

مقاله علمی

مطالعه مردم‌نگارانه نقش اقامتگاه بوم‌گردی در پویایی‌های

خانواده

سعیده سعیدی^۱

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۸، تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۱۰/۰۷)

چکیده

اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از مهمترین بسترهای عملیاتی شدن گردشگری قومی است که در سال‌های اخیر گسترش یافته است. گسترش گردشگری خلاق که جامعه‌محور و تجربه‌گرا است، منجر به افزایش اهمیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در صنعت گردشگری شده است. به نظر می‌رسد افزایش بی‌رویه مجوزهای اقامتگاهی که غالباً بدون پشتوانه مطالعات اجتماعی-فرهنگی بوده و با نگاهی سودمحورانه صرفاً بر ابعاد اقتصادی تأکید داشته است، نیازمند بازاندیشی انتقادی است. با توجه به اینکه ارتباط مستقیم و سترگی میان این صنعت و زندگی خانوادگی وجود دارد، ارزیابی نقاط قوت و ضعف این رشد کمی ضروری به نظر می‌رسد. این پژوهش مردم‌نگارانه با نگاهی به جنسیت، به دنبال پاسخگویی به این دو پرسش است: ۱- فرهنگ بوم‌گردی چیست؟ ۲- از سوی دیگر اقامتگاه بوم‌گردی چه تأثیراتی بر نهاد خانواده می‌گذارد؟ میدان مورد پژوهش، استان گیلان است که یکی از مهمترین مقاصد گردشگری با گنجینه‌ای غنی از میراث ملموس و ناملموس است. برای گردآوری داده‌ها علاوه بر بررسی‌های کتابخانه‌ای و اسنادی از فنون مرسوم مردم‌نگاری همچون مشاهده همراه با مشارکت و مصاحبه تعاملی و عمیق با مدیران ۷۴ اقامتگاه بوم‌گردی استان گیلان استفاده شده است. همچنین به منظور تدقیق یافته‌ها ۱۱ مصاحبه متخصص با مسئولان نهادهای ذیربط انجام شده است. **کلیدواژه‌ها:** فرهنگ بوم‌گردی، زنان، فولکلور، گیلان، مردم‌نگاری، پویایی‌های خانواده

۱ استادیار مردم‌شناسی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران
saidi.university@gmail.com

مقدمه

گردشگری قومی^۱ طبق تعریف، سفری تجربه‌محور است که با هدف مشاهده و شناخت فرهنگ، آداب و رسوم و آیین و مناسک اقوام صورت می‌گیرد و یکی از مهمترین بسترهای توسعه پایدار روستایی - عشایری^۲ است. گردشگری قومی نه تنها در ایران بلکه در جهان هم در دو دهه اخیر مورد توجه بسیاری قرار گرفته است که به نوعی جلوه‌ای از بازگشت انسان خسته از مدرنیته شهری به اصالت^۳ است (Ypeij & Wilson, 2012: 9).

ایران دارای جاذبه‌های متنوع فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی است و ظرفیت فراوانی در حوزه گردشگری قومی دارد. نکته اساسی در گردشگری قومی یا فرهنگی این است که جاذبه‌های طبیعی تنها دلیل سفر افراد نبوده است و آشنایی با فرهنگ و آداب و رسوم از مهمترین انگیزه‌های سفر قلمداد می‌گردد.

اقامتگاه بوم‌گردی یا اکولوژ یکی از مهمترین بسترهای عملیاتی شدن گردشگری قومی است که در سال‌های اخیر با گسترش گردشگری خلاق، جامعه‌محور و تجربه‌گرا مورد اقبال جامعه و نهادهای سیاست‌گذار قرار گرفته است. مسافران بوم‌گردی ترجیح می‌دهند سفرهایی را تجربه کنند که ضمن نزدیک شدن به طبیعت امکان آشنا شدن با فرهنگ بومی منطقه را فراهم کند. اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از مهمترین پلتفرم‌های اکوتوریسم، ظرفیت بسیاری در حفظ، حراست و ترویج آداب و رسوم و فرهنگ بومی دارد. این سازه از یک سو مستلزم رعایت استانداردهای محیط زیستی است و از سوی دیگر به منظور آشنایی با سبک زندگی جامعه بومی^۴ بر مبنای تعامل مستقیم و نزدیک میزبان و مهمان صورت‌بندی می‌شود و در نتیجه بستر مهمی در توسعه پایدار روستا است. زمانی که مشارکت جامعه محلی تقویت شود و ذی‌نفع و ذی‌حق یکی شوند، توسعه پایدار شکل می‌گیرد و موجب پایدار شدن صنعت گردشگری می‌گردد. به لحاظ ملاحظات مردم‌شناسانه، این پلتفرم ظرفیت خوبی در بازنمایی فولکلور منطقه دارد و قابلیت بسیاری نیز در

1 ethnic tourism

۲ در سال‌های اخیر برنامه‌هایی در راستای بازنمایی زندگی عشایری به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری صورت گرفته است که به توسعه اکوکمپ‌های عشایری منجر شده است.

3 authenticity

4 indigenous people

نقش‌آفرینی فعال در هر سه حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری دارد. ایده محوری پژوهش این است که افزایش بهره‌وری از سرمایه فرهنگی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، نیازمند افزایش سواد فرهنگی^۱ و شکل‌گیری فرهنگ بوم‌گردی در کشور است.

با توجه به ویژگی‌های خاص اقامتگاه بوم‌گردی یا اکولوژ و مأموریت متفاوت این پلتفرم، تمایزی که به واسطه ارتباط مستقیم مهمان/میزبان یا به زبان تجاری مشتری/کارفرما با سایر پلتفرم‌های گردشگری همچون هتل، هاستل و خانه مسافر به وجود می‌آورد و همچنین به دلیل ماهیت کالبدی و خدماتی این پلتفرم و قرار گرفتن در میان فضای خانه، این صنعت از بیشترین ارتباط مستقیم و غیرمستقیم با نهاد خانواده برخوردار است و زنان نقش محوری در مدیریت و اجرای اهداف این نهاد دارند (سعیدی الف، ۱۳۹۹). این تمایزات صرفاً بوروکراتیک و فنی نیست و از اساس فرهنگی و اجتماعی است و در این نوشتار با عنوان فرهنگ بوم‌گردی صورت‌بندی خواهد شد. شناسایی نقاط متمایزکننده اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از کسب‌وکارهای نوپدید در ایران نیازمند آگاهی فرهنگی با نگاهی حساس به جنسیت^۲ است و فهم تأثیر این شیوه کسب‌وکار بر پویایی‌های نهاد خانواده^۳ روستایی، نقطه عزیمت پژوهش پیش‌رو است.

