

بررسی اثرگذاری توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی و ابعاد آن در استان مازندران

رضا حبیب پور لداری^۱، ابوالقاسم حیدرآبادی^۱، منوچهر پهلوان^۱

۱. گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: Heidarabadi@baboliau.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف سنجش تأثیر توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی و ابعاد هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی آن در جامعه میزبان استان مازندران انجام شد. مطالعه حاضر از نوع کاربردی و مقطعی است که با رویکرد اسنادی-پیمایشی اجرا شد. جامعه آماری شامل افراد بالای ۲۰ سال استان مازندران بود که با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته با چهار بعد مدارای اجتماعی بود. روایی صوری توسط خبرگان تأیید و پایایی کل با آلفای کرونباخ ۰.۷۰۹ به دست آمد. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های مجذور خی، ضریب گاما، آنالیز واریانس یک طرفه (ANOVA) و تحلیل مسیر در نرم‌افزار SPSS انجام شد. نتایج نشان داد توسعه گردشگری با مدارای اجتماعی رابطه مثبت و معناداری دارد. شدت اثر توسعه گردشگری بر مدارای هویتی ($F=0.6334$) و مدارای عقیدتی ($F=0.6332$) بالا و بر مدارای رفتاری ($F=0.473$) و سیاسی ($F=0.340$) متوسط است. همچنین، ضریب همبستگی بین توسعه گردشگری و مدارای اجتماعی کلی برابر با $r=0.713$ بود که نشان‌دهنده اثر مثبت و قوی است. تحلیل مسیر نیز نشان داد اثر غیرمستقیم توسعه گردشگری از طریق مدارای هویتی و عقیدتی بر مدارای اجتماعی معنادار است ($\beta=0.744$). توسعه گردشگری به‌ویژه از طریق تقویت مدارای هویتی و عقیدتی، می‌تواند به ارتقای مدارای اجتماعی در جوامع میزبان کمک کند. پیشنهاد می‌شود برنامه‌های توسعه گردشگری همراه با سیاست‌های ارتقای آگاهی فرهنگی و اجتماعی در جامعه بومی اجرا شود تا همزیستی و سرمایه اجتماعی پایدار تقویت گردد.

کلیدواژه‌گان: توسعه گردشگری؛ مدارای اجتماعی؛ مدارای هویتی؛ مدارای عقیدتی؛ مدارای رفتاری؛ مدارای سیاسی؛ تحلیل مسیر.

تاریخ ارسال: ۱ تیر ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۲۷ مهر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۴ آبان ۱۴۰۴

تاریخ چاپ: ۱ تیر ۱۴۰۵



How to cite: Habibpour Ledari, R., Heidarabadi, A., & Pahlavan, M. (2026). Studying the Impact of Tourism Development on Social Tolerance and Its Dimensions in Mazandaran Province. *Training, Education, and Sustainable Development*, 4(2), 1-15.



© 2026 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.

Studying the Impact of Tourism Development on Social Tolerance and Its Dimensions in Mazandaran Province

Reza Habibpour Ledari¹, Aboalghasem Heidarabadi^{1*}, Manouchehr Pahlavan¹

1. Department of Sociology, Bab.C., Islamic Azad University, Babol, Iran

*Corresponding Author's Email: Heidarabadi@baboliau.ac.ir

Abstract

The study aimed to examine the impact of tourism development on social tolerance and its identity, ideological, behavioral, and political dimensions among host communities in Mazandaran Province. This applied and cross-sectional research employed a documentary–survey approach. The statistical population comprised residents aged 20 and above, and a sample of 384 participants was selected using Cochran's formula through random sampling. A researcher-made questionnaire measured four dimensions of social tolerance. Content validity was confirmed by experts, and reliability was verified with Cronbach's alpha of 0.709. Data were analyzed using chi-square tests, gamma correlation coefficients, one-way ANOVA, and path analysis in SPSS. Results revealed a significant and positive relationship between tourism development and social tolerance. The strongest effects were observed on identity tolerance ($\gamma=0.634$) and ideological tolerance ($\gamma=0.632$), while moderate effects were found on behavioral ($\gamma=0.473$) and political tolerance ($\gamma=0.340$). The overall correlation between tourism development and social tolerance was strong ($\gamma=0.713$). Path analysis indicated that tourism's impact on social tolerance was largely indirect through the mediating roles of identity and ideological tolerance (total $\beta=0.744$). Tourism development significantly enhances social tolerance within host societies, mainly by fostering identity and ideological openness. Integrating tourism policies with cultural literacy and community education programs is recommended to promote sustainable coexistence and social capital.

Keywords: *Tourism development; social tolerance; identity tolerance; ideological tolerance; behavioral tolerance; political tolerance; path analysis.*

Submit Date: 22 June 2025

Revise Date: 19 October 2025

Accept Date: 26 October 2025

Publish Date: 22 June 2026

گردشگری در دهه‌های اخیر به یکی از پویاترین صنایع جهان تبدیل شده است که نه تنها در رشد اقتصادی کشورها نقش بسزایی دارد، بلکه تأثیرات عمیقی بر بافت فرهنگی و اجتماعی جوامع بر جای می‌گذارد (Lea, 1988; Telfer, 2008). در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، توسعه گردشگری به عنوان ابزاری برای ارتقای تعاملات فرهنگی، ایجاد فرصت‌های شغلی و تقویت همزیستی اجتماعی تلقی می‌شود. در واقع، گردشگری می‌تواند به واسطه تعامل بین جوامع میزبان و گردشگران، به شکل‌گیری درک متقابل، پذیرش تفاوت‌ها و افزایش سطح مدارای اجتماعی کمک نماید (Afra, 2022; Papli Yazdi & Saqai, 2011).

در چشم‌انداز جهانی، سازمان یونسکو در «اعلامیه اصول مدارا» در سال ۱۹۹۵، مدارا را به‌عنوان یکی از ارکان اصلی همزیستی مسالمت‌آمیز و پایه توسعه انسانی معرفی می‌کند و آن را ضرورتی برای حفظ تنوع فرهنگی در جهان معاصر می‌داند (Unesco, 1995). مدارا به معنای پذیرش تفاوت‌ها و احترام به باورها، شیوه‌های زندگی و ارزش‌های دیگران است و از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود (Hjerm et al., 2019; Verkuyten et al., 2019). در عین حال، شکل‌گیری مدارای اجتماعی در جوامع مختلف تابع عوامل گوناگونی همچون ساختار فرهنگی، سیاست‌گذاری عمومی و میزان مواجهه با تنوع اجتماعی است (Kirchner et al., 2011; Schirmer et al., 2012).

در این میان، گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های مواجهه فرهنگی، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه مدارای اجتماعی باشد. تعامل مستمر گردشگران با جوامع محلی، نه تنها موجب تبادل فرهنگی می‌شود، بلکه نگرش‌های بسته نسبت به تفاوت‌های قومی، مذهبی و فرهنگی را کاهش داده و ارزش‌های مدارا، احترام و پذیرش را تقویت می‌کند (Schirmer et al., 2012; Verkuyten et al., 2019). پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که تجربه تماس اجتماعی مثبت میان گروه‌ها در قالب فعالیت‌های گردشگری، به کاهش تعصب و افزایش پذیرش تفاوت‌ها منجر می‌شود (Biyati et al., 2018; Hjerm et al., 2019).

از سوی دیگر، رویکردهای توسعه پایدار در گردشگری بر اهمیت ابعاد اجتماعی این پدیده تأکید ویژه دارند. امروزه، مفهوم «گردشگری پایدار» تنها به حفظ محیط زیست یا رشد اقتصادی محدود نمی‌شود، بلکه شامل توسعه همزیستی، عدالت اجتماعی و تقویت پیوندهای بین‌فرهنگی نیز هست (Shia & Sadeghi, 2024; Zhong & Chan, 2024). گردشگری پایدار از دیدگاه نظریه پردازان، باید به گونه‌ای طراحی شود که ضمن حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، ظرفیت پذیرش اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان را افزایش دهد (Yanan et al., 2024). در همین راستا، گسترش گردشگری می‌تواند با ارتقای آگاهی فرهنگی و ایجاد بسترهای ارتباطی، به افزایش مدارای اجتماعی در سطوح هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی منجر شود (Afra, 2022).

