2024)	۰/۸۶۹	۰/۸۹۵	۰/۶۸۱
دلبستگی اجتماعی	۳	Cheng & Xu (2021)	۰/۶۶۶	۰/۷۸۷	۰/۵۶۱
آثار اجتماعی درک‌شده	۶	Agyeiwaah & Zhao (2024)	۰/۸۶۹	۰/۹۰۲	۰/۶۰۷
همبستگی عاطفی- ماهیت استقبال	۴	Joo et al (2021)	۰/۸۲۸	۰/۸۸۶	۰/۶۶۲
همبستگی عاطفی- نزدیکی عاطفی	۲		۰/۷۱۵	۰/۸۷۵	۰/۷۷۸
همبستگی عاطفی- درک همدلانه	۴		۰/۸۶۸	۰/۹۱۰	۰/۷۱۷

همچنین برای بررسی روایی واگرا از دو آزمون فورنل و لارکر و آزمون HTMT استفاده شده است. نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد که با توجه به اینکه مقادیر موجود در قطر اصلی که درواقع مجذور واریانس‌های استخراجی متغیرهای تحقیق می‌باشد، از کلیه سطر و ستون نظیر خود بزرگتر می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت که روایی واگرای تحقیق براساس آزمون فورنل–لارکر مورد تایید می‌باشد. همچنین مطابق آزمون HTMT به منظور تایید روایی واگرا، لازم است کلیه مقادیر بدست آمده برای متغیرهای تحقیق کوچکتر از ۰/۹ باشد که مطابق نتایج جدول (۲)، کلیه مقادیر بدست آمده کوچکتر از ۰/۹ بوده، بنابراین از نظر این آزمون نیز روایی واگرای تحقیق مورد تایید می‌باشد. در نهایت به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از معادلات ساختاری استفاده شده است و از نرم افزارهای SPSS در بخش‌های توصیفی و SMARTPLS در بخش استنباطی استفاده شده است.

جدول ۲. آزمون فورنل و لارکر و HTMT برای بررسی روایی واگرا

نوع آزمون	آزمون فورنل–لارکر						آزمون HTMT					
متغیر	(۱)	(۲)	(۳)	(٤)	(٥)	(٦)	(۱)	(۲)	(۳)	(٤)	(٥)	(٦)
(۱)مخاطره درک‌شده	**۰/۸۲۵**						–					
(۲)دلبستگی اجتماعی	-۰/۰۸۳	**۰/۷٤۹**					۰/۱۰۰	–				
(۳)آثاراجتماعی	-۰/۵۴۶	۰/۲۰۸	**۰/۷۷۹**				۰/۶۲۱	۰/۲۲۴	–			
(۴)ماهیت استقبال	-۰/۵۷۵	۰/۲۱۲	۰/۶۷۶	**۰/۸۱٤**			۰/۶۹۰	۰/۲۶۲	۰/۷۹۰	–		
(۵)نزدیکی عاطفی	-۰/۴۰۶	۰/۲۳۴	۰/۴۵۳	۰/۵۶۴	**۰/۸۸۲**		۰/۵۲۵	۰/۲۵۹	۰/۵۶۳	۰/۷۲۷	–	
(۶)درک همدلانه	-۰/۴۵۷	۰/۲۱۵	۰/۵۲۹	۰/۵۸۶	۰/۷۶۹	**۰/۸٤۷**	۰/۵۲۹	۰/۲۳۰	۰/۵۹۶	۰/۶۷۸	۰/۸۷۵	–

نتایج

در این بخش یافته‌های تحقیق ارائه می‌گردد. ابتدا در جدول (۳) یافته‌های مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی ارائه شده است. مطابق نتایج جدول، ۴۹ درصد از مشارکت کنندگان در تحقیق مرد و ۵۱ درصد زن هستند. همچنین براساس تحصیلات، ۳۵/۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۲۳/۹ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، ۱۹/۷ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۸/۹ درصد دارای تحصیلات زیردیپلم، ۶/۴ درصد دارای تحصیلات کاردانی و ۵/۴ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند. براساس یافته‌های مربوط به مدت سکونت، ۸۷/۹ درصد دارای سکونت بیش از ۱۰ سال و ۱۲/۱ درصد افراد دارای مدت سکونت کمتر از ۱۰ سال بودند. همچنین نتایج مربوط به سن مشارکت کنندگان نشان می‌دهد که میانگین سنی افراد ۳۷/۴۲ سال بوده و افراد در بازه سنی ۱۴ تا ۷۴ سال قرار دارند.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در تحقیق

ویژگی		فراوانی	درصد		ویژگی	وضعیت
جنسیت	مرد	۱۵۴	۴۹	سن	تعداد	۳۱۲ (۲ مورد بی پاسخ
	زن	۱۶۰	۵۱		میانگین سنی	۳۷/۴۲
تحصیلات	زیردیپلم	۲۸	۸/۹		میانه	۳۹
	دیپلم	۶۲	۱۹/۷		مد	۴۵
	کاردانی	۲۰	۶/۴		انحراف معیار	۱۲/۱۳
	کارشناسی	۱۱۲	۳۵/۷		دامنه تغییرات	۶۰
	کارشناسی ارشد	۷۵	۲۳/۹		کمترین سن	۱۴
	دکتری	۱۷	۵/۴		بیشترین سن	۷۴
مدت سکونت در تبریز	کمتر از ۲ سال	۱۱	۳/۵			
	۲–۵ سال	۱۳	۴/۱			
	۵–۱۰ سال	۱۴	۴/۵			
	بیش از ۱۰ سال	۲۷۶	۸۷/۹			

در ادامه و در جدول (۴) آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی، کشیدگی، بار عاملی و معناداری مربوط به هر یک از گویه‌های تحقیق ارائه شده است. مطابق یافته‌ها در بین گویه‌های تحقیق، گویه PR1 با میانگین ۱/۸۷ دارای کمترین مقدار میانگین و گویه WN4 با مقدار میانگین ۴/۵۳ دارای بیشترین میانگین در بین گویه‌های تحقیق می‌باشد. از نظر چولگی و کشیدگی که به منظور بررسی وضعیت توزیع داده‌ها از نظر نرمال بودن می‌پردازد، یافته‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که کلیه مقادیر مربوط به چولگی در بازه (۳- و ۳) و کلیه مقادیر کشیدگی در بازه (۵- و ۵) قرار دارند، بنابراین، می‌توان گفت که توزیع داده‌ها برای کلیه گویه‌های تحقیق به صورت نرمال می‌باشد.