اقامتگاه بوم‌گردی سازه‌ای طبیعت‌محور با حداقلی از عناصر انسان‌ساز است که به عنوان یکی از مهمترین بسترهای عملیاتی کردن شاخص‌های گردشگری قومی در سال‌های اخیر، توسعه کمی بسیار گسترده‌ای در سطح کشور داشته است، اما به نظر می‌رسد این افزایش بی‌رویه اعطای مجوز اقامتگاهی بدون پشتوانه مطالعاتی اجتماعی-فرهنگی بوده و با نگاهی سودمحورانه صرفاً بر ابعاد اقتصادی تأکید داشته است. هاشمی (۱۳۹۹) در مطالعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان مازندران توسعه کمی اقامتگاه‌های بوم‌گردی را نیازمند رعایت اصول بوم‌گردی، نظارت دقیق و جامع دولت و تشکل‌های صنفی و مؤسسان دانسته است. بی‌شک

۱ هیرش و همکاران (۲۰۰۲) سواد فرهنگی (Cultural literacy) را توانایی و مهارت لازم به منظور فهم و ادراک تاریخ و سنت و پیچیدگی‌های ساختارهای فرهنگی جامعه مورد نظر می‌داند. هر اندازه سواد فرهنگی افراد افزایش یابد به دلیل افزایش همدلی، مدارای اجتماعی در جامعه بیشتر می‌گردد.

2 gender sensitive
3 family dynamism

مطالعه جامع تأثیرات اقامتگاه بوم‌گردی بر نهاد خانواده می‌تواند توسعه کمی اقامتگاه‌های بوم‌گردی را با نتایج کیفی، درازمدت و سازنده‌تری همراه کند. این پژوهش مردم‌نگارانه با نگاهی حساس به جنسیت به دنبال پاسخ به دو پرسش زیر است: ۱. فرهنگ بوم‌گردی^۱ چیست و با توجه به ملاحظات جنسیتی چگونه صورت‌بندی می‌شود؟ ۲. اقامتگاه بوم‌گردی چه تأثیراتی بر نهاد خانواده^۲ می‌گذارد؟

میدان پژوهش استان گیلان است که یکی از مهمترین مقاصد گردشگری قومی با گنجینه‌ای غنی از میراث ملموس و ناملموس^۳ است. همگام با سایر نواحی کشور، روند توسعه کمی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان گیلان نیز به صورتی شتابان در جریان است و با رشدی فزاینده، تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی دارای مجوز در این استان به ۱۲۸ (آبان ۱۴۰۱)^۴ رسیده است.

مطالعات متعددی گردشگری را با لنز جنسیت مورد مطالعه قرار داده‌اند. به صورت خاص در بحث تأثیر گردشگری قومی در بهبود وضعیت زنان روستایی، توان‌افزایی و رفع تبعیض جنسیتی در حوزه بین‌المللی مورد توجه بوده است (Sheikhi, 2015). در ایران نیز ایمنی قشلاق و همکاران (۱۳۹۱) با مطالعه تطبیقی دو روستای کندوان و اسکندان در شهرستان اسکو توسعه گردشگری در روستای کندوان را مهمترین عامل کارآفرینی زنان روستایی دانسته‌اند. یاسوری و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه خود در دهستان گوراب‌پس استان گیلان بر اهمیت نقش ویژگی‌های فردی و انگیزه و پشتکار زنان مورد مطالعه در توسعه کارآفرینی روستایی تأکید کرده‌اند. وثوقی و قاسمی (۱۳۹۳) با مطالعه روستای شیب‌دراز جزیره قشم، توسعه اکوتوریسم را عامل مهمی در توان‌افزایی اجتماعی، اقتصادی و روانی زنان منطقه دانسته‌اند.

۱ در این پژوهش بوم‌گردی در معنای کلی آن مطمع نظر نبوده و تأکید بر اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از ارکان آن بوده است.

۲ با تأکید بر خانواده مدیران اقامتگاه.

۳ براساس ماده ۲ کنوانسیون حراست از میراث ناملموس یونسکو در سال ۲۰۰۳ اصطلاح میراث فرهنگی ناملموس به رسوم، نمایش‌ها، اصطلاحات، دانش، مهارت‌ها و نیز اشیا، مصنوعات دستی و فضاها و فرهنگی مرتبط با آنها اطلاق می‌شود. براساس مصاحبه متخصصان صورت گرفته در این پژوهش براساس آخرین آمار (شهریور ۱۴۰۱) استان گیلان ۹۸ اثر میراث فرهنگی ناملموس در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسانیده است.

۴ مصاحبه متخصصان با کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گیلان (آبان ۱۴۰۱).

آخوندزاده و دهقانلو (۱۳۹۵) هم با مطالعه گردشگری پایدار در اصفهان بر اهمیت نقش صنایع دستی در توان‌افزایی زنان بومی تأکید کرده‌اند. رضانیایی و همکاران (۱۳۹۷) با مطالعه موردی شهر ایلام، توسعه گردشگری را عامل مهمی در افزایش ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، اعتمادبه‌نفس و کاهش تقدیرگرایی در بین زنان دانسته‌اند. در پژوهش بریمانی و همکاران (۱۳۹۵) در میدان میاندرود استان مازندران تفاوت‌های جنسیتی ادراک زنان و مردان در عرصه گردشگری مورد توجه بوده و یافته‌ها نشان داد که دختران درک بیشتری از مؤلفه‌های زیست‌محیطی اکوتوریسم دارند. مطالعات مذکور با نگاهی کلان به گردشگری قومی، به بررسی تأثیر جاذبه‌های مناطق فوق در توسعه گردشگری پرداخته و اغلب این مطالعات در رشته‌های جغرافیا، مطالعات گردشگری و توسعه روستایی انجام شده است. به جز سعیدی (۱۳۹۹ الف؛ ۱۳۹۹ ب) تاکنون پژوهشی مردم‌شناختی و در سطح خرد به مطالعه گردشگری قومی به ویژه با محوریت اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر اساس ملاحظات جنسیتی نپرداخته است و این پژوهش به این دلیل حائز اهمیت است.