توسعه گردشگری در ایران، به‌ویژه در استان‌های شمالی و مناطق ساحلی، طی سال‌های اخیر رشد قابل توجهی یافته است. این توسعه علاوه بر اثرات اقتصادی، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی متنوعی نیز به همراه داشته است (Shabanpour et al., 2024). حضور گردشگران از مناطق مختلف کشور و گاه از فرهنگ‌های متفاوت، باعث شده است که جوامع محلی بیش از پیش با الگوهای متنوع رفتاری، زبانی و دینی مواجه شوند؛ امری که می‌تواند هم چالش‌برانگیز و هم فرصت‌آفرین باشد. از یک‌سو، این تعاملات ممکن است به بروز تعارضات فرهنگی یا کاهش همبستگی اجتماعی منجر شود، اما از سوی دیگر می‌تواند با گسترش شناخت و پذیرش تفاوت‌ها، زمینه افزایش مدارای اجتماعی را فراهم کند (Afra, 2022; Biyati et al., 2018).

از منظر نظری، مدارای اجتماعی پدیده‌ای چندبعدی است که شامل ابعاد هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی می‌شود (Fattahali, 1999). بعد هویتی به پذیرش تفاوت‌های قومی، فرهنگی و جنسیتی اشاره دارد، در حالی که مدارای عقیدتی شامل احترام به باورها و ارزش‌های دینی و فکری دیگران است. مدارای رفتاری نیز به پذیرش رفتارهای اجتماعی متفاوت از هنجارهای غالب جامعه مربوط می‌شود و مدارای سیاسی بیانگر پذیرش دیدگاه‌ها و گرایش‌های سیاسی متنوع است (Kirchner et al., 2011; Verkuyten et al., 2019). تحقیقات جدید نشان

داده‌اند که سطوح بالاتر تعامل اجتماعی، مشارکت مدنی و مواجهه بین‌فرهنگی، پیش‌بینی‌کننده اصلی افزایش مدارا در این ابعاد است (Hjerm et al., 2019).

در این زمینه، مطالعات تطبیقی نیز اهمیت سیاست‌ها و ساختارهای سیاسی را در تقویت یا تضعیف مدارا نشان داده‌اند. به‌عنوان مثال، پژوهش (Kirchner et al., 2011) بیان می‌کند که نهادهای سیاسی دموکراتیک که آزادی بیان و مشارکت مدنی را تقویت می‌کنند، در ایجاد بسترهای اجتماعی لازم برای شکل‌گیری مدارا نقش کلیدی دارند. در مقابل، جوامعی که ساختارهای سیاسی بسته دارند، معمولاً از سطح پایین‌تری از مدارای اجتماعی برخوردارند (Verkuyten et al., 2019).

با گسترش فناوری‌های نوین، شکل جدیدی از گردشگری دیجیتال نیز پدیدار شده است که در تعاملات فرهنگی و اجتماعی نقش تازه‌ای ایفا می‌کند. گردشگری مبتنی بر فناوری، مانند گردشگری مجازی، نودگردی دیجیتال (Digital Nomadism)، و بازاریابی هوشمند مقاصد گردشگری، به‌طور مستقیم بر الگوهای تعامل فرهنگی تأثیرگذار است (Białk-Wolf, 2025; Ünal, 2024). این نوع گردشگری، مرزهای جغرافیایی را کمرنگ‌تر کرده و فرصت‌های گسترده‌تری برای تبادل فرهنگی میان ملت‌ها فراهم نموده است (Shia & Sadeghi, 2024; Zhong & Chan, 2024). در کشورهای در حال توسعه، مانند ایران، چنین روندی می‌تواند با بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند، مسیر تازه‌ای برای افزایش مدارای اجتماعی از طریق تقویت گفت‌وگوی بین‌فرهنگی باز کند.

با وجود اهمیت موضوع، هنوز در ادبیات علمی داخلی ایران، ارتباط میان توسعه گردشگری و مدارای اجتماعی کمتر به‌صورت تجربی بررسی شده است. برخی مطالعات جامعه‌شناختی، مانند پژوهش (Biyati et al., 2018)، بیشتر بر چالش‌های اجتماعی مدارا در بافت شهری تمرکز داشته‌اند، در حالی که نقش پویایی‌های فرهنگی ناشی از گردشگری در این زمینه کمتر تحلیل شده است. همچنین، تحلیل‌های فلسفی و دینی درباره مدارا (نظیر آثار (Fattahali, 1999)) بیشتر جنبه نظری و هنجاری داشته و کمتر به بعد تجربی و اجتماعی آن پرداخته‌اند. از سوی دیگر، مطالعات مرتبط با گردشگری عمدتاً بر ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی متمرکز بوده‌اند و ابعاد فرهنگی و اجتماعی کمتر مورد توجه واقع شده است (Hossein Zadeh et al., 2013; Papli Yazdi & Saqai, 2011).

تحقیقات جدید در سطح بین‌المللی، از جمله پژوهش‌های (Yanan et al., 2024) و (Zhong & Chan, 2024)، نشان داده‌اند که توسعه گردشگری، به‌ویژه در جوامع روستایی و سنتی، می‌تواند به شکل چشمگیری موجب ارتقای همزیستی و تقویت انسجام اجتماعی شود. همچنین، مطالعه (Shabanpour et al., 2024) درباره گردشگری ساحلی در بندرانزلی نشان می‌دهد که افزایش تعامل میان گردشگران و ساکنان محلی، موجب رشد سرمایه اجتماعی و گسترش مدارای فرهنگی گردیده است. یافته‌های (Shia & Sadeghi, 2024) نیز تأیید می‌کند که توسعه پایدار گردشگری در مناطق کوهستانی و جنگلی از طریق فناوری‌های دیجیتال، نه تنها بر حفاظت محیطی مؤثر است، بلکه به ترویج همزیستی فرهنگی نیز کمک می‌کند.

از سوی دیگر، برخی محققان از دیدگاه انتقادی به مسئله گردشگری نگرسته‌اند. به‌طور مثال، (Lea, 1988) و (Telfer, 2008) هشدار داده‌اند که اگر توسعه گردشگری بدون توجه به ظرفیت فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان انجام شود، ممکن است منجر به بروز تنش‌های فرهنگی، استحاله هویت محلی و کاهش همبستگی اجتماعی گردد. به همین دلیل، رویکردهای جدید در مدیریت گردشگری بر «توسعه جامعه‌محور» تأکید دارند؛ یعنی برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در گردشگری باید با مشارکت فعال جوامع میزبان صورت گیرد تا هم منافع اقتصادی به‌طور عادلانه توزیع شود و هم ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی حفظ گردند (Shabanpour et al., 2024; Ünal, 2024).

در سطح خرد، شکل‌گیری مدارای اجتماعی در جوامع میزبان تحت تأثیر ادراکات و تجربیات شخصی افراد از گردشگران است. پژوهش‌های (Schirmer et al., 2012) و (Hjerm et al., 2019) نشان داده‌اند که تعاملات مکرر و مثبت با گردشگران باعث افزایش پذیرش تفاوت‌ها و تقویت حس احترام متقابل می‌شود. این فرایند، که گاهی از آن به‌عنوان «یادگیری بین‌فرهنگی» یاد می‌شود، می‌تواند در بلندمدت به تحول در نگرش‌های اجتماعی و سیاسی جامعه میزبان منجر شود.

همچنین، در جامعه ایران که ساختار فرهنگی متنوعی دارد، نقش گردشگری در تقویت مدارای اجتماعی می‌تواند بیش از پیش برجسته باشد. وجود تنوع قومی، زبانی و مذهبی در کشور، بستر مناسبی برای مطالعه اثرات متقابل گردشگری و مدارا فراهم می‌کند (Afra, 2022; Hossein Zadeh et al., 2013). گردشگری در چنین بستری می‌تواند به‌عنوان یک «پل فرهنگی» عمل کند که شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی را کاهش داده و درک متقابل میان گروه‌های مختلف را افزایش دهد.