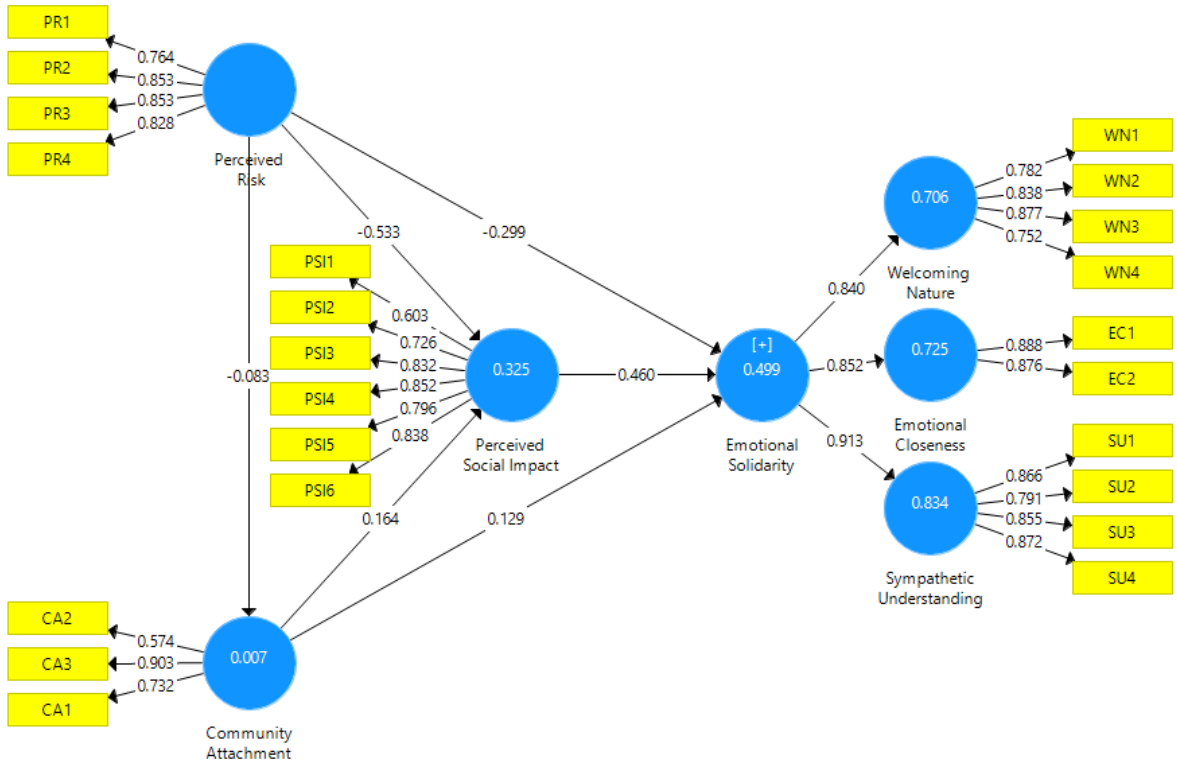
همچنین در جدول (۴) بارهای عاملی و معناداری مربوط به گویه‌های تحقیق ارائه شده است. مدل تحقیق براساس معادلات ساختاری در نرم افزار SmartPLS اجرا گردید. در معادلات ساختاری ابتدا مدل تحقیق در قالب مدل اندازه‌گیری مورد بررسی قرار می‌گیرد و مدل از نظر مقادیر بارهای عاملی، معناداری، روایی و پایایی بررسی می‌شود. نتایج بخش روایی و پایایی در جدول‌های (۱) و (۲) ارائه شد. مقادیر بارهای عاملی همبستگی مربوط گویه‌ها با سازه مربوط به خود را نشان می‌دهد. شرط لازم برای تایید هر یک از گویه‌ها یا عامل‌ها این است که مقدار بدست آمده برای آن بزرگتر از ۰/۵ باشد، که مطابق نتایج جدول (۴)، کلیه بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵ بوده بنابراین حضور هر یک از عامل‌ها در مدل از نظر این شاخص تایید می‌گردد. همچنین لازم است برای تایید حضور گویه‌ها در مدل، مقادیر معناداری (t-value) باید بزرگتر از ۱/۹۶ باشد که مطابق نتایج جدول (۴) همه مقادیر بارهای عاملی بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین مدل اندازه گیری تحقیق مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ٤. آمار توصیفی، بارهای عاملی و معناداری گویه‌های تحقیق

متغیر	کد گویه	گویه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	بار عاملی	معناداری
مخاطره درک‌شده	PR1	ورود گردشگر به شهر تبریز باعث افزایش اضطراب و استرس من می‌شود.	۱/۸۷	۰/۹۹۳	۱/۳۰۱	۱/۲۸	۰/۷۶۴	۱۷/۴۳
	PR2	ورود گردشگران به شهر تبریز میزان خطر را در این شهر افزایش می‌دهد.	۲/۰۲	۱/۰۲۵	۰/۹۵۸	۰/۲۶۲	۰/۸۵۳	۴۲/۷۶
	PR3	ورودگردشگران باعث‌سختی فعالیت‌ها درمرکزشهر می‌شود	۲/۲	۱/۱۷۲	۰/۸۳۳	-۰/۳۱۴	۰/۸۵۳	۴۰/۴۱
	PR4	ورود گردشگران باعث می‌شود که فعالیت خود را در مرکز شهر کاهش دهم.	۲/۱۵	۱/۱۰۹	۰/۸۶۶	-۰/۰۷۴	۰/۸۲۸	۳۰/۱۳
دلبستگی اجتماعی	CA1	اگرشرایط مساعدباشددراین‌شهرزندگی دائمی خواهم داشت	۴/۴۳	۰/۹۱۰	-۱/۸۸	۳/۴	۰/۷۳۲	۸/۴۶
	CA2	اگر فرصتی برای نقل مکان از تبریز داشته باشم، حس نوستالژی به من دست می‌دهد.	۳/۹۹	۰/۹۲۷	-۰/۵۶۲	-۰/۳۸۵	۰/۵۷۴	۱۸/۱۵
	CA3	اگر فرصت کنم در امور شهری حضور فعالی خواهم داشت	۳/۹۱	۰/۹۲۶	-۰/۷۳۹	۰/۳۶۵	۰/۹۰۳	۴/۱۱
آثار اجتماعی درک‌شده	PSI1	گردشگری، تاریخ و هویت فرهنگی تبریز را حفظ می‌کند.	۴/۱۶	۰/۸۰۷	-۱/۲۵	۲/۳	۰/۶۰۳	۹/۹۷
	PSI2	گردشگری شیوه زندگی محلی را در تبریز حفظ می‌کند.	۳/۶۷	۰/۹۶۱	-۰/۶۰۶	-۰/۰۶۵	۰/۷۲۶	۱۸/۰۵
	PSI3	گردشگری کیفیت زندگی را در تبریز بهبود می‌بخشد.	۴/۰۴	۰/۹۰۵	-۱/۰۳	۰/۹۸۵	۰/۸۳۲	۲۷/۹۹
	PSI4	گردشگری مشارکت جامعه را در تبریز افزایش می‌دهد.	۴/۰۳	۰/۸۱۷	-۱/۰۱	۱/۷۱	۰/۸۵۲	۴۱/۹۴
	PSI5	گردشگری دوستی و اعتماد را در جامعه ترویج می‌کند.	۴/۰۳	۰/۹۱۳	-۰/۸۹۴	۰/۶۱۳	۰/۷۹۶	۲۸/۹۳
	PSI6	گردشگری از توسعه جامعه محلی در تبریز حمایت میکند	۴/۰۱	۰/۸۴۲	-۰/۹۶۱	۱/۳۴	۰/۸۳۸	۳۳/۳۱
ماهیت استقبال	WN1	من افتخار می‌کنم که گردشگران به تبریز می‌آیند.	۴/۴	۰/۸۱۰	-۱/۷۶	۴/۰۴	۰/۷۸۲	۱۵/۶
	WN2	احساس می‌کنم جامعه با آمدن گردشگران سود می‌برد.	۴/۴۸	۰/۶۹۸	-۱/۷۳	۴/۵۶	۰/۸۳۸	۲۵/۲۵
	WN3	من از گردشگران برای کمکی که به اقتصاد شهر تبریز می‌کنند قدردانی می‌کنم.	۴/۴۳	۰/۷۳۱	-۱/۷۲	۴/۵۶	۰/۸۷۷	۴۱/۹۲
	WN4	من در تبریز با گردشگران رفتار منصفانه‌ای دارم.	۴/۵۳	۰/۶۳۵	-۱/۳۸	۲/۸۶	۰/۷۵۲	۱۸/۹۶
نزدیکی عاطفی	EC1	احساس می‌کنم به گردشگرانی که در تبریز ملاقات کرده‌ام، نزدیک هستم.	۳/۸۶	۰/۸۸۱	-۰/۴۳۴	-۰/۰۹۸	۰/۸۸۸	۵۸/۷۳