حوزه مفهومی و ملاحظات نظری

فهم بهتر پویایی‌های نهاد خانواده در اقامتگاه‌های بوم‌گردی در بستر ملاحظات نظری حوزه جنسیت امکان‌پذیر خواهد بود که در این بخش ارائه خواهد شد. واژه جنس^۱ مربوط به آرایش بیولوژیکی بدن است و شامل اندام‌های جنسی فرد می‌شود. جنسیت به عنوان برساختی اجتماعی^۲ شامل نقش‌های اجتماعی و رفتارهایی است که فرهنگ و جامعه برای هر جنس قائل می‌شود. در فرایند جامعه‌پذیری جنسیتی، افراد جهان اجتماعی و جایگاه خود را از طریق جنسیت درک می‌کنند. انسان از کودکی یاد می‌گیرد که جامعه انتظارات و استانداردهای متفاوتی در قبال دختر بچه و پسر بچه دارد. این انتظارات متفاوت را کدهای جنسیتی^۳ می‌نامند که به معنای مجموعه‌ای منظم از علائم و نشانه‌ها است و ایدئولوژی جنسیتی جامعه از طریق همین کدهای جنسیتی درونی می‌شود. آموزش‌های رسمی و پنهان که از طریق رسانه، زبان، خانواده و

1 sex

2 social construction

3 gender codes

مدرسه به واسطه محتوای کتب درسی یا معلم‌ها به کودکان القاء می‌شود، همگی در شکل‌گیری هویت افراد مؤثرند.

از سوی دیگر جنسیت نقش مهمی در بازتولید اجتماعی^۱ ایفا می‌کند. مناسبات جنسیتی به شکل اجتماعی و فرهنگی ساخته و خلق می‌شود و از سوی دیگر ساخت اجتماعی-فرهنگی نیز جنسیت را تولید می‌کند. از مهمترین ویژگی‌های حوزه جنسیت، ماهیت روزمرگی آن است که کنش‌های رفتاری افراد و گروه‌ها و ساختار کلان جامعه به مرور زمان عادی‌انگاری و درونی می‌شود. محقق علوم اجتماعی باید با نگاهی حساس به جنسیت به آشنایی‌زدایی^۲ از رفتارهای اجتماعی افراد مبادرت کند.

یکی از مبانی نظری که به تحلیل جنسیتی کنشگران عرصه گردشگری قومی کمک می‌کند، الگوی سلسله‌مراتبی ریوین کانل^۳ (۱۹۸۷) است که با تمرکز بر مفهوم نظم جنسیتی^۴ به تحلیل رفتارهای سوژه اجتماعی پرداخته است که سامان جنسیتی جامعه را توصیف می‌کند. از دید کانل، تحلیل نظم جنسیتی به معنای رابطه اجتماعی میان دو جنس مبتنی بر قدرت است که سلسله‌مراتب متفاوتی را بین زن و مرد شکل می‌دهد که شناخته‌شده‌ترین آن، نظم جنسیتی پدرسالارانه است. در این نظم جنسیتی زنان در مالکیت پدر، شوهر، برادر و پسر بزرگ فهم می‌شوند که این صورت‌بندی در فرایند تقسیم کار، روابط مبتنی بر قدرت، ابعاد روانی و عاطفی و نیز وجوه نمادین زیست روزمره افراد بازنمایی می‌شود و عمدتاً به فرودستی زنان منجر می‌شود. از منظری دیگر آندره میشل (۱۳۷۲) درباره تصورات رایج در مورد زنانگی و مردانگی، نظریه کلیشه‌های تبعیض جنسیتی^۵ را مطرح کرده و بسترهای بازنمایی آن را در چهار محور مورد توجه قرار داده است.

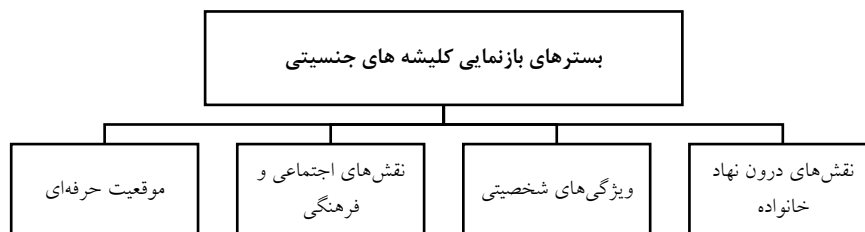
1 social reproduction

2 defamiliarization

3 Raewyn Connell

4 gender order

5 sex discrimination stereotypes



شکل (۱): نظریه کلیشه‌های تبعیض جنسیتی آندره میشل

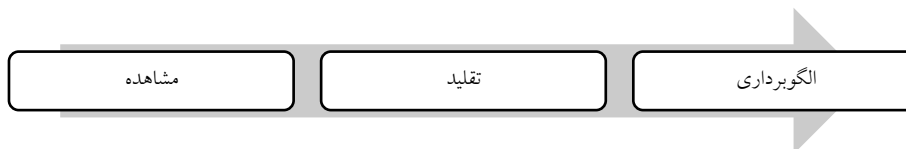
در بحث نقش‌های درون‌نهاد خانواده بر اساس تصور رایج، زنان بیشتر نقش خدمت‌رسان و وابسته به همسر را بر عهده دارند و مردان، نان‌آور محسوب می‌شوند. در مورد ویژگی‌های شخصیتی، تصویر زنان/دختران عمدتاً نظاره‌گر و منفعل و تصویر مردان/پسران تصمیم‌گیر و عامل ترسیم می‌شود. در حوزه نقش‌های اجتماعی و فرهنگی نیز تصور بر اساس کلیشه‌های جنسیتی است و زنان حتی اگر در عرصه اجتماعی حضور به هم رسانند، کنشگر عرصه‌های محلی و کوچک‌دامنه تلقی می‌شوند. در حالی که مردان بیشتر در نقش‌های مدیریتی در سطح کلان دیده می‌شوند. همچنین بر اساس این نظریه، زنان در نقش‌های حرفه‌ای نیز بیشتر به عنوان فعالان عرصه‌های خدماتی دیده می‌شوند، در حالی که مردان در قالب کارفرما و مدیر. به نظر می‌رسد نظریه کانل و میشل، ظرفیت خوبی برای تحلیل جنسیتی کنشگری زنان و مردان در صنعت بوم‌گردی دارد که در بخش بعد مورد توجه قرار خواهد گرفت.