با توجه به مبانی نظری و مطالعات پیشین، به نظر می‌رسد توسعه گردشگری به‌ویژه در مناطق چندفرهنگی، نقشی کلیدی در افزایش سطح مدارای اجتماعی دارد. این اثر نه تنها از طریق تعامل مستقیم میان گردشگران و میزبانان، بلکه از راه تغییر نگرش‌های هویتی، عقیدتی و رفتاری در جامعه بروز می‌کند (Biyati et al., 2018; Hjerme et al., 2019; Shabanpour et al., 2024). بنابراین، مطالعه حاضر با هدف بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی و ابعاد هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی آن در جامعه میزبان استان مازندران انجام شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع کاربردی، مقطعی و پهنانگر است که در سال ۱۴۰۳ در سطح جامعه‌شناسی خرد اجرا گردید. این مطالعه با بهره‌گیری از دو روش اسنادی و پیمایشی انجام شد تا رابطه میان توسعه گردشگری و مدارای اجتماعی در جامعه میزبان به‌صورت جامع مورد بررسی قرار گیرد. واحد تحلیل در این پژوهش فرد بوده است. جامعه آماری شامل کلیه ساکنان استان مازندران بالای ۲۰ سال سن می‌باشد که تعداد آن‌ها بیش از ۱۰ هزار نفر برآورد شد. با توجه به گستردگی جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری تصادفی برای انتخاب شرکت‌کنندگان استفاده گردید تا امکان تعمیم نتایج فراهم شود. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران محاسبه و تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. در مدل مفهومی تحقیق، توسعه گردشگری به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد و ابعاد مدارای هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی به‌عنوان متغیرهای میانجی تعیین گردیدند. متغیر مدارای اجتماعی نیز به‌عنوان متغیر وابسته و تأثیرپذیر اصلی پژوهش محسوب شد.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بود که بر پایه فرضیه‌های تحقیق و چارچوب نظری برگرفته از منابع علمی داخلی و بین‌المللی طراحی گردید. گویه‌های پرسشنامه شامل مقیاس‌های اسمی، فاصله‌ای و طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) بود. فرآیند تدوین پرسشنامه در چند مرحله انجام شد. در مرحله نخست، بررسی اسنادی و کتابخانه‌ای شامل مطالعه کتب، مقالات علمی، وبگاه‌ها و پایگاه‌های داده تخصصی صورت گرفت. در مرحله دوم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط تحلیل گردید تا شاخص‌ها و متغیرهای کلیدی برای سنجش مفاهیم تحقیق استخراج شود. در مرحله سوم، پرسشنامه اولیه طراحی و جهت بررسی اعتبار صوری در اختیار صاحب‌نظران، استاد راهنما و مشاور علمی قرار گرفت. پس از دریافت بازخوردهای تخصصی و اصلاحات لازم، نسخه اولیه در یک پیش‌آزمون با حجم محدود اجرا شد تا میزان پایایی ابزار سنجیده شود. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ۰.۷۰۹ به‌دست آمد که نشان‌دهنده سطح مطلوبی از پایایی و انسجام درونی ابزار است. پس از اطمینان از روایی و پایایی، نسخه نهایی پرسشنامه در میان نمونه آماری توزیع گردید. جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت میدانی و با مراجعه حضوری به شهرها و مناطق مختلف استان مازندران انجام شد تا از پوشش متنوع فرهنگی و جمعیتی اطمینان حاصل شود. همچنین، رعایت اصول اخلاقی شامل محرمانه‌بودن پاسخ‌ها و مشارکت داوطلبانه در تمام مراحل مدنظر قرار گرفت.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ها کدگذاری و داده‌ها در نرم‌افزار آماری SPSS وارد شدند. در گام نخست، آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و جداول تقاطعی برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و وضعیت متغیرها مورد استفاده قرار گرفت. سپس، تحلیل‌های استنباطی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق اجرا شد. از آزمون مجذور خی (Chi-square) برای بررسی ارتباط میان متغیرها، از ضریب همبستگی گاما برای تعیین شدت و جهت روابط، و از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) برای مقایسه میانگین‌ها در گروه‌های مختلف استفاده گردید. به‌منظور بررسی اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرها و ارزیابی برازش مدل نظری، از تحلیل مسیر بهره گرفته شد. این تحلیل نشان داد که توسعه گردشگری هم به‌صورت مستقیم و هم از طریق متغیرهای میانجی (مدارای هویتی و عقیدتی) بر مدارای اجتماعی تأثیر

دارد. اعتبار ابزار اندازه‌گیری از طریق بررسی روایی صوری توسط خبرگان تأیید شد و برای اطمینان از پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. تمامی آزمون‌های آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ تفسیر شدند. در نهایت، نتایج تحلیل‌ها به ترسیم مدل تجربی پژوهش منجر گردید که چگونگی تأثیر توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی و ابعاد چهارگانه آن را در جامعه میزبان نشان می‌دهد.

یافته‌ها

بر اساس یافته‌های جمعیت‌شناختی پژوهش، از میان ۳۸۴ نفر شرکت‌کننده در مطالعه، ۱۱۸ نفر (۳۰.۷ درصد) زن و ۲۶۶ نفر (۶۹.۳ درصد) مرد بودند که نشان‌دهنده سهم بیشتر مردان در جامعه آماری است. از نظر سنی، بیشترین فراوانی در گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۲۰۲ نفر (۵۲.۶ درصد) مشاهده شد، در حالی که گروه‌های ۳۱ تا ۴۰ سال با ۸۴ نفر (۲۱.۹ درصد)، ۲۰ تا ۳۰ سال با ۴۶ نفر (۱۲ درصد)، ۵۱ تا ۶۰ سال با ۴۶ نفر (۱۲ درصد) و بالای ۶۰ سال با ۶ نفر (۱.۶ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. این توزیع سنی نشان می‌دهد که اکثر پاسخگویان در میانسالی قرار دارند. از نظر سطح تحصیلات، بیشترین تعداد مربوط به دارندگان مدرک فوق‌لیسانس با ۱۶۲ نفر (۴۲.۲ درصد) و سپس دکتری با ۱۳۱ نفر (۳۴.۱ درصد) بوده است. در مقابل، ۷۱ نفر (۱۸.۵ درصد) دارای مدرک لیسانس و تنها ۲۰ نفر (۵.۲ درصد) دارای تحصیلات کمتر از لیسانس بودند. همچنین، توزیع تحصیلی به تفکیک جنسیت نشان داد که در میان زنان، بیشترین میزان مربوط به دارندگان مدرک فوق‌لیسانس (۵۲.۵ درصد) و در میان مردان نیز مربوط به مقاطع دکتری و فوق‌لیسانس (به ترتیب ۳۴.۶ و ۳۷.۶ درصد) بوده است. این نتایج بیانگر آن است که جامعه آماری پژوهش از نظر سطح تحصیلات در سطح بالایی قرار دارد و بخش عمده‌ای از شرکت‌کنندگان از قشر تحصیل کرده و میان‌سال جامعه محسوب می‌شوند.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش (N = ۳۸۴)

متغیر	سطح پایین	درصد	سطح متوسط	درصد	سطح بالا	درصد	جمع	درصد کل
مدارای هویتی	۱۶	۴.۲	۱۴۵	۳۷.۸	۲۲۳	۵۸.۱	۳۸۴	۱۰۰
مدارای عقیدتی	۵۲	۱۳.۵	۲۳۲	۶۰.۴	۱۰۰	۲۶.۰	۳۸۴	۱۰۰
مدارای رفتاری	۷۸	۲۰.۳	۲۵۸	۶۷.۲	۴۸	۱۲.۵	۳۸۴	۱۰۰
مدارای سیاسی	۷۱	۱۸.۵	۱۹۹	۵۱.۸	۱۱۴	۲۹.۷	۳۸۴	۱۰۰
مدارای اجتماعی	۱۲۰	۳۱.۲	۲۰۹	۵۴.۴	۵۵	۱۴.۳	۳۸۴	۱۰۰
توسعه گردشگری	۸۱	۲۱.۱	۲۳۴	۶۰.۹	۶۹	۱۸.۰	۳۸۴	۱۰۰