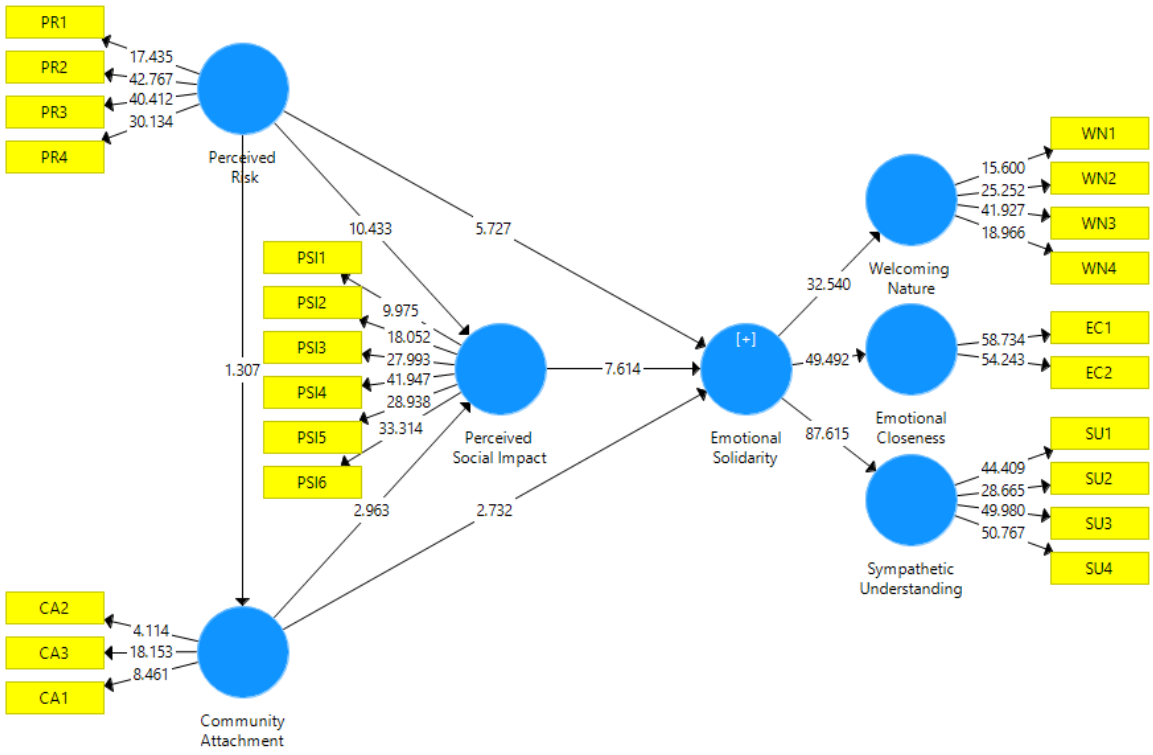
	EC2	من دوست دارم با چند گردشگر در تبریز دوست شوم.	۴/۰	۰/۸۵۱	-۰/۷۷۹	۰/۲۳۹	۰/۸۷۶	۵۴/۲۴
درک همدلانه	SU1	من با گردشگران تبریز همذات پنداری می‌کنم.	۳/۸۲	۰/۸۷۶	-۰/۴۴۹	۰/۱۲۲	۰/۸۶۶	۴۴/۴۰
	SU2	من شباهت‌های زیادی با گردشگران تبریز دارم.	۳/۳۴	۰/۹۸۹	-۰/۰۶۰	-۰/۲۶۲	۰/۷۹۱	۲۸/۶۵
	SU3	من نسبت به گردشگران در تبریز احساس محبت می‌کنم.	۴/۱۷	۰/۸۱۹	-۱/۳۷	۳/۰۸	۰/۸۵۵	۴۹/۹۸
	SU4	من گردشگران تبریز را درک می‌کنم.	۴/۰۵	۰/۸۲۵	-۰/۹۱۹	۱/۳۸	۰/۸۷۲	۵۰/۷۶

در شکل (۳) مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب نشان داده شده است. نتایج این شکل نشان از تایید بارهای عاملی مربوط به هر یک از گویه‌های تحقیق است که مقادیر هر کدام از آنها بزرگتر از ۰/۵ می‌باشد.