یکی دیگر از نظریاتی که در فهم جنسیتی موضوعات اجتماعی مهم است، نظریه شناخت اجتماعی^۱ آلبرت بندورا^۲ (۲۰۰۱) است که اگرچه در حوزه روان‌شناسی رفتارگرا تدوین شده است، اما ظرفیت بسیاری برای فهم الگوهای رفتاری نمونه‌های مورد مطالعه دارد. بندورا با تأکید بر رابطه جبری بین فرایندهای شناختی، محیط و رفتار فرد، مهمترین بستر یادگیری فرد را محیط اجتماعی او می‌داند که در نتیجه تجربه مستقیم مشاهده رفتار دیگران شکل می‌گیرد. از این منظر

1 social cognitive theory

2 Albert Banduran

بسیاری از یادگیری‌های افراد از طریق الگوبرداری و مشاهده رفتار دیگران و مشاهده پیامدهای رفتارهایی است که دیگران انجام می‌دهند.



شکل (۲): فرایند یادگیری در نظریه شناخت اجتماعی بندورا

نکته محوری نظریه بندورا تأکید بر نقش یادگیری مشاهده‌ای^۱ در زندگی افراد است که عنصر اصلی آن سرمشق گرفتن است که فرد با مشاهده رفتار در محیط اجتماعی، به طور مستقیم و غیرمستقیم فرایند رمزگردانی و معنایابی را به سرعت تجربه می‌کند. بندورا همچنین سه عامل را در فرایند یادگیری مشاهده‌ای و الگوبرداری مؤثر می‌داند که عبارت‌اند از: ویژگی‌های الگو، ویژگی‌های مشاهده‌گر و پیامدهای پاداش و تنبیه مرتبط با رفتارها. سن، جنس، مقام و شهرت الگو، میزان شباهت الگو با فرد، عامل سن، نوع رفتاری که از الگو سر می‌زند و نیز شرطی‌سازی تشویق و تنبیه عریان یا پنهان از عواملی است که بر فرایند الگو گرفتن مؤثر است.

در این راستا ضروری است که بحث یادگیری پنهان یا نهفته^۲ هم بیان شود. اگرچه عمده مطالعات در حوزه یادگیری بر مواردی تمرکز دارد که نتایج آشکار دارد، ولی در بحث یادگیری پنهان از دانشی صحبت می‌شود که لزوماً نمود عینی ندارد و ممکن است در گذر زمان و در صورت وجود محرک بیرونی، عملیاتی شود. در این پژوهش برای تحلیل تأثیر صنعت بوم‌گردی بر نهاد خانواده، هر دو بعد یادگیری مشاهده‌ای (آشکار و پنهان) مورد مطالعه قرار گرفته است.

روش پژوهش

این پژوهش در پارادایم کیفی و با رویکرد مردم‌نگارانه انجام شده است. برای گردآوری داده‌ها علاوه بر بررسی‌های کتابخانه‌ای و اسنادی از فنون مرسوم مردم‌نگاری مانند اقامت در میدان، مشاهده همراه با مشارکت^۳، مصاحبه تعاملی و عمیق با مدیران ۷۴ اقامتگاه بوم‌گردی استان

1 observational learning
2 latent learning
3 participant observation

گیلان استفاده شده است. همچنین به منظور تدقیق یافته‌ها ۱۱ مصاحبه تخصصی^۱ (Döringer, 2021) با مسئولان نهادهای مربوط انجام شده است. در این مطالعه جامعه بوم‌گردان در فاصله زمانی بهار ۱۳۹۷ تا تابستان ۱۴۰۱ مورد مطالعه قرار گرفته است. برای شناسایی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان پژوهش از نمونه‌گیری گلوله برفی و نظری استفاده شده است. با لحاظ کردن اشباع نظری، مصاحبه‌ها تا رسیدن به تکرار مفاهیم ادامه یافت و سپس روند مقوله‌بندی و تحلیل آغاز گردید.

یکی دیگر از فنون مورد استفاده در این پژوهش، تکنیک همراه شدن^۲ با مطلعان بوده است (Garcia et al., 2012) که یکی از کاربردی‌ترین روش‌های جمع‌آوری داده در پژوهش‌هایی است که مبتنی بر رویکرد مشارکتی^۳ هستند. حضور بلندمدت نگارنده در میدان و اهمیت حرکت مداوم در آن (Ingold & Lee Vergunst, 2008) برای نزدیک شدن به زیست روزمره خانواده‌هایی که به طور مستقیم با مسائل اقامتگاه بوم‌گردی درگیر هستند، در شکل‌گیری رویکرد امیک در تحلیل داده‌ها بسیار مؤثر است. ارتباط مداوم با مشارکت‌کنندگان در پژوهش، هم به صورت دیدارهای دوره‌ای و هم در قالب‌های آنلاین باعث تقویت احساس خودی بودن در میدان شد که به تعبیر لگات^۴ (۲۰۰۸) وقتی محقق مردم‌نگار می‌تواند احساس موفقیت کند که ردپای^۵ خود را در ذهن جامعه محلی حک کرده باشد.

مشاهده میدانی هم در قالب حضور فیزیکی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد مطالعه و مشاهده همراه با مشارکت، شرکت در آیین‌ها و مراسم بومی و گفتگوهای روایتی با نمونه‌ها بوده است. همچنین بعد از تشدید محدودیت‌های تردد بعد از بحران کرونا هم در قالب مشاهده آنلاین و مصاحبه‌های تلفنی/اسکایپی و نیز با استفاده از مردم‌نگاری مجازی در قالب رصد محتوای تولیدشده توسط اقامتگاه‌های مورد مطالعه، در کانال‌های تلگرامی و شبکه‌های اجتماعی به ویژه اینستاگرام انجام شد که طی آن بیش از ۱۵۴۰۰ عکس و کلیپ، به طور میانگین ۳۱۰ (استوری) فیلم روزانه^۶، مشاهده آنلاین و فهم شبکه روابط میان مطلعان از طریق رصد کامنت و

1 expert interview
2 go-along method
3 collaborative approach
4 Legat
5 footprint
6 instagram story

لایک نمونه‌های پژوهش در صفحات همکاران و پیگیری کمپین‌ها و هشتگ‌هایی با موضوعات مرتبط با اهداف پژوهش بوده است. از سوی دیگر بعد از شکل‌گیری اعتماد اولیه^۱، نگارنده در گروه‌های مختلف واتس‌اپی مسئولان اقامتگاه‌های بوم‌گردی عضو گردید و در بسیاری از دوره‌های کاری و غیرکاری آنان شرکت داشت که به توسعه بیش محقق از زیست روزمره جامعه بوم‌گرد بسیار کمک کرد.