نتایج توصیفی نشان داد که در میان ابعاد مختلف مدارای اجتماعی، شاخص مدارای هویتی بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است؛ به طوری که ۵۸.۱ درصد از پاسخگویان در سطح بالای مدارای هویتی قرار داشتند و تنها ۴.۲ درصد در سطح پایین بودند. در شاخص مدارای عقیدتی، اکثریت شرکت‌کنندگان (۶۰.۴ درصد) در سطح متوسط و ۲۶ درصد در سطح بالا قرار گرفتند که نشان‌دهنده نگرش مثبت میانه‌روانه نسبت به عقاید و باورهای متنوع است. در خصوص مدارای رفتاری، بیشترین فراوانی در سطح متوسط (۶۷.۲ درصد) مشاهده شد، در حالی که تنها ۱۲.۵ درصد از پاسخگویان سطح بالایی از پذیرش رفتارهای متفاوت را ابراز داشتند. در شاخص مدارای سیاسی نیز بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۱.۸ درصد) در سطح متوسط و ۲۹.۷ درصد در سطح بالا قرار داشتند که بیانگر پذیرش نسبی فعالیت‌ها و دیدگاه‌های سیاسی گوناگون است. در مجموع، یافته‌ها حاکی از آن است که سطح کلی مدارای اجتماعی در جامعه مورد مطالعه بیشتر در حد متوسط (۵۴.۴ درصد) است و تنها ۱۴.۳ درصد از پاسخگویان مدارای اجتماعی بالایی را نشان داده‌اند. در نهایت، در متغیر توسعه گردشگری نیز ۶۰.۹ درصد از پاسخگویان سطح متوسطی از توسعه گردشگری را گزارش کرده‌اند و تنها ۱۸ درصد از آنان وضعیت توسعه‌یافته‌تری را در این زمینه ارزیابی

کرده‌اند. این نتایج بیانگر آن است که اگرچه جامعه مورد مطالعه از سطح مناسبی از مدارای هویتی و عقیدتی برخوردار است، اما ابعاد رفتاری و سیاسی آن هنوز نیازمند تقویت بیشتری در پیوند با فرایند توسعه گردشگری است.

جدول ۲. رابطه بین توسعه گردشگری و ابعاد مختلف مدارای اجتماعی (N = ۳۸۴)

شاخص مدارای اجتماعی	سطح توسعه گردشگری	سطح پایین	درصد	سطح متوسط	درصد	سطح بالا	درصد	جمع	درصد کل
مدارای هویتی	پایین	۸	۹.۹	۴	۱.۷	۴	۵.۸	۱۶	۴.۲
	متوسط	۵۶	۶۹.۱	۸۱	۳۴.۶	۸	۱۱.۶	۱۴۵	۳۷.۸
	بالا	۱۷	۲۱.۰	۱۴۹	۶۳.۷	۵۷	۸۲.۶	۲۲۳	۵۸.۱
جمع	—	۸۱	۱۰۰	۲۳۴	۱۰۰	۶۹	۱۰۰	۳۸۴	۱۰۰
مدارای عقیدتی	پایین	۲۷	۳۳.۳	۲۰	۸.۵	۵	۷.۲	۵۲	۱۳.۵
	متوسط	۵۰	۶۱.۷	۱۵۸	۶۷.۵	۲۴	۳۴.۸	۲۳۲	۶۰.۴
	بالا	۴	۴.۹	۵۶	۲۳.۹	۴۰	۵۸.۰	۱۰۰	۲۶.۰
جمع	—	۸۱	۱۰۰	۲۳۴	۱۰۰	۶۹	۱۰۰	۳۸۴	۱۰۰
مدارای رفتاری	پایین	۲۰	۲۴.۷	۵۲	۲۲.۲	۶	۸.۷	۷۸	۲۰.۳
	متوسط	۵۹	۷۲.۸	۱۶۵	۷۰.۵	۳۴	۴۹.۳	۲۵۸	۶۷.۲
	بالا	۲	۲.۵	۱۷	۷.۳	۲۹	۴۲.۰	۴۸	۱۲.۵
جمع	—	۸۱	۱۰۰	۲۳۴	۱۰۰	۶۹	۱۰۰	۳۸۴	۱۰۰
مدارای سیاسی	پایین	۶	۷.۴	۵۳	۲۲.۶	۱۲	۱۷.۴	۷۱	۱۸.۵
	متوسط	۷۳	۹۰.۱	۱۱۰	۴۷.۰	۱۶	۲۳.۲	۱۹۹	۵۱.۸
	بالا	۲	۲.۵	۷۱	۳۰.۳	۴۱	۵۹.۴	۱۱۴	۲۹.۷
جمع	—	۸۱	۱۰۰	۲۳۴	۱۰۰	۶۹	۱۰۰	۳۸۴	۱۰۰
مدارای اجتماعی کلی	پایین	۴۹	۶۰.۵	۶۶	۲۸.۲	۵	۷.۲	۱۲۰	۳۱.۲
	متوسط	۳۰	۳۷.۰	۱۵۳	۶۵.۴	۲۶	۳۷.۷	۲۰۹	۵۴.۴
	بالا	۲	۲.۵	۱۵	۶.۴	۳۸	۵۵.۱	۵۵	۱۴.۳
جمع	—	۸۱	۱۰۰	۲۳۴	۱۰۰	۶۹	۱۰۰	۳۸۴	۱۰۰

نتایج توصیفی جدول ۲ نشان می‌دهد که در تمامی ابعاد مدارای اجتماعی، با افزایش سطح توسعه گردشگری، نسبت افراد دارای مدارای بالا نیز بیشتر می‌شود. در بعد مدارای هویتی، اکثریت پاسخگویان با سطح بالای توسعه گردشگری (۸۲.۶ درصد) مدارای هویتی بالایی را نشان داده‌اند، در حالی که در سطح پایین توسعه گردشگری، این میزان تنها ۲۱ درصد بوده است. در بعد مدارای عقیدتی، ۵۸ درصد از افرادی که توسعه گردشگری را بالا ارزیابی کرده‌اند، در سطح بالای مدارای عقیدتی قرار دارند. در مورد مدارای رفتاری نیز، گرچه رابطه مثبت مشاهده می‌شود، اما شدت آن کمتر است و تنها ۴۲ درصد از پاسخگویان با توسعه گردشگری بالا، مدارای رفتاری بالایی دارند. در بعد مدارای سیاسی، ۵۹.۴ درصد از پاسخگویان در سطح بالای توسعه گردشگری دارای مدارای سیاسی بالا بوده‌اند. نهایتاً، در شاخص کلی مدارای اجتماعی، روندی صعودی مشاهده می‌شود؛ به طوری که ۵۵.۱ درصد از افراد با سطح بالای توسعه گردشگری، مدارای اجتماعی بالایی دارند، در حالی که در میان افرادی با سطح پایین توسعه گردشگری، تنها ۷.۲ درصد به این سطح از مدارا رسیده‌اند. این نتایج مؤید آن است که توسعه گردشگری نقش قابل توجهی در تقویت مؤلفه‌های مختلف مدارا در جامعه میزبان دارد.