شکل ۳. مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب

در شکل (۴) نیز مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب ارائه شده است. مطابق شکل کلیه مقادیر معناداری برای هر یک از گویه‌های تحقیق بزرگتر از ۱/۹۶ بوده بنابراین مدل تحقیق از نظر معناداری گویه‌های تحقیق مورد تایید می‌باشد.



شکل ٤. مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب

در ادامه طبق شکل (۳) و شکل (۴)، می‌توان به بررسی روابط ساختاری بین متغیرهای تحقیق پرداخت. بر این اساس نتایج فرضیه‌های تحقیق در جدول (۵) ارائه شده است. این مطالعه شامل ۸ فرضیه می‌باشد که مطابق نتایج تحقیق، ۷ فرضیه مورد تایید قرار گرفت و یک فرضیه رد شد. در فرضیه اول، اثر مخاطره درک‌شده بر دلبستگی اجتماعی با توجه به اینکه مقدار تی بدست آمده برای آن کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد، مورد تایید قرار نگرفت. در فرضیه دوم اثر مخاطره درک‌شده بر آثار اجتماعی گردشگری با ضریب مسیر ۰/۵۳۲- و مقدار تی ۱۰/۴۳۳ به صورت معنادار و معکوس مورد تایید قرار گرفت. در فرضیه سوم تحقیق دلبستگی اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۱۶۴ و مقدار تی ۲/۹۶۳ تاثیر مثبت و معناداری بر آثار اجتماعی گردشگری دارد. در فرضیه چهارم مطابق نتایج، مخاطره درک‌شده با ضریب مسیر ۰/۲۹۹- و مقدار تی ۵/۷۲۷ تاثیر معکوس و معناداری بر همبستگی عاطفی دارد. همچنین در فرضیه‌های پنجم و ششم، آثار اجتماعی گردشگری و دلبستگی اجتماعی به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۴۶۰ و ۰/۱۲۹ تاثیر مثبت و معناداری بر همبستگی عاطفی دارند. در فرضیه هفتم نتایج نشان داد که مخاطره درک‌شده از طریق نقش میانجی آثار اجتماعی گردشگری با ضریب مسیر ۰/۲۴۵- و مقدار تی ۶/۱۳۲ تاثیر معنادار و معکوسی بر همبستگی عاطفی دارد. در فرضیه هشتم تحقیق نیز نتایج نشان داد که دلبستگی اجتماعی از طریق نقش میانجی آثار اجتماعی گردشگری با ضریب مسیر ۰/۰۷۵ و مقدار تی۲/۷۳۷ تاثیر مثبت و معناداری بر همبستگی عاطفی دارد.

از نتایج دیگر مورد اشاره در جدول (۵) مربوط به مقادیر ضریب تعیین (R^2)، شاخص Q^2، شاخص اندازه اثر (F^2) و نیکویی برازش (GOF) است. ضریب تعیین نشان دهنده میزان تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل است که نشان می‌دهد حدود ۵۰ درصد از تغییرات متغیر همبستگی عاطفی ناشی از ۳ متغیر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری است که براساس سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان سطوح ضعیف، متوسط و قوی، در سطح بالای متوسط و نزدیک به قوی بدست آمد. همچنین، مقدار ضریب تعیین آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری در نتیجه متغیرهای مخاطره درک‌شده و دلبستگی اجتماعی مقدار متوسط ۳۲ درصد بدست آمد. اما ضریب تعیین برای متغیر دلبستگی اجتماعی کمتر از یک درصد بدست آمد که نشان دهنده عدم پیش بینی مناسب دلبستگی اجتماعی از طریق متغیر مخاطره درک‌شده می‌باشد.

همچنین طبق شاخص Q^2 که کیفیت پیش بینی متغیرهای وابسته از سوی متغیرهای مستقل است و با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی مقایسه می شود. طبق نتایج، میزان Q^2 برای متغیر همبستگی اجتماعی برابر با ۰/۳۴۷، متغیر آثار اجتماعی برابر با ۰/۱۷۹ و برای متغیر دلبستگی اجتماعی ۰/۰۰۱ می‌باشد که در سطح قوی، بالای متوسط و ضعیف قرار دارند. در ادامه، شاخص اندازه اثر (F^2)، سهم هر متغیر مستقل در تغییرات متغیر وابسته را نشان می‌دهد و با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ در سه سطح ضعیف، متوسط و قوی ارزیابی می‌گردد. طبق نتایج جدول (۵) اندازه اثر متغیر مخاطره درک‌شده بر آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری با مقدار ۰/۴۱۸ قوی بوده و اندازه اثر آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی با مقدار ۰/۲۸۵ بالای متوسط می‌باشد. همچنین اندازه اثر مخاطره درک‌شده بر همبستگی عاطفی با مقدار ۰/۱۲۵ نزدیک به متوسط و اندازه اثر دلبستگی اجتماعی بر مخاطره درک‌شده با مقدار ۰/۰۴، دلبستگی اجتماعی بر همبستگی عاطفی با مقدار ۰/۰۳۲ و مخاطره درک‌شده بر دلبستگی اجتماعی با مقدار ۰/۰۰۷ در سطح ضعیف بدست آمده اند. بنابراین این نتایج نشان از اهمیت مخاطره درک‌شده در میزان آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری از سوی جامعه محلی و نیز اهمیت آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری ساکنان مقصد در شکل‌گیری همبستگی عاطفی آنها می‌باشد. در نهایت، به منظور ارزیابی برازش کلی مدل تحقیق از شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده شده است که با استفاده از رابطه ($GOF = \sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}}$) بدست می آید. طبق نتایج، مقداری نیکویی برازش در این تحقیق ۰/۵۸۸ بدست آمد که نشان دهنده برازش قوی مدل تحقیق بوده و حاکی از قابل تعمیم بودن مدل تحقیق به جامعه است.