برای رعایت حداکثر گوناگونی^۲ و ممانعت از سوگیری انتخابی^۳ به منظور حفظ رویکرد جامع در پژوهش از هر دو جنس (زن/مرد) استفاده شد. در نهایت الگوهایی تکرارشونده به دست آمد و درون‌مایه‌های معنادار از داده‌ها استخراج شد.

یافته‌های پژوهش

اقامتگاه بوم‌گردی کسب و کاری خانواده‌محور

اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان کسب و کار کوچک و محلی، صنعتی خانواده‌محور است که به توسعه پایدار روستایی، توان‌افزایی جامعه محلی و حفظ تنوع زیستی در منطقه می‌انجامد. در تعریف غایی از اقامتگاه بوم‌گردی، تقویت احساس حضور در خانه و احساس نزدیکی با سبک زندگی جامعه محلی، اهمیت بسیاری دارد. پوردیل^۴ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در ظاهر گوراب بر اهمیت اداره اقامتگاه توسط یک خانواده تأکید دارد:

«وقتی اقامتگاهی توسط یک خانواده شامل زن و مرد و بچه و مادر بزرگ پدر بزرگ اداره می‌شود، جذابیت بیشتری برای گردشگران بوم‌گرد دارد. مسافرها علاقه‌مند هستند که مادر من نان تمیجان هم‌زمی ببزد و زمانی که دراز تومان^۵ و سردستمال گیجک‌دار یا مندیل^۶ به تن دارد، با ایشان عکس یادگاری بباندازند. اقامتگاه بوم‌گردی یعنی خانه روستایی و خانه با زن و بچه و مادر بزرگ پدر بزرگ معنای اصیل خود را می‌یابد. زنان گیلانی استاد غذای محلی

1 rapport
2 maximum variation of sampling
3 selection bias

۴ جسور
۵ دامن گرد و پرچین
۶ روسری زیرین

هستند و به قول معروف «واشا آش چاکونه»^۱. یکی از تفاوت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی با هتل این است که مهمانان در فرایند طبخ غذا همراه می‌شوند. مثلاً پختن انواع نان مانند نان کلان^۲، مازو نان^۳، کولاس، خوکسه نان، نان تخ تخی یا تمیجان^۴، شتینه نان^۵ و قلاچ نان یکی از جذابیت‌ها برای مسافران است. در این فرایند با سبزی‌های محلی و ادویه‌های بومی آشنا می‌شوند، مانند برگ گزنه، زولنگ یا چوچاق، کونکتو^۶ یا خالواش، ککچ^۷، تورنگ زبان^۸، چوواش^۹، تین^{۱۰}، بینه^{۱۱}، گیجاواش^{۱۲}، اناریجه یا انارجی، وارنگ بو^{۱۳} که در طبخ پلاستره^{۱۴} و کولی قوراییج استفاده می‌شود. یا فرایند نیره زدن دوغ در دوشان و تولید کره یا تولید اربه دوشاب^{۱۵} برایشان جالب بود. در دوران کرونا کلیپ‌هایی از این موارد در صفحه اینستاگرام قرار می‌دهم که خیلی مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد. وقتی کرونا وجود نداشت، اگر

- ۱ کنایه از تبحر و چیره‌دستی به معنای حتی از علف هرز، آش می‌پزد.
- ۲ نان محلی از ترکیب آرد گندم، شیر، شکر و تخم مرغ که اهالی روستای سراس از توابع لاهیجان برای صبحانه درست می‌کنند. این نان وسط آتش بین خاکستر پخته و در امام‌زاده هاشم کولبا نامیده می‌شود.
- ۳ مازو به معنای بلوط است که در تهیه این نان به شکل آسیاب‌شده استفاده می‌شود.
- ۴ تمیجان (تو می جان) به معنای تو جان منی است و این نان به دلیل خشک بودن به وسیله نم آب مرطوب می‌شود.
- ۵ نان گرد
- ۶ گیاه خودرو و تلخ‌مزه
- ۷ شاهی
- ۸ شبیه زبان قرقول
- ۹ گیاهی معطر شبیه برگ‌های اسفناج و با ساقه‌ای به رنگ قرمز کم‌رنگ
- ۱۰ گیاهی معطر با برگ‌های سوزنی
- ۱۱ نعنای محلی که بنفش و تند مزه است.
- ۱۲ گیاهی خودرو و وحشی و معطر که در تهیه سیراییج از آن استفاده می‌شود.
- ۱۳ گیاه خودرو با نام علمی ملیسا آفیسینالیس
- ۱۴ تهیه شده از سبزیجات محلی، سیر، تخم مرغ و گوجه
- ۱۵ شیره خرمالوی وحشی که فرایند تهیه آن خانوادگی است. داخل تنه درختی اربه توخالی را به شکل ناو خالی می‌کنند و به حالت شیب‌دار قرار می‌دهند. این ظرف لار یا اربه ناو یا اربه ناف نامیده می‌شود. یک متر از کل ناو را با تخته‌ای جدا و سوراخی در آن تعبیه می‌کنند و مقداری کولوش (ساقه برنج) را جلوی سوراخ آن قرار می‌دهند که نقش آبکش دارد. اربه را در قسمت بزرگتر ناو می‌ریزند و آن را با چوبی سرپهن به شکل کوبه، له می‌کنند و بعد کمی خاکستر هیزم الک‌شده یا فل (پوست برنج) روی آن می‌ریزند. این کار باعث جدا شدن شیره میوه می‌شود. شیره به دست‌آمده را در دیگ مسی روی اجاق می‌گذارند تا بجوشد و کف سفید روی شیره را دور می‌ریزند و گرما می‌دهند تا آبش بخار شود.