جدول ۳. آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) برای مقایسه میانگین ابعاد مدارای اجتماعی بر اساس توسعه گردشگری

شاخص اجتماعی	مدارای	منبع تغییرات	مجموع مربعات (Sum of Squares)	درجه آزادی (df)	میانگین مربعات (Mean Square)	مقدار F	سطح معناداری (Sig.)
مدارای هویتی	بین گروهی	بین گروهی	۱۹.۹۷۵	۲	۹.۹۸۷	۳۵.۴۱۷	۰.۰۰۰
	درون گروهی	درون گروهی	۱۰۷.۴۳۹	۳۸۱	۰.۲۸۲	—	—
	کل	کل	۱۲۷.۴۱۴	۳۸۳	—	—	—
مدارای عقیدتی	بین گروهی	بین گروهی	۲۳.۸۲۳	۲	۱۱.۹۱۱	۳۷.۱۴۵	۰.۰۰۰
	درون گروهی	درون گروهی	۱۲۲.۱۷۷	۳۸۱	۰.۳۲۱	—	—
	کل	کل	۱۴۶.۰۰۰	۳۸۳	—	—	—
مدارای رفتاری	بین گروهی	بین گروهی	۱۴.۵۵۸	۲	۷.۲۷۹	۲۵.۴۲۰	۰.۰۰۰
	درون گروهی	درون گروهی	۱۰۹.۰۹۸	۳۸۱	۰.۲۸۶	—	—
	کل	کل	۱۲۳.۶۵۶	۳۸۳	—	—	—
مدارای سیاسی	بین گروهی	بین گروهی	۸.۹۵۵	۲	۴.۴۷۸	۹.۹۶۳	۰.۰۰۰
	درون گروهی	درون گروهی	۱۷۱.۲۲۹	۳۸۱	۰.۴۴۹	—	—
	کل	کل	۱۸۰.۱۸۵	۳۸۳	—	—	—
مدارای اجتماعی کلی	بین گروهی	بین گروهی	۴۳.۱۶۷	۲	۲۱.۵۸۳	۶۸.۰۵۷	۰.۰۰۰
	درون گروهی	درون گروهی	۱۲۰.۸۳۰	۳۸۱	۰.۳۱۷	—	—
	کل	کل	۱۶۳.۹۹۷	۳۸۳	—	—	—

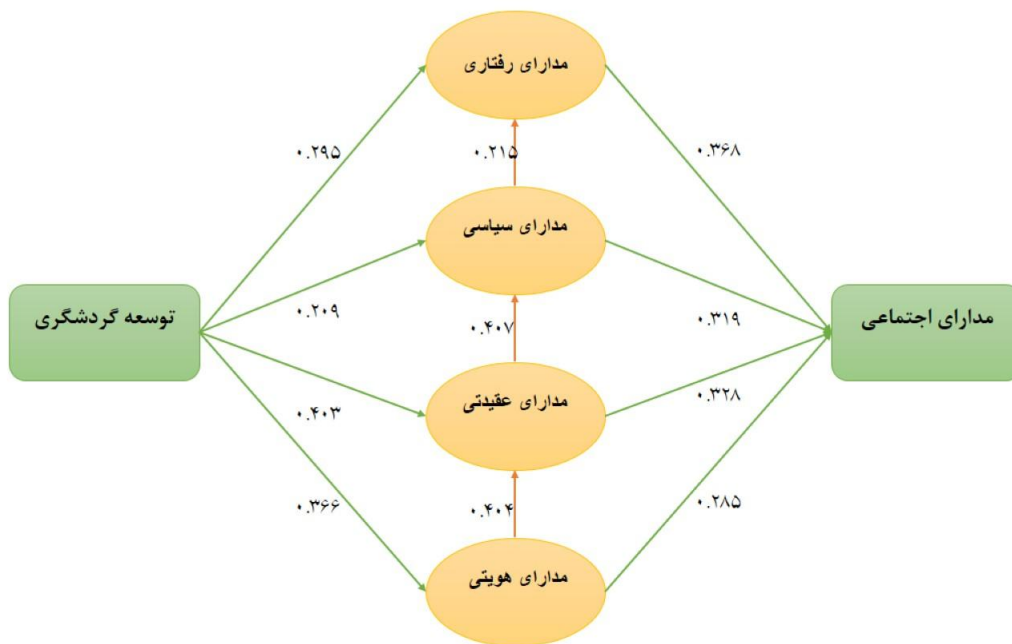
نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) نشان می‌دهد که تفاوت میانگین‌ها در تمامی ابعاد مدارای اجتماعی بر اساس سطوح مختلف توسعه گردشگری از نظر آماری معنادار است ($\text{Sig.} < ۰.۰۵$). بالاترین مقدار آماره F مربوط به شاخص مدارای اجتماعی کلی ($F=۶۸.۰۵۷$) است که نشان‌دهنده قوی‌ترین اثر توسعه گردشگری بر مدارا در سطح کلان می‌باشد. پس از آن، مدارای عقیدتی ($F=۳۷.۱۴۵$) و مدارای هویتی ($F=۳۵.۴۱۷$) بیشترین تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری نشان می‌دهند. در مقابل، مدارای رفتاری ($F=۲۵.۴۲۰$) و مدارای سیاسی ($F=۹.۹۶۳$) هرچند معنادار هستند، اما از شدت اثر کمتری برخوردارند. به‌طور کلی، این نتایج نشان می‌دهد که توسعه گردشگری به‌طور مؤثر موجب افزایش مدارای اجتماعی در ابعاد مختلف آن می‌شود و بیشترین اثر را از مسیر تقویت مدارای هویتی و عقیدتی بر جای می‌گذارد.

جدول ۴. میزان تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (مدارای اجتماعی)

متغیرها	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کل
توسعه گردشگری	—	۰.۴۳۴	۰.۴۳۴
مدارای هویتی	۰.۲۸۵	۰.۱۹۸	۰.۴۸۳
مدارای عقیدتی	۰.۳۲۸	۰.۱۹۱	۰.۵۱۹
مدارای رفتاری	۰.۳۶۸	—	۰.۳۶۸
مدارای سیاسی	۰.۳۱۹	۰.۰۷۹	۰.۳۹۸

نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که توسعه گردشگری از طریق مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم بر مدارای اجتماعی و ابعاد میانجی آن اثرگذار است. مطابق جدول، تأثیر کلی توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی برابر با ۰.۴۳۴ است که به‌صورت کاملاً غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی منتقل می‌شود. در میان ابعاد چهارگانه مدارا، بیشترین اثر کل مربوط به مدارای عقیدتی با ضریب ۰.۵۱۹ است که شامل تأثیر مستقیم

۰.۳۲۸ و تأثیر غیرمستقیم ۰.۱۹۱ می‌شود. پس از آن، مدارای هویتی با اثر کل ۰.۴۸۳ قرار دارد که نشان‌دهنده نقش اساسی آن در پیوند میان توسعه گردشگری و مدارای اجتماعی است. مدارای رفتاری تنها دارای اثر مستقیم (۰.۳۶۸) بوده و تأثیر غیرمستقیم در آن مشاهده نشده است، در حالی که مدارای سیاسی دارای اثر ترکیبی است (مستقیم ۰.۳۱۹ و غیرمستقیم ۰.۰۷۹) که اثر کل آن به ۰.۳۹۸ می‌رسد. به‌طور کلی، نتایج مدل مسیر حاکی از آن است که توسعه گردشگری به‌طور غیرمستقیم از طریق افزایش مدارای هویتی و عقیدتی، بیشترین نقش را در ارتقای مدارای اجتماعی در جامعه میزبان ایفا می‌کند. این یافته‌ها بیانگر آن است که فرآیند تعاملات فرهنگی و مواجهه بین‌فرهنگی ناشی از گردشگری، ابتدا باعث تغییر نگرش‌های هویتی و عقیدتی افراد می‌شود و سپس این تغییرات در سطوح رفتاری و سیاسی نیز بروز می‌یابد. بنابراین، مسیر اصلی اثرگذاری توسعه گردشگری بر مدارای اجتماعی از کانال تقویت بعد شناختی و نگرشی مدارا (هویتی و عقیدتی) عبور می‌کند و این دو بُعد نقشی کلیدی در ایجاد همزیستی فرهنگی و افزایش تساهل اجتماعی دارند.