جدول ۵: نتایج فرضیه‌های تحقیق

شماره فرضیه	نوع فرضیه	β	t-value	F^2	جهت	وضعیت	Q^2	R^2	GOF
H_1	مخاطره درک‌شده ← دلبستگی اجتماعی	-۰/۰۸۳	۱/۳۰۷	۰/۰۰۷	منفی	رد	۰/۰۰۱	۰/۰۰۷	۰/۵۸۸
H_2	مخاطره درک‌شده ← آثار اجتماعی درک‌شده	-۰/۵۳۳	۱۰/۴۳۳	۰/۴۱۸	منفی	تایید	۰/۱۷۹	۰/۳۲۵	
H_3	دلبستگی اجتماعی ← آثار اجتماعی درک‌شده	۰/۱۶۴	۲/۹۶۳	۰/۰۴۰	مثبت	تایید			
H_4	مخاطره درک‌شده ← همبستگی عاطفی	-۰/۲۹۹	۵/۷۲۷	۰/۱۲۵	منفی	تایید	۰/۳۴۷	۰/۴۹۹	
H_5	آثار اجتماعی درک‌شده ← همبستگی عاطفی	۰/۴۶۰	۷/۶۱۴	۰/۲۸۵	مثبت	تایید			
H_6	دلبستگی اجتماعی ← همبستگی عاطفی	۰/۱۲۹	۲/۷۳۲	۰/۰۳۲	مثبت	تایید			
H_7	مخاطره درک‌شده ← آثار اجتماعی درک‌شده ← همبستگی عاطفی	-۰/۲۴۵	۶/۱۳۲	–	منفی	تایید			
H_8	دلبستگی اجتماعی ← آثار اجتماعی درک‌شده ← همبستگی عاطفی	۰/۰۷۵	۲/۷۳۷	–	مثبت	تایید			

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه بر همبستگی عاطفی ساکنان محلی در صنعت گردشگری تمرکز داشت و به بررسی تاثیر مخاطره درک‌شده، دلبستگی اجتماعی و آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری، بر جامعه مقصد در شهر تبریز پرداخت. برای این منظور تعداد ۸ فرضیه طراحی شد. پس از گردآوری داده‌های میدانی مبتنی بر ابزار پرسشنامه، داده‌های بدست آمده با استفاده از معادلات ساختاری و نرم افزار PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. براساس نتایج تحقیق، فرضیه اول تحقیق که تاثیر مخاطره درک‌شده بر دلبستگی اجتماعی را آزمون می‌کرد مورد تایید قرار نگرفت. این امر نشان می‌دهد که مخاطره درک‌شده دلبستگی و تعلق جامعه نسبت به محل زندگی را ارتقا نمی‌بخشد. این نتیجه با یافته‌های لای و همکاران[1] (۲۰۲۳) و تام و چن[2] (۲۰۱۷) که تاثیر مثبت مخاطره درک‌شده بر دلبستگی اجتماعی را اثبات نموده بودند و نیز با مطالعه والاس[3] (۲۰۲۱) که تاثیر منفی مخاطره درک‌شده بر

1. Lie et al
2. Tam & Chan
3. Wallace

دلبستگی اجتماعی را بدست آورده بودند همخوانی ندارد. در ادامه و در فرضیه‌های دوم و سوم تاثیر مخاطره درک‌شده بر آثار اجتماعی به صورت معکوس و دلبستگی اجتماعی به صورت مثبت بر آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری مورد تایید قرار گرفت. این یافته نشان می‌دهد که درک مخاطره از سوی جامعه میزبان می‌تواند اجتماعی گردشگری را به صورت منفی تحت تاثیر قرار دهد و جامعه میزبان نسبت به حضور گردشگران درک منفی پیدا کنند این یافته همراستا با ادبیات تحقیق می‌باشد. به طوری که ژائو و همکاران (۲۰۲۲) استدلال می‌کنند که مخاطره درک‌شده نسبت به گردشگری می‌تواند نگرش منفی آنها نسبت به آثار گردشگری را تشدید نماید. از سوی دیگر طبق فرضیه سوم، دلبستگی اجتماعی منجر به ایجاد آثار اجتماعی درک‌شده مثبت نسبت به گردشگری از سوی جامعه میزبان می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که هرچقد میزان دلبستگی و تعلق جامعه میزبان نسبت به مکان زندگی خود افزایش یابد آنها تلقی مثبتی نسبت به حضور گردشگران خواهند داشت. این یافته مطابق با ادبیات تحقیق می‌باشد و با مطالعات رامیکسون[1] (۲۰۲۳)، کاسوماواتی و همکاران[2] (۲۰۲۲) و دینگ و همکاران[3] (۲۰۲۲) همخوانی و همراستایی دارد.

در فرضیه چهارم تحقیق نتایج نشان داد که مخاطره درک‌شده اثر منفی و معنادار بر همبستگی عاطفی دارد. بنابراین، مخاطره درک‌شده از گردشگری حس همبستگی عاطفی افراد با جامعه را تضعیف می‌کند و نگرش آنها نسبت به تغییرات ناشی از توسعه گردشگری را تحت تاثیر منفی قرار می‌دهد. مقایسه نتایج تحقیق با ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که در برخی مطالعات اثر مثبت مخاطره درک‌شده بر همبستگی (برای مثال جوزیسن و همکاران، ۲۰۲۴)، در برخی دیگر عدم وجود معناداری بین این دو متغیر (برای مثال، تاور–پرپولی و همکاران، ۲۰۲۵) به اثبات رسیده است. اما در تحقیق حاضر نتایج نشان داد که مخاطره درک‌شده ناشی از گردشگری، اثر منفی بر همبستگی عاطفی جامعه میزبان دارد. در فرضیه پنجم، نقش آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری بر همبستگی عاطفی مورد ارزیابی قرار گرفت که طبق نتایج بدست آمده این فرضیه مورد تایید قرار گرفت و آثار اجتماعی درک‌شده گردشگری، همبستگی عاطفی جامعه میزبان را تقویت می‌کند. این یافته همراستا با ادبیات تحقیق می‌باشد و با مطالعات ایبان و سامیرکاسکوموس (۲۰۲۴) و جی و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی دارد. در فرضیه پنجم نیز مطابق نتایج، دلبستگی اجتماعی می‌تواند به همبستگی عاطفی جامعه میزبان منجر شود. به این صورت که گردشگری می‌تواند از طریق ارتقای دلبستگی اجتماعی جامعه میزبان می‌تواند همبستگی عاطفی آنها نسبت به گردشگران را افزایش دهد و جامعه میزبان نسبت به گردشگران استقبال خوبی داشته و از نظر عاطفی احساس مثبتی نسبت به گردشگران در بین آنها به وجود می‌آید. این یافته‌ها مطابق با ادبیات تحقیق بوده و با مطالعاتی از قبیل سئو و همکاران[4] (۲۰۲۱)، جی و همکاران (۲۰۲۲) و چن و همکاران (۲۰۲۵) همخوانی دارد. در فرضیه‌های هفتم و هشتم نتایج نشان داد که آثار اجتماعی درک‌شده دارای نقش میانجی بوده و می‌تواند به طور مثبت نقش غیرمستقیم و معنادار بین دلبستگی اجتماعی و همبستگی عاطفی و نیز نقش منفی و غیر مستقیم بین مخاطره درک‌شده و همبستگی عاطفی دارد. بنابراین فارغ از نقش مثبت متغیرهای مختل، آثار اجتماعی درک‌شده گردشگران می‌تواند از طریق نقش میانجی و غیرمستقیم به ارتقای سطح همبستگی عاطفی و نیز استقبال و مهمان نوازی عاطفی جامعه میزبان از گردشگران در مقصد کمک نماید. در مجموع یافته‌های این تحقیق نشان داد که جامعه میزبان زمانی می‌توانند نسبت به گردشگران دارای استقبال و مهمان نوازی، درک همدلانه و نزدیکی عاطفی داشته باشند که از آثار مثبت اجتماعی گردشگری و نیز دلبستگی اجتماعی برخوردار بوده باشند و نیز سطح مخاطره‌های درک‌شده آنها نسبت به گردشگری کاهش یابد.