مسافران در موسم جشن‌های محلی به اقامتگاه می‌آمدند آنها را به محل برگزاری مراسم می‌بردم. ولی بعد از شیوع این بیماری، عکس‌ها و فیلم‌هایی از جشن خرمین^۱ با توضیحات مبسوط در صفحه اینستاگرام اقامتگاه قرار می‌دهم.

بر اساس داده‌های میدانی این پژوهش، مدیریت اقامتگاه‌های بوم‌گردی بیشتر زنانه تعریف شده است. حتی در مواردی که مجوز اقامتگاه به اسم مرد خانواده است، اقامتگاه به صورت خانوادگی اداره می‌شود و زنان نقش محوری در مدیریت خانه دارند که کاملاً با الگوی پذیرفته‌شده زندگی روستایی مطابقت دارد و مسئولیت مهمانداری و مدیریت امور منزل بر عهده زنان و دختران خانواده است. بر خلاف هتل، اقامتگاه بوم‌گردی بر پایه همیاری همه اعضای یک خانواده در مدیریت و راهبری تولید می‌شود و هر یک از افراد، در قراردادی نانوشته، مسئولیت‌های خاص خود را بر عهده دارد. خانواده‌محور بودن این صنعت و استفاده نمادین از حضور مادر و پدری سالمند در خانه، یکی از مهمترین ارکان موفقیت یک اقامتگاه بوم‌گردی است که نه تنها در اجرای ادبیات عامیانه (شامل افسانه‌ها، اشعار، ترانه‌های عامیانه، ضرب‌المثل‌ها و لالایی‌ها) نقشی محوری دارد، بلکه سازه کالبدی اقامتگاه را در قاموس خانه پیکربندی فضایی کرده که با بدن‌مندی نمادهای اسطوره‌ای ساخته شده و در انتخاب گردشگران بالقوه مؤثر است. اقامتگاه بوم‌گردی یکی از مهمترین بسترهای بازنمایی آیین‌های فولکلوریک است (سعیدی، ۱۳۹۹ ب) و تشریفات برگزاری آیین‌ها فرایندی گروهی و دسته‌جمعی است که بیشتر با محوریت زنان روستا مدیریت می‌شود. اما قطعاً همراهی و مشارکت مردان و فرزندان به انسجام آن منجر می‌شود. با توجه به قرار گرفتن اقامتگاه بوم‌گردی در بطن روستا و تأکید مداوم ضوابط وزارت میراث فرهنگی بر هر چه بومی‌تر بودن معماری، ساختار و عملکرد این واحدهای گردشگری^۲ به نظر می‌رسد که اقامتگاه‌های بوم‌گردی یکی از مهمترین و اثربخش‌ترین

۱ جشن خرمین به عنوان آیین شکرگزاری در تابستان و به شکرانه برداشت محصول برنج انجام می‌شود و با ترانه‌های محلی و کشتی گیلهمردی همراه است.

۲ براساس بند ۳ دستورالعمل «ضوابط بهره‌برداری، ارزیابی و درجه‌بندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی» که معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در شهریور ۱۳۹۸ منتشر کرده است، در ارزیابی اقامتگاه بوم‌گردی در بند ۱-۱ بر لزوم استفاده از اقلام و مصنوعات تزئینی متناسب با اقلیم منطقه و استفاده از نمادها، المان‌ها و مؤلفه‌های بومی و سنتی در دکوراسیون داخلی و استفاده از صنایع دستی منطقه در تزئین اقامتگاه تأکید شده است. همچنین در بند ۲-۳ در شرح معیار خوشامدگویی و بدرقه میهمان آمده است: مراسم سنتی در

واحدهایی هستند که می‌توانند به بازنمایی فولکلور و انتقال معانی فرهنگی به نسل‌های بعدی پردازند و به پاسداشت آیین‌ها و رسومی مبادرت کنند که در آستانه فراموشی هستند. در دوران کرونا هم با حضور در فضای آنلاین، به بصری کردن فولکلور مبادرت کردند. از مهمترین شاخص‌های صنعت بوم‌گردی فرهنگ مهمان‌نوازی به عنوان یک میراث ناملموس است که مجدد بر خانواده‌محور بودن فضا و خانه‌بودن سازه اقامتگاه بوم‌گردی صحنه می‌گذارد. تابه^۱ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در روستای انبوه با تأکید بر نقش زنان در خانواده، همراه کردن گردشگران در فرایند زندگی روزمره روستایی را یکی از عوامل مورد علاقه گردشگران بوم‌گردی می‌داند:

«مهمترین تفاوت اقامتگاه بوم‌گردی با هتل و خانه مسافر این است که فردی که به خانه من می‌آید در درجه اول مهمان است و بعد مشتری و گردشگر. مسافر به عنوان مهمان وارد بوم‌گردی می‌شود و به عنوان یک دوست خارج می‌شود. باید در اقامتگاه بوم‌گردی کوله‌پشتی مسافر را با فرهنگ و آداب و رسوم محلی پر کنیم. در این اقامتگاه استقبال و بدرقه مهمانان آداب خاصی دارد. در بدو ورود چای سرگل لاهیجان از سماور روی تالر همیشه آماده است که بر اساس فصل فرق دارد، مثلاً در پاییز وابشته بیج^۲، در زمستان ورف دوشاب^۳ و در بهار خولی فشکن^۴ آماده کرده و به صورت مجانی ارائه و با مهمان هم‌نشینی می‌کنم. ظرفی از میوه‌های مخصوص گیلان در هنگام استقبال برای مهمانان آماده می‌کنم، شامل ته بشقابی^۵.

خوشامدگویی یا بدرقه/استفاده از نوشیدنی‌های سرد و گرم سنتی، خوشامدگویی و بدرقه مهمان مطابق آداب و رسوم محلی. همچنین در بند ۵-۳ بر لزوم برنامه‌ریزی اقداماتی به منظور پاسداشت و معرفی فرهنگ بومی از طریق ارائه خدمات فرهنگی در قلب نمایش، موسیقی، برگزاری رویدادهای ملی و مذهبی تأکید شده است.

۱ ابریشم تافته شده

۲ وابشته بیج در بیشتر گیلان رایج است، ولی بسته به منطقه، برخی تنقلات ممکن است متفاوت باشد. برای تهیه آن مقداری عدس، گندم، برنج و سویا را به مدت یک شب خیس می‌کردند. روز بعد هر کدام از این مواد را داخل تابه ریخته و با شعله ملایم تفت می‌دادند و مرتب هم می‌زدند تا سرخ شود.