شکل ۱. مدل تجربی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که توسعه گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر مدارای اجتماعی و ابعاد چهارگانه آن شامل مدارای هویتی، عقیدتی، رفتاری و سیاسی دارد. این یافته‌ها بیانگر آن است که با افزایش سطح توسعه گردشگری در جامعه میزبان، میزان پذیرش تفاوت‌های فرهنگی، دینی، رفتاری و سیاسی نیز افزایش می‌یابد. به‌عبارت دیگر، هرچه جامعه‌ای بیشتر در معرض تعاملات فرهنگی ناشی از گردشگری قرار گیرد، تمایل بیشتری برای پذیرش و احترام به تفاوت‌ها از خود نشان می‌دهد. چنین رابطه‌ای تأییدکننده این فرض نظری است که گردشگری به‌عنوان یک بستر فرهنگی، موجب تقویت سرمایه اجتماعی و ایجاد فضای مدارا در میان افراد جامعه می‌شود (Hjerm et al., 2019; Verkuyten et al., 2019).

نتایج تحلیل مسیر در این مطالعه نشان داد که توسعه گردشگری از طریق اثر غیرمستقیم خود و به‌واسطه متغیرهای میانجی مدارای هویتی و عقیدتی، تأثیر معنی‌داری بر مدارای اجتماعی دارد. یافته‌ها مشخص کردند که بیشترین اثر کل مربوط به مدارای عقیدتی (۰.۵۱۹) و پس از آن مدارای هویتی (۰.۴۸۳) بوده است. این موضوع نشان می‌دهد که تجربه تعامل فرهنگی در قالب گردشگری بیش از همه باعث تقویت بعد

شناختی و نگرشی مدارا می‌شود؛ به این معنا که مردم در مواجهه با گردشگران، ابتدا در سطح باور و هویت فرهنگی دچار تحول می‌شوند و در نتیجه، نگرش آن‌ها نسبت به تفاوت‌های اجتماعی بازر می‌گردد. این نتیجه با پژوهش (Hjerm et al., 2019) همخوان است که نشان داد تعامل بین گروهی در جوامع چندفرهنگی موجب افزایش احترام، پذیرش و درک تفاوت‌ها می‌شود. همچنین یافته‌های (Verkuyten et al., 2019) تأکید دارد که شکل‌گیری مدارا در جوامع متنوع فرهنگی، زمانی پایدار است که افراد نه تنها تفاوت‌ها را تحمل کنند بلکه آن‌ها را ارزشمند بدانند.

در بعد مدارای هویتی، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که توسعه گردشگری بیشترین اثر را بر این شاخص دارد. در مناطق گردشگرپذیر، به‌ویژه در جوامعی که گردشگران از فرهنگ‌های مختلف حضور دارند، ساکنان محلی بیش از پیش در معرض مواجهه با الگوهای متنوع فرهنگی قرار می‌گیرند و این امر در گذر زمان موجب کاهش پیش‌داوری‌ها و افزایش احساس هم‌پذیری فرهنگی می‌شود. این یافته با پژوهش (Schirmer et al., 2012) هم‌راستا است که بیان می‌کند تماس بین فرهنگی مداوم، سطح احترام متقابل و پذیرش تفاوت‌های قومی را ارتقا می‌دهد. همچنین، پژوهش (Biyati et al., 2018) در بافت شهری تهران نشان داد که تقویت روابط اجتماعی بین گروه‌های فرهنگی مختلف، سطح مدارای هویتی را افزایش داده و تعارضات اجتماعی را کاهش می‌دهد. در همین راستا، مطالعه (Afra, 2022) تأکید دارد که در جوامع فردگرا نیز می‌توان از طریق توسعه تعاملات اجتماعی مبتنی بر گردشگری، سطح مدارا و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی را تقویت کرد.

در مورد مدارای عقیدتی نیز نتایج این پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری از طریق افزایش آگاهی فرهنگی و ارتباطات انسانی، به تغییر نگرش افراد نسبت به باورهای دینی و فکری دیگران منجر می‌شود. به عبارتی، تعامل با گردشگران دارای دیدگاه‌های دینی و فرهنگی متفاوت، موجب افزایش انعطاف فکری و کاهش تعصب مذهبی در جامعه میزبان می‌شود. این یافته با نتیجه پژوهش (Fattahali, 1999) هماهنگ است که مدارا را نه صرفاً یک ویژگی اخلاقی، بلکه یک ضرورت اجتماعی برای زیست مسالمت‌آمیز در جوامع چندباور معرفی می‌کند. از سوی دیگر، (Kirchner et al., 2011) نیز معتقد است که وجود نهادهای سیاسی باز و فضای آزاد گفت‌وگو، بستر رشد مدارای عقیدتی را فراهم می‌کند؛ امری که می‌تواند از طریق سیاست‌گذاری‌های گردشگری جامعه‌محور نیز تقویت شود.

در زمینه مدارای رفتاری، یافته‌های تحقیق نشان داد که اگرچه تأثیر توسعه گردشگری مثبت و معنادار است، اما شدت آن نسبت به ابعاد هویتی و عقیدتی کمتر می‌باشد. علت این امر را می‌توان در ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران جستجو کرد که در آن رفتارهای اجتماعی به شدت با هنجارهای فرهنگی پیوند خورده است. در نتیجه، تغییر در الگوهای رفتاری در مواجهه با گردشگران ممکن است با نوعی مقاومت فرهنگی همراه باشد. با این حال، یافته‌های (Shabanpour et al., 2024) در بندرانزلی نشان می‌دهد که افزایش ارتباط گردشگران و ساکنان محلی باعث رشد سرمایه اجتماعی و بهبود رفتارهای تعاملی در جامعه میزبان می‌شود. همچنین مطالعه (Shia & Sadeghi, 2024) تأکید دارد که توسعه پایدار گردشگری، به‌ویژه با استفاده از فناوری‌های دیجیتال، می‌تواند موجب تغییر مثبت در رفتارهای اجتماعی و کاهش تعارضات فرهنگی شود.

در بعد مدارای سیاسی نیز نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن بود که توسعه گردشگری تأثیر مثبت اما نسبتاً ضعیف‌تری دارد. این یافته نشان می‌دهد که هرچند گردشگری می‌تواند به صورت غیرمستقیم بر نگرش‌های سیاسی افراد تأثیر بگذارد، اما این تأثیر در جوامعی که ساختار سیاسی نسبتاً بسته‌تری دارند، کمتر آشکار می‌شود. یافته‌های (Kirchner et al., 2011) و (Verkuyten et al., 2019) نیز این موضوع را تأیید می‌کنند که باز بودن ساختارهای سیاسی و وجود گفت‌وگوی آزاد از پیش‌شرط‌های اصلی رشد مدارای سیاسی است. بنابراین، در جامعه‌ای که سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و گردشگری آن همسو با اصول آزادی اجتماعی و احترام به تنوع باشد، تأثیر گردشگری بر مدارای سیاسی نیز افزایش می‌یابد.

تحلیل کلی یافته‌ها نشان داد که گردشگری از طریق ایجاد تعامل اجتماعی، انتقال فرهنگی و شکل‌دهی به تجربه‌های بین‌فرهنگی، نقشی میانجی در تقویت مدارا دارد. این نتیجه همسو با دیدگاه (Unesco, 1995) است که مدارا را اساس همزیستی مسالمت‌آمیز و توسعه پایدار

معرفی می‌کند. همچنین، مطابق با یافته‌های (Yanan et al., 2024)، گردشگری روستایی و بومی نیز می‌تواند عامل مهمی در توسعه پایدار فرهنگی باشد، زیرا موجب ارتقای آگاهی و تقویت روابط انسانی میان ساکنان و گردشگران می‌شود. پژوهش (Zhong & Chan, 2024) نیز تأکید دارد که کشورهای در حال توسعه در صورتی می‌توانند از ظرفیت گردشگری برای ارتقای مدارا بهره‌مند شوند که چارچوبی پایدار و انسانی برای مدیریت آن طراحی کنند.