این تحقیق دارای برخی محدودیت‌هایی بود. از جمله اینکه این تحقیق از طریق ابزار پرسشنامه استاندارد انجام گرفت؛ با توجه به اینکه تحقیق درخصوص مسائل ذهنی و نگرشی می‌باشد، پرسشنامه کمی نیازمند تحقیقات تکمیلی کیفی می‌باشند. از سوی دیگر، با توجه به گردآوری به صورت خوداظهاری، امکان دارد که پاسخ‌ها تحت تاثیر خطای تمایل به پاسخگویی مطلوب

1. Ramkissoon
2. Kusumawati et al
3. Ding et al
4. Seo et al

اجتماعی باشد. همچنین، عدم بررسی متغیرهای کنترل مانند تجربه ارتباط با گردشگر، سطح اجتماعی و اقتصادی، نوع شغل و... از دیگر محدودیت‌های این تحقیق بود. با توجه به محدودیت‌ها و نیز نتایج بدست آمده در تحقیق، پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی از تحقیقات ترکیبی کمی-کیفی برای درک ابعاد عاطفی و اجتماعی میزبان استفاده شود. همچنین استفاده از متغیرهای کنترل و تعدیل گر مانند تجربه ارتباط با گردشگران و نوع شغل در تحقیقات می‌تواند به ارتقای نتایج این تحقیق کمک نماید. همچنین این تحقیق بر پیشایندهای متغیر همبستگی عاطفی تمرکز داشت. پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی بر پیامدهای همبستگی عاطفی در جامعه میزبان از قبیل مشارکت در گردشگری، حمایت از گردشگری پایدار، رضایت گردشگران، تبلیغات شفاهی و ... تاکید شود.

براساس یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود. این پیشنهادها به‌گونه‌ای تدوین شده‌اند که هر یک به تقویت متغیرهای اصلی پژوهش، شامل دلبستگی اجتماعی، کاهش مخاطره ادراک‌شده و افزایش حمایت جامعه محلی از توسعه گردشگری کمک کنند:

- برگزاری رویدادهای جامعه محور با مشارکت فعال جامعه میزبان و گردشگران، از قبیل جشنواره‌های محلی، صنایع‌دستی و گردشگری غذا، می‌تواند از طریق افزایش تعاملات اجتماعی و تماس مستقیم میان میزبان و میهمان، به تقویت دلبستگی اجتماعی و در نتیجه افزایش حمایت جامعه محلی از توسعه گردشگری منجر شود.
- تولید محتوا و برنامه‌های کاربردی مبتنی بر هویت محلی و همبستگی جمعی، از جمله معرفی تاریخ، فرهنگ، ابنیه‌های تاریخی و آداب‌ورسوم با مشارکت و روایت جامعه میزبان، موجب ارتقای شناخت گردشگران از مقصد شده و از این طریق به کاهش مخاطره ادراک‌شده اجتماعی و فرهنگی و افزایش احساس اعتماد میان گردشگران و جامعه محلی کمک می‌کند.
- تولید محتوای مبتنی بر تجربیات موفق همکاری و تعامل میان جامعه میزبان و گردشگران در شهر تبریز، می‌تواند با نمایش نمونه‌های مثبت و واقعی، به کاهش مخاطره ادراک‌شده و هم‌زمان تقویت همبستگی عاطفی و نگرش مثبت جامعه محلی نسبت به گردشگران منجر شود.
- راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی با هدف معرفی آثار اجتماعی مثبت گردشگری در مقصد، نقش مؤثری در آگاه‌سازی جامعه محلی و گردشگران ایفا کرده و از این طریق می‌تواند نگرش‌های مثبت، حمایت اجتماعی و پذیرش توسعه گردشگری را تقویت کند.
- توسعه اپلیکیشن تبریز من با ارائه اطلاعات جامع درباره نیازمندی‌های گردشگری شهر و ایجاد بستری برای ارتباط مستقیم میان گردشگران، جامعه محلی و کسب‌وکارها، می‌تواند به کاهش مخاطره ادراک‌شده، افزایش احساس امنیت و اعتماد متقابل و در نهایت تقویت حس همبستگی و حمایت از توسعه گردشگری کمک کند.

منابع

بابائی، یاور؛ رحیمی‌اقدم، صمد و امیریان، مژگان (۱۴۰۴). نقش سرزندگی راهنمایان گردشگری در ایجاد رضایت شغلی با نقش تعدیلگر محیط راهنمایی. *پژوهش های بوم شناسی شهری*. ۱۷(۱)، ۴۱-۵۸. *doi: 10.30473/grup.2025.72581.2887*

بابایی‌اقدم، فریدون؛ حیدری چیانه، رحیم و رحیمی فرد، قاسم (۱۴۰۴). بررسی شاخص‌های رقابت‌پذیری گردشگری با رویکرد مدیریت کیفیت فراگیر (مطالعه موردی: مراکز اقامتی شهر تبریز). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۹(۹۲): ۳۱۲- ۲۹۰.

دربندی، ندا؛ پورمحمدی، محمدرضا و قربانی، رسول (۱۴۰۴). بررسی و ارزیابی تغییرالگوی کاربری اراضی شهری با رویکرد جای پای بوم‌شناختی (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۹(۹۲)، ۴۰-۲۱.

شرقی، محمودرضا؛ حیدری چیانه، رحیم و روستایی، شهریور (۱۴۰۴). تحلیلی بر ادراک جامعه میزبان از اثرات توسعه گردشگری شهری (نمونه موردی: کلانشهر تبریز). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۹(۹۲)، ۴۵۱-۴۲۹.

شهمرادی، مریم، و باقری، هادی (۱۴۰۱). نقش انگیزه ها و ریسک های ادراک شده در دلبستگی به مقاصد گردشگری ورزشی ماجراجویانه. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷(۶۰)، ۱۴۳-۱۱۷.

ضرغام بروجنی، حمید؛ بابائی، یاور و شیخ حسنی، نرگس (۱۳۹۹)، اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین. *گردشگری و توسعه*، ۹(۴)، ۱۸۴-۱۶۹.