۳ در زمستان روی برف، اربه دوشاب می‌ریزند و سپس آن را می‌خورند.

۴ آلوچه شکسته (خولی فشکن یا هولی دشکن) که در فصل بهار در نمکیار می‌ریزند و با سنگ کوبیده می‌شود و دلار (گشنیز و نعنا کوبیده به همراه نمک) به آن اضافه می‌شود.

۵ ته بشقابی همان دارابی است که پوستی کلفت و طعمی ترش دارد.

بادرننگ^۱، پتاوی^۲ و اربه^۳ و خوج^۴. هنگام بدرقه هم حتماً در کاسه آبی که معمولاً سفال جبرده است، گل تازه ریخته و به نیت روشنایی و بازگشت مجدد پشت سر مهمانان می‌ریزم. این کارها در ذهن افراد حک می‌شود. من همان کاری را که برای فامیل خودم انجام می‌دهم می‌کنم. همچنین به مسافران صنایع دستی گیلانی همچون ورزا مشتته، چوموش^۵ و دس پپته^۶ هدیه می‌دهم که اسم اقامتگاه روی آنها حک شده است. آگاهی سلیقه را تغییر می‌دهد، وقتی آگاهانه به شغلم نگاه می‌کنم، تجربه‌های نوینی را به مشتری‌هایم ارائه می‌کنم.^۷

یکی از مهمترین ابعاد صنعت بوم‌گردی، گردشگری غذا^۸ و ارائه خوراک بومی و محلی^۹ است که زنان نقش کلیدی در این عرصه دارند. غذای محلی یک طریقت و میراث فرهنگی است که می‌توان از آن برای تأمین محیط زیست پایدار استفاده کرد. اهمیت خوراک محلی در بازاربایی موفق در گردشگری قومی در پژوهش‌های مختلفی مورد تأکید قرار گرفته است (Lan & et al., 2012; Sidali & et al., 2015; Richard, 2002).

سعیدی (۱۳۹۹ ب) در پژوهشی مردم‌نگارانه با ارائه مثال‌های متعدد، ارتباط مستقیم میان ارائه خوراک محلی به عنوان بستر بازنمایی فولکلور در استان گیلان را مورد بحث قرار داده است. توجه به غذای محلی در گردشگری می‌تواند باعث کمک به اقتصاد محلی و رشد خلاقیت افراد محلی و تداوم محیط زیست و نیز حفظ میراث فرهنگ محلی شود.

یکی از مهمترین محورهای اصول بنیادین اقامتگاه بوم‌گردی، آشنایی گردشگران با آداب و فنون بومی (پختن نان، دوشیدن شیر و شرکت در رویدادها) است که در تقویت وفاداری^۹

۱) بادرنگ از مرکبات است که میوه‌ای با پوست زبر و برجسته است که از آن مربا و ترشی تهیه می‌شود.
۲) پتاوی از مرکبات است که درون سرخی دارد و از آن مربا و ترشی تهیه می‌شود.
۳) اربه، خرما لوی وحشی جنگلی است که میوه‌ای خودروست و رنگ آن زرد مایل به قهوه‌ای و شیرهدار است.
۴) خوج، خوج یا امرود یا گلابی جنگلی است که انواع مختلفی دارد از جمله خال اشکن و سرخ خوج.
۵) چوموش یا چارق پاپوشی بدون پاشنه از جنس چرم است که هیچ دوختی در آن به کار نمی‌رود و دارای بندهای پشمی یا تسمه‌های بلند است که به دور ساق بسته می‌شود.
۶) دس پپته دستگیره‌ای کاموایی رنگارنگ است که برای گرفتن لبه ظرف داغ استفاده می‌شود که نام نقش‌های آن شامل حصیر پته، مجمع لب، واش تپته است.

7 culinary tourism
8 indigenous
9 loyalty

مشتریان تأثیرگذار است. در فرهنگ روستایی و عشایری زنان مسئولیت آماده‌سازی و پخت غذا را بر عهده دارند. برای بسیاری از مشارکت‌کنندگان این پژوهش، غذاهای بومی از خاصیت فراتغذیه‌ای برخوردار هستند و علاوه بر ارزش غذایی، جنبه‌های روانی و فرهنگی هم دارند. حفظ هویت قومی و ملی به تقویت عصبیت‌های ملی و همبستگی اجتماعی می‌انجامد و در انتقال پیام‌های فرهنگی در ارتباطات بین‌نسلی نقش‌آفرینی می‌کند. یکی از راهبردهای اقامتگاه‌های بوم‌گردی در جذب گردشگر، شریک کردن مهمانان در فرایند تهیه غذای بومی است، به طوری که افراد حین اقامت با عادات و روش‌های نگهداری غذا، روش‌های به دست آوردن و تأمین مواد اولیه خوراک (چیدن مواد اولیه از باغچه یا مزرعه اقامتگاه)، همکاری در آماده کردن و طبخ غذا و هم‌سفره شدن و طریقه مصرف غذا آشنا می‌شوند. حسام در پژوهش‌های خود (حسام و همکاران، ۱۳۹۸؛ حسام، ۱۳۹۸) نشان داده است که اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان گیلان چندان در جذب گردشگران و انگیزه تکرار سفر موفق نبوده‌اند. به نظر می‌رسد تنوع‌بخشی به خدماتی که این شکل از مراکز اقامتی می‌توانند به گردشگران ارائه کنند، نقش مهمی در توسعه صنعت گردشگری استان گیلان داشته باشد.

بر اساس داده‌های به دست آمده در این پژوهش از خلال مردم‌نگاری مجازی، که جزئیات روش‌شناختی آن پیشتر بیان شده است، بعد از بحران کرونا تعدادی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی از عرصه فضای آنلاین در این راستا بهره برده و مخاطب را به صورت مجازی در این فرایند همراه کرده‌اند. دو پایه مهم در بازاریابی گردشگری بحث تصویرسازی ذهنی^۱ و درگیری عمیق ذهنی^۲ مشتری است (سعیدی، ۱۳۹۹ الف) که استفاده مداوم اقامتگاه‌های بوم‌گردی از بسترهای فضای مجازی به ویژه اینستاگرام نقش مهمی در حفظ ارتباط با مشتریان بالقوه داشته است. یکی از مهمترین بحث‌های گردشگری مجازی، مفهوم احساس حضور^۳ (Steuer, 1992) است و هر اندازه مقصد گردشگری بتواند با تولید محتوای غنی در بستر ادراک حسی مخاطب این احساس را تقویت کند، در این رقابت موفق‌تر است. هر اندازه مشتری خود را به شکل واقعی‌تری در فضای مقصد گردشگری احساس کند و در جریان فعالیت‌های روزانه مقصد قرار بگیرد، بالقوه

1 mental imagery

2 deep mental involvement

3 sense of presence or telepresence

احساس دلبستگی مکانی^۱ بیشتری در گردشگر شکل می‌گیرد که با به دست آمدن منابع لازم و لغو محدودیت‌های سفر، به عینیت خواهد رسید.