علاوه بر آن، یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعات (Ünal, 2024) و (Biak-Wolf, 2025) نیز سازگار است که بر نقش فناوری‌های نوین و دیجیتالی‌شدن در تقویت گردشگری پایدار و افزایش تعاملات بین‌فرهنگی تأکید دارند. در واقع، گردشگری دیجیتال و تجربه‌های آنلاین تعامل فرهنگی، حتی بدون حضور فیزیکی، می‌تواند موجب افزایش شناخت بین فرهنگی و در نتیجه ارتقای سطح مدارا در جوامع مختلف شود. از سوی دیگر، پژوهش (Papli Yazdi & Saqai, 2011) نشان می‌دهد که گردشگری زمانی می‌تواند منجر به توسعه اجتماعی شود که جامعه میزبان از آمادگی فرهنگی لازم برخوردار باشد و ارزش‌های بومی در فرایند توسعه حفظ شوند. در این چارچوب، (Lea, 1988) و (Telfer, 2008) هشدار می‌دهند که بی‌توجهی به ظرفیت فرهنگی جامعه میزبان ممکن است منجر به آسیب‌های فرهنگی و کاهش انسجام اجتماعی شود. بنابراین، برای تحقق اثرات مثبت گردشگری بر مدارای اجتماعی، لازم است که سیاست‌گذاری‌ها به‌گونه‌ای طراحی شوند که همزمان با توسعه اقتصادی، بر حفظ تعادل فرهنگی و اجتماعی نیز تمرکز داشته باشند.

در جمع‌بندی، می‌توان گفت یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه گردشگری به‌ویژه از مسیر تقویت مدارای هویتی و عقیدتی، موجب ارتقای مدارای اجتماعی در جامعه میزبان می‌شود. با این حال، ابعاد رفتاری و سیاسی همچنان به مداخله‌های فرهنگی و آموزشی بیشتری نیاز دارند تا تأثیر گردشگری در آن‌ها تثبیت شود. این نتیجه با دیدگاه (Biyati et al., 2018) و (Afra, 2022) همخوان است که بر ضرورت سیاست‌های فرهنگی و آموزشی در کنار توسعه گردشگری تأکید دارند. به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه مؤید آن است که گردشگری می‌تواند نقش مهمی در تقویت فرهنگ مدارا و کاهش تنش‌های اجتماعی ایفا کند، مشروط بر آنکه با رویکردی جامعه‌محور، آگاهانه و فرهنگی برنامه‌ریزی شود.

این پژوهش، با وجود نتایج قابل توجه، دارای چند محدودیت است. نخست آنکه مطالعه حاضر به‌صورت مقطعی انجام شده است و بنابراین توانایی تبیین تغییرات بلندمدت در روابط میان گردشگری و مدارای اجتماعی را ندارد. دوم، داده‌ها بر اساس پاسخ‌های خوداظهاری گردآوری شده‌اند و ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های پاسخ‌دهندگان یا ملاحظات فرهنگی قرار گرفته باشند. سوم، پژوهش صرفاً در استان مازندران انجام شده و تعمیم نتایج آن به سایر مناطق کشور نیازمند احتیاط است. افزون بر این، پژوهش حاضر تأثیر سایر عوامل اجتماعی مانند رسانه‌های دیجیتال، آموزش عمومی و سیاست‌های فرهنگی را به‌طور جداگانه بررسی نکرده است که می‌تواند بر سطح مدارا اثرگذار باشد.

پژوهش‌های آینده می‌توانند با استفاده از طرح‌های طولی، تغییرات مدارای اجتماعی در اثر توسعه گردشگری را در بازه‌های زمانی مختلف بررسی کنند. همچنین، مقایسه میان استان‌های مختلف ایران یا میان کشورهای منطقه می‌تواند به شناخت بهتر از تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری در این زمینه کمک نماید. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده نقش میانجی متغیرهایی مانند سرمایه اجتماعی، آموزش فرهنگی و تجربه زیسته گردشگران نیز بررسی گردد. به‌علاوه، پژوهش‌های کیفی مبتنی بر مصاحبه‌های عمیق با ساکنان محلی و گردشگران می‌تواند درک عمیق‌تری از فرآیندهای روان‌شناختی و اجتماعی مرتبط با مدارا ارائه دهد.

در سطح اجرایی، نتایج این پژوهش می‌تواند راهنمایی برای نهادهای متولی گردشگری و سیاست‌گذاران فرهنگی باشد تا برنامه‌های توسعه گردشگری را با محوریت ارتقای مدارای اجتماعی طراحی کنند. لازم است آموزش‌های فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی برای کارکنان صنعت گردشگری و جوامع میزبان در دستور کار قرار گیرد. برگزاری جشنواره‌های فرهنگی، تبادلات میان‌استانی، و ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال تعامل فرهنگی میان گردشگران و میزبانان، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به تقویت مدارای اجتماعی و پایداری فرهنگی در جامعه کمک کند.

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

Extended Abstract

Introduction

Tourism has become one of the most influential global industries in recent decades, affecting not only economic development but also cultural and social structures within host communities (Lea, 1988; Telfer, 2008). Particularly in developing countries, tourism development is increasingly recognized as a tool for strengthening social cohesion, promoting cross-cultural understanding, and enhancing community-level tolerance (Afra, 2022; Papli Yazdi & Saqai, 2011). According to UNESCO's *Declaration of Principles on Tolerance*, tolerance represents a cornerstone of peaceful coexistence and sustainable development, requiring individuals and societies to appreciate diversity and respect the beliefs, customs, and lifestyles of others (Unesco, 1995).

Social tolerance, as a sociological construct, refers to the capacity of individuals or groups to accept differences across identity, belief, behavior, and politics (Fattahali, 1999). Previous research emphasizes that tolerance is not merely passive endurance but an active engagement that fosters acceptance, respect, and appreciation of differences (Hjerm et al., 2019; Verkuyten et al., 2019). Studies show that exposure to cultural diversity through tourism interactions often results in reduced prejudice and increased empathy among host communities (Biyati et al., 2018; Schirmer et al., 2012). As tourism facilitates regular interpersonal and intercultural contact, it can serve as a catalyst for expanding the social and moral boundaries of acceptance (Verkuyten et al., 2019).

Tourism development has been widely discussed in the context of sustainability, which encompasses not only economic and environmental but also sociocultural dimensions (Shia & Sadeghi, 2024; Zhong & Chan, 2024). Sustainable tourism seeks to balance economic growth with cultural preservation and social equity, encouraging local communities to engage in inclusive, participatory processes. This form of tourism development strengthens community resilience, fosters intergroup dialogue, and enhances collective tolerance (Yanan et al., 2024). In Iran, especially in northern provinces such as Mazandaran, tourism has expanded rapidly over the past two decades, leading to increased interaction between local residents and visitors from

diverse cultural and religious backgrounds (Shabanpour et al., 2024). While such interactions occasionally provoke cultural tensions, they more often contribute to greater mutual understanding, cultural exchange, and the development of social tolerance (Afra, 2022; Biyati et al., 2018).

The theoretical foundation of this study builds upon multidimensional models of tolerance, which include identity tolerance (acceptance of ethnic, cultural, and gender differences), ideological tolerance (respect for divergent beliefs and values), behavioral tolerance (acceptance of different social norms and behaviors), and political tolerance (acknowledgment of plural political opinions) (Hjerm et al., 2019; Kirchner et al., 2011). These dimensions together constitute social tolerance, a crucial indicator of civic maturity and democratic culture. The study assumes that tourism, by providing structured opportunities for intergroup contact, can enhance all four dimensions of tolerance within host communities (Verkuyten et al., 2019).

However, the effect of tourism on tolerance is not universally positive. Several studies have warned that unregulated or culturally insensitive tourism can cause cultural alienation, social polarization, and the erosion of local identity (Lea, 1988; Telfer, 2008). To prevent these outcomes, scholars advocate for community-based tourism that empowers local populations and integrates their cultural values into tourism planning (Shabanpour et al., 2024; Ünal, 2024). Furthermore, the rise of digital and medical tourism has expanded the scope of cultural interaction beyond traditional geographical limits, highlighting the need for adaptive frameworks that incorporate technology in fostering cross-cultural understanding (Bialk-Wolf, 2025; Zhong & Chan, 2024).