فردوسی، سجاد؛ آغنده، محمدعلی؛ و بابائی، یاور. (۱۳۹۸). تحلیلی بر ریسک‌ها و مخاطرات مقاصدگردشگری، مطالعه موردی: بندرانزلی. *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۱۰(۲۰)، ۲۶-۱۳.

فریدی فشتمی، عالیه؛ سالاری‌پور، علی‌اکبر و حسام، مهدی. (۱۴۰۱). ارزیابی میزان وفاداری، دلبستگی و رضایت گردشگران به مقصدهای گردشگری شهری مطالعه موردی: مقصد گردشگری رشت. *گردشگری شهری*، ۹(۳)، ۱۳-۱.

کاظمیان، غلامرضا؛ ضیایی، محمود؛ یاوری گهر، فاطمه و بابایی، یاور (۱۴۰۱)، ارائه مدل توسعه مکمل‌گرای گردشگری با رویکرد فراترکیب. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۱(۴۰)، ۱۳۲-۱۰۳.

کروبی، مهدی؛ بابائی، یاور؛ شیخ حسنی، نرگس و آغنده، محمدعلی (۱۳۹۹). بررسی ارتباط بین صنعت گردشگری و بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان (مورد مطالعه: شهر سرعین). *توسعه اجتماعی*، ۱۴(۴)، ۸۸-۶۳.

Andereck, K. L., & Jurowski, C. (2006). Tourism and quality of life. In G. Jennings & N. P. Nickerson (Eds.), *Quality tourism experiences* (pp. 136–154). Routledge. asymmetric approach, *Journal of Destination Marketing & Management*, 21(1) 100631, 1-17. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.-2021.100631

Babaei, Y., Rahimiaghdam, S. & Amirian, M. (2025). Role of playfulness in creating job satisfaction with the moderating role of the guiding environment. *Journal of Urban Ecology Researches*, 17(1), 41-58. https://doi.org/10.30473/grup.2025.72581.2887 [In Persian]

Babayi Aghdam, F., heydari chianeh, R., & Rahimifard, G. (2025). Investigating tourism competitiveness indicators with total quality management approach (Case study: accommodation centers of Tabriz city). *Journal of Geography and Planning*, 29(92), 312-290. https://doi.org/10.22034/gp.2024.59754.3221 [In Persian]

Chen, Q., Jiang, F., Guo, Y., Shrestha, R. K., & Zhang, Q. (2025). Community attachment, emotional solidarity, and sustainable tourism support: Evidence from Sagarmatha National Park, Nepal. *Sustainable Development*, *33*(3), 4492–4510. https://doi.org/10.1002/sd.3360

Darbandi, N. , Pourmohammadi, M. & Ghorbani, R. (2025). Investigating and evaluating the change of urban land use pattern with ecological footprint approach (Case study of Tabriz metropolis). *Journal of Geography and Planning*, 29(92), 40-21. https://doi.org/10.22034/gp.2023.55429.3103 [In Persian]

Ding, Q., Zhang, T., Zhu, X., & Zhang, J. (2022). Impact of perceived value and community attachment on smart renovation participation willingness for sustainable development of old urban communities in China. *Sustainability*, 14(18), 11675. https://doi.org/10.3390/su141811675

Durkheim, E. (1995). *The elementary forms of the religious life*, *1915*, Translated by Karen E. Fields. Free Press.

Eban, F., & Samirkaş Komşu, M. (2024). Tourism impacts on local residents' emotional solidarity with tourists: The case of Mersin. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 1908–1926. https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1468

Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing,* 36(9), 1061–1079. https://doi.org/10.1080/10548408.2019.-1689224

Faridi Foshtomi, A., Salaripour, A. & hesam, M. (2022). Evaluating the level of loyalty, attachment and satisfaction of tourists to urban tourism destinations Case study: Rasht City. *Journal of urban tourism*, 9(3), 1-13. https://doi/10.22059/jut.2022.333994.979 [In Persian]

Ferdowsi, S., Aghandeh, M.A., & Babaei, Y. (2019). Analytical on Risks and Hazards of Tourism Destinations, Case Study: Bandar Anzali. *Journal of Urban Ecology Researches*, 10(20), 13-26. https://doi.org/10.30473/grup.2020.7075 [In Persian]

Gautam V., (2022). Why local residents support sustainable tourism development?, *Journal of Sustainable Tourism*, https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2082449

Ge, Q., Yang, J., Tang, F., Wang, Y., He, Q., Chen, H., Ji, Q., Ding, F., Jiang, Y., & Wang, Y. (2022). The effects of place attachment and emotional solidarity on community residents' attitudes toward glacier tourism. *Land,* 11(11), 2065. https://doi.org/10.3390/land11112065

Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., & Wei, W. (2019). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), 306–333. https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1537139

Hashimoto, A. (2002). Tourism and sociocultural development issues. In R. Sharpley & D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 202–230). Channel View Publications.

Jiang, Y., & Hong, F. (2023). Examining the relationship between customer-perceived value of night-time tourism and destination attachment among Generation Z tourists in China. *Tourism Recreation Research*, 48(2), 220–233. https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1981077

Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C.-K., & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, Article 100553. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553

Josiassen, A., Hede, A. M., Kozak, M., Kock, F., & Assaf, A. (2024). Place solidarity: A case of the Türkiye earthquakes. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(1), 100125. https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100125

Karoubi, M., Babaei, Y., Sheikhhasani, N. & Aghande, M. (2020). Study of the Relationship between Tourism Industry and Improving the Quality of Life of the Host Society (Case Study: Sarein City). Quarterly *Journal of Social Development*, 14(4), 63-88. https://doi.org/10.22055/qjsd.2020.27156.-1789 [In Persian]

Kazemian, G., Ziaee, M., Yavarigohar, F., & Babaei, Y. (2022). Presenting a model of tourism complementary development with a hybrid approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(40), 103-132. https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21272.3524 [In Persian]

Kusumawati, A., Pangestuti, E., & Supriono, S. (2022). The antecedent of event attachment influence on tourism sustainability: The case of Jember Fashion Carnaval, Indonesia. *International Journal of Tourism Cities*, 8(4), 1000–1018. https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2021-0197

Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00024-0

Liburd, J. J., Benckendorff, P., & Carlsen, J. (2011). Tourism and quality-of-life: How does tourism measure up? In M. Uysal, R. Perdue, & M. J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality-of-life*

research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities (pp. 105–132). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_7

Lie, L. B., de Korte, L., & Pursiainen, C. H. (2023). "Here, I will stay until I die"—exploring the relationship between place attachment, risk perception, and coping behavior in two small Norwegian communities. *Regional Environmental Change,* 23(3), Article 115. https://doi.org/10.1007/s10113-023-02106-2

Mariam, K., Singh, M., Yaja, M., & Kumar, A. (2024). Negative perception of the local community towards tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 30(1), 15–25. https://doi.org/10.20867/thm.30.1.10

McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research,* 32(3), 29–34. https://doi.org/10.1177/004728759403-200305

Moghavvemi S., Woosnam K. M., Paramanathan T., Musa G., & Hamzah A. (2017), The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242–254. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.021

Musora, O., Mbaiwa, J. E., & Murray-Hudson, M. (2017). Tourists' perceptions of environmental impacts of tourism development on water resources in the Okavango Delta, Botswana. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure,* 6(3), 1–10.