توان‌افزایی زنان در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی

اکوتوریسم نه تنها نقش مهمی در توسعه پایدار روستا دارد، بلکه در افزایش فرصت‌های شغلی و ارتقای پایگاه اجتماعی (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵)، ایجاد فرصت‌های دستیابی به موقعیت و جایگاه مدیریت و رهبری زنان روستایی نیز تأثیرگذار است. زنان به عنوان مهمترین بازیگر صنعت اقامتگاه بوم‌گردی هستند (سعیدی، ۱۳۹۹ الف). مردان و فرزندان صرفاً میزبانانی فاقد عاملیت^۲ نیستند، بلکه کنشگرانی هستند که معنا و تجربه عرضه می‌کنند. اصل ۶ از اصول تجارت عادلانه که سازمان جهانی تجارت عادلانه^۳ ارائه کرده است، بیانگر «تعهد به عدم تبعیض، تساوی حقوق زن و مرد، توانمندسازی اقتصادی زنان» است. توسعه گردشگری قومی عامل مهمی در کاهش فقر، بهبود وضعیت معیشت جوامع روستایی و کاهش نابرابری‌های جنسیتی است (Yang & Li, 2012) و صنعت بوم‌گردی یکی از حوزه‌هایی است که تا حدی شکاف جنسیتی را کاهش داده و با به چالش کشیدن کدهای جنسیتی به صاحب صدا شدن، مرئی شدن و حضور بیشتر زنان در عرصه عمومی منجر شده است. اگرچه بر اساس آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۰، در حوزه شکاف جنسیتی ایران رتبه ۱۴۸ را از میان ۱۵۳ کشور دنیا داشته است، اما به نظر می‌رسد حوزه اکوتوریسم ظرفیت بسیار خوبی برای تحقق عدالت جنسیتی دارد، زیرا زنان روستایی هم از نظر کمی و هم کیفی نقش‌آفرینی جدی و مؤثری در عرصه حقیقی و در تولید محتوا در فضای آنلاین دارند.

کنشگری زنان روستایی در صنعت بوم‌گردی که منجر به افزایش شناخت و حساسیت آنان از محیط زیست، تقویت حضور در عرصه اقتصاد روستایی و دسترسی بیشتر به منابع درآمدی و فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود، نه تنها نقش مهمی در کاهش نابرابری جنسیتی دارد، بلکه به دلیل ماهیت کسب و کار بوم‌گردی و نیاز مستقیم به حضور فعال در عرصه آنلاین، حضور

1 place attachment theory

2 agency

3 World Fair Trade Organization (WFTO)

گسترده زنان در بخش مدیریت اقامتگاه‌های بوم‌گردی منجر به کاهش شکاف دیجیتال خواهد شد. در نتیجه به نظر می‌رسد که توسعه این پلتفرم در زیست روستا منجر به چالش کشیده شدن کلیشه‌های تبعیض جنسیتی میشل شده است. تیتیل^۱ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در بالا‌راگور در این رابطه می‌گوید:

اگرچه زنان روستایی در گیلان همواره در عرصه کشاورزی یا صنایع دستی در اقتصاد خانواده نقش‌آفرین هستند، اما در صنعت بوم‌گردی واحدهایی بیشتر موفق بوده‌اند که با مدیریت زنان جلو رفته‌اند. گردشگران به اقامتگاه‌هایی که زن در آن حضور دارد بیشتر اعتماد می‌کنند، از نظر کیفیت ارائه خدمات در اقامتگاه هم لازم به گفتن نیست که وجود یک مادر چقدر می‌تواند به کیفیت غذای محلی ارائه‌شده یا چیدمان خانه برای جلب مشتری کمک کند. مراکزی که با مسئولیت زنان اداره می‌شود، در این امر موفق‌تر هستند، زیرا غذای محلی فوت و فن‌های خود را دارد. در اقامتگاه‌های صنایع دستی گیلان مانند حصیربافی، مروابافی، چموش‌دوزی و سوزن‌دوزی عرضه می‌شود و نمونه کارهایی هم برای فروش موجود است. همچنین وسایل آموزش رشته‌دوزی و ساخت عروسک بومی قرار داده‌ام که علاقمندان خودش را دارد. در حال حاضر اقامتگاه‌های بوم‌گردی موفق در سطح استان متعلق به واحدهایی است که حتی بازاریابی و تبلیغاتشان در عرصه فضای مجازی یا سایر رسانه‌ها را زنان بر عهده دارند.

اقامتگاه بوم‌گردی بستر مناسبی برای ترویج هنر مبتنی بر جامعه^۲ است، اما در جریان مشاهده میدانی از واحدهای اقامتگاهی مشخص شد که فقط چهار واحد برنامه عینی در جهت ارائه و آموزش این شکل از هنر در دست اجرا داشتند. افزایش آموزش‌های تسهیلگرانه به مدیران اقامتگاهی می‌تواند به استفاده بهینه از این ظرفیت در جامعه محلی منجر شود.

توانایی بهتر زنان در شبکه‌سازی در روستا، تمایل به کمک‌خواهی در مدیریت مهمان‌ها، تمایل بیشتر زنان به شرکت در کلاس‌های آموزشی میراث فرهنگی و تبحر زنان در آشپزی و تدبیر منزل در همه مصاحبه‌ها مورد تأکید مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بوده است. باید گفت که زنان در بافت روستایی همچنان با فشار ناشی از «تهدید کلیشه»^۳ مواجه هستند. اضطراب ناشی از

۱ سنجاک

2 community-based art

3 stereotype threat

کلیشه‌های جنسیتی پر قدرتی که حضور