In this context, the present study investigates the impact of tourism development on social tolerance and its four dimensions—identity, ideological, behavioral, and political—among residents of Mazandaran Province, Iran. The study builds upon sociological and intercultural frameworks (Hjerm et al., 2019; Verkuyten et al., 2019) to empirically assess whether tourism functions as a social mechanism that promotes acceptance and coexistence within culturally diverse societies.

Methods and Materials

The research followed an applied, cross-sectional design within the framework of micro-level sociology. Both documentary and survey-based methods were employed. The statistical population included residents of Mazandaran Province aged over 20 years, exceeding 10,000 individuals. Using Cochran's formula, a sample of 384 participants was randomly selected to ensure representativeness.

A researcher-designed questionnaire was developed to measure five main constructs: tourism development, identity tolerance, ideological tolerance, behavioral tolerance, political tolerance, and overall social tolerance. The instrument was validated through expert review (face validity) and pilot testing. Reliability was confirmed with a Cronbach's alpha coefficient of 0.709, indicating acceptable internal consistency.

Data collection involved in-person distribution of questionnaires across multiple urban and rural areas of Mazandaran. The data were coded and analyzed using SPSS software. Descriptive statistics were used to summarize demographic variables, while inferential tests such as chi-square, gamma correlation, one-way ANOVA, and path analysis were employed to test hypotheses and evaluate causal relationships.

Findings

Descriptive results revealed that the majority of participants demonstrated moderate to high levels of tolerance across most dimensions. Specifically, 58.1% of respondents showed high identity tolerance, 60.4% reported moderate ideological tolerance, 67.2% exhibited moderate behavioral tolerance, and 51.8% reflected moderate political tolerance. Regarding overall social tolerance, 54.4% of participants fell within the moderate category, while 14.3% showed high tolerance levels. For the tourism development index, 60.9% of respondents perceived tourism in their region as moderately developed.

The inferential analysis confirmed significant positive relationships between tourism development and all dimensions of social tolerance. ANOVA results revealed that differences among mean scores of tolerance

across tourism development levels were statistically significant ($p < 0.05$). The highest F-value was observed for overall social tolerance ($F = 68.057$, $p = 0.000$), followed by ideological tolerance ($F = 37.145$) and identity tolerance ($F = 35.417$), indicating stronger effects of tourism development on cognitive and attitudinal aspects of tolerance.

Path analysis further clarified the nature of these relationships. Tourism development exerted an indirect total effect of 0.434 on social tolerance through mediating variables. Identity tolerance had a total effect of 0.483 (direct = 0.285; indirect = 0.198), and ideological tolerance exhibited the strongest total effect of 0.519 (direct = 0.328; indirect = 0.191). Behavioral tolerance had a direct effect of 0.368, and political tolerance had a total effect of 0.398 (direct = 0.319; indirect = 0.079). These results collectively indicate that tourism development influences social tolerance primarily through its impact on identity and ideological dimensions.

Discussion and Conclusion

The findings of this study confirm that tourism development significantly enhances social tolerance within host communities, particularly by strengthening identity and ideological openness. Increased exposure to diverse groups through tourism interactions encourages residents to adopt broader perspectives and reduces cultural rigidity. These findings support theoretical claims that structured intergroup contact leads to greater acceptance, respect, and appreciation of diversity.

The results further suggest that identity tolerance plays a pivotal mediating role. In culturally diverse regions, direct engagement with tourists facilitates the deconstruction of stereotypes and fosters empathy toward people with differing lifestyles and ethnic backgrounds. Ideological tolerance also emerged as a key outcome of tourism exposure, indicating that contact with visitors of different religious or moral beliefs broadens intellectual flexibility and reduces dogmatic tendencies.

The relatively lower but still positive effects of tourism on behavioral and political tolerance reveal that changes in observable social behaviors and political attitudes are slower and more complex. Behavioral tolerance is often constrained by cultural norms and traditional social expectations, while political tolerance may be influenced by structural and institutional limitations within the political system. Nonetheless, both dimensions benefit indirectly from the cognitive and attitudinal changes that tourism promotes.

From a broader sociological perspective, tourism functions as a platform for cultural learning and social exchange. It facilitates the transition from mere coexistence to genuine intercultural dialogue, encouraging mutual understanding and peaceful interaction among groups. In this sense, tourism development contributes not only to economic progress but also to the cultivation of civic virtues such as respect, openness, and cooperation—core components of social capital.

The results align with international studies emphasizing the social dimension of sustainable tourism. They suggest that tourism policies should prioritize cultural literacy, local participation, and education to ensure that the benefits of tourism extend beyond material prosperity to encompass social cohesion. When managed responsibly, tourism becomes a tool for strengthening collective identity and promoting the universal values of tolerance and coexistence.

Ultimately, this study concludes that tourism development in Mazandaran Province has a significant and positive influence on the enhancement of social tolerance across multiple dimensions. However, maximizing these effects requires an inclusive and culturally sensitive approach to tourism planning—one that integrates local traditions, fosters dialogue, and empowers communities to shape their own social futures. By doing so, tourism can transcend its economic boundaries and serve as a meaningful pathway toward cultural understanding, social peace, and sustainable human development.

References

- Afra, H. (2022). Social Tolerance in an Individualistic Society. Islamic-Iranian Governance Conference, <https://civilica.com>
- Białk-Wolf, A. (2025). Developments in the medical tourism market in Poland from the perspective of international factors. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. <https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2025-0020>
- Biyati, P., Jahān-bakhsh, A., & Bāhiyān, S. (2018). A Sociological Analysis of the Challenges and Opportunities Related to Social Tolerance in Tehran. *Religious Culture Approach*, 1(3), 166-179. <https://www.ensani.ir>
- Fattahali, M. (1999). *Moral, Political, and Religious Tolerance*. Taha Cultural Institute.
- Hjerm, M., Eger, M. A., Bohman, A., & Connolly, F. F. (2019). A new approach to the study of tolerance: Conceptualizing and measuring acceptance, respect, and appreciation of difference. *Social Indicators Research*, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02176-y>
- Hosseini Zadeh, A. H., Mahmoudi, Z., & Mombini, I. (2013). Examining Some Factors Affecting Individualistic Actions. *Contemporary Sociological Research (Scientific-Research)*, 2(3), 37-52.
- Kirchner, A., Freitag, M., & Rapp, C. (2011). Crafting tolerance: The role of political institutions in a comparative perspective. *European Political Science Review*, 3(2), 201-227. <https://doi.org/10.1017/S175577391000041X>
- Lea, J. (1988). *Tourism and development in the Third World*. Routledge.
- Papli Yazdi, M., & Saqai, M. (2011). *Tourism: Nature and Concepts*. Samt Publishing.
- Schirmer, W., Weidenstedt, L., & Reich, W. (2012). From tolerance to respect in inter-ethnic contexts. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(7), 1049-1065. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2012.681448>
- Shabanpour, F., Tabrizi, N., & Ramazanzadeh Lasboei, M. (2024). The Role of Coastal Tourism in Community-Based Development (Case Study: Bandar Anzali). *Urban Structure and Function Studies*. https://shahr.journals.umz.ac.ir/article_5334.html?lang=en
- Shia, H. A., & Sadeghi, S. K. (2024). Sustainable Tourism Development in Mountainous and Forested Areas Using Digital Technologies (Case Study: Tabriz). *Tourism Marketing and Hospitality Research*.
- Telfer, D. J. (2008). *Tourism and development in the developing world*. Routledge. Internet Archive
- Ünal, G. (2024). The Relationship Between Regional Development and Digital Nomadism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(3), 375-378. <https://doi.org/10.1108/whatt-03-2024-0056>
- Unesco. (1995). *Declaration of principles on tolerance*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151830>
- Verkuyten, M., Yogeeswaran, K., & Adelman, L. (2019). Intergroup toleration and its implications for culturally diverse societies. *Social Issues and Policy Review*, 13(1), 5-35. <https://doi.org/10.1111/sipr.12051>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, 10(4), e25627. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25627>
- Zhong, Q., & Chan, W. (2024). Developing sustainable medical tourism: a framework for developing countries. *Journal of Sustainable Tourism Development*.