Nasr, E., Emeagwali, O. L., Aljuhmani, H. Y., & Al-Geitany, S. (2022). Destination social responsibility and residents' environmentally responsible behavior: Assessing the mediating role of community attachment and involvement. *Sustainability,* 14(21), 14153. https://doi.org/10.3390/-su142114153

Orgaz-Agüera, F., Castellanos-Verdugo, M., Acosta Guzmán, J. A., Cobena, M., & Oviedo-García, M. Á. (2022). The mediating effects of community support for sustainable tourism, community attachment, involvement, and environmental attitudes. *Journal of Hospitality & Tourism Research,* 46(7), 1298–1321. https://doi.org/10.1177/1096348020977457

Qi, L. (2021). Research on the innovation strategy of Beijing night culture tourist area based on tourist survey. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 253, p. 01014). EDP Sciences. https://doi.org/10.1051/-e3sconf/202125301014

Qiu, N., Li, H., Pan, C., Wu, J., & Guo, J. (2024). The study on the relationship between perceived value, satisfaction, and tourist loyalty at industrial heritage sites. *Heliyon,* 10(17), e38130. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38130

Ramkissoon, H. (2023). Perceived social impacts of tourism and quality-of-life: A new conceptual model. *Journal of Sustainable Tourism,* 31(2), 442–459. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.-1860061

Rather, R. A. (2021). Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism, 24*(23), 3275–3283. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1846506

Seo, K., Jordan, E., Woosnam, K. M., Lee, C. K., & Lee, E. J. (2021). Effects of emotional solidarity and tourism-related stress on residents' quality of life. *Tourism Management Perspectives, 40,* 100874. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100874

Shahmoradi, M. & Bagheri, H. (2022). The Role of Perceived Motivations and Risks in Attachment to Adventure Sports Tourism Destinations. *Journal of Tourism Management Studies*, 17(60), 117-143. https://doi/10.22054/tms.2023.70574.2764 [In Persian]

Sharghi, M., Heydari Chianeh, R. & Rostaei, S. (2025). Analysis of Host Approach towards the Urban Tourism Development, Case Study: Tabriz Metropolis. *Journal of Geography and Planning*, 29(92), 451-429. https://doi.org/10.22034/gp.2024.58088.3181 [In Persian]

Song, H., Kim, M., & Park, C. (2020). Temporal distribution as a solution for over-tourism in night tourism: The case of Suwon Hwaseong in South Korea. *Sustainability*, 12(6), 2182. https://doi.org/10.3390/su12062182

Tam, K.-P., & Chan, H.-W. (2017). Environmental concern has a weaker association with pro-environmental behavior in some societies than others: A cross-cultural psychology perspective. *Journal of Environmental Psychology*, 53, 213–223. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.09.001

Tovar-Perpuli, A. N., Rojas-Rivas, E., Tovar-Bustamante, L. E., Colín-Mar, I., & Zaragoza-Alonso, J. (2025). Effect of risk perception and solidarity attitudes on the image of post-disaster destinations in Mexico and intention to visit. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 104. https://doi.org/10.3390/-tourhosp6020104

Trentelman, C. K. (2009). Place attachment and community attachment: A primer grounded in the lived experience of a community sociologist. *Society and Natural Resources*, 22(3), 191–210. https://doi.org/10.1080/08941920802191712

Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013

Vieira I., Alen E., Fernandes D., Rodrigues A. P., (2024). Navigating uncertainty: The role of perceived risks in supporting sustainable tourism development in low-density territories, *Journal of Destination Marketing & Management*, 32(1) 100895. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100895

Wallace, L. N. (2021). Community context and perceived risk: perceptions of active shooter risk in Pennsylvania. *Crime Prevention and Community Safety*, 23(4), 450–466. https://doi.org/10.1057/-s41300-021-00131-z

Wang, S., Abbas, J., Al-Sulati, K. I., & Shah, S. A. R. (2024). The impact of economic corridor and tourism on local community's quality of life under one belt one road context. *Evaluation Review*, 48(2), 312–345. https://doi.org/10.1177/0193841X221150437

Woosnam, K. M., Dudensing, R. M., & Walker, J. R. (2015). How does emotional solidarity factor into visitor spending among birders in the lower Rio Grande Valley of Texas? *Journal of Travel Research*, 54(5), 645–658. https://doi.org/10.1177/0047287514522884

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245–258. https://doi.org/10.1177/0047287509332334

Wu, F., Ren, Z., Wang, Q., He, M., Xiong, W., Ma, G., Zhang, X., Ma, C., & Zhang, X. (2021). The relationship between job stress and job burnout: The mediating effects of perceived social support and job satisfaction. *Psychology, Health & Medicine*, 26(2), 204–211. https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1778750

Yang, E. C. L., & Nair, V. (2014). Tourism at risk: A review of risk and perceived risk in tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism* (APJIHT), 3, 1–21.

Yuan, T., Honglei, Z., Xiao, X., Ge, W., & Xianting, C. (2021). Measuring perceived risk in sharing economy: A classical test theory and item response theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102980. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102980

Zargham Boroujeni, H. , Babaei, Y. & Sheikh Hasani, N. (2020). The Effect of Social Responsibility on Sustainable Tourism Support in Sarein city. *Journal of Tourism and Development*, 9(4), 169-184. https://doi.org/10.22034/jtd.2020.177473.1684 [In Persian]

Zhang, J., & Zhang, Y. (2023). Does tourism contribute to the nighttime economy? Evidence from China. *Current Issues in Tourism*, 26(8), 1295–1310. https://doi.org/10.1080/13683500.2022.-2035708

Zhou, H., Ibrahim, J. A. B., & Mohamed, A. E. B. (2022). Exploring the impact of perceived risk and trust on tourist acceptance intentions in the post-COVID-19 era: A case study of Hainan residents. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 934425. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.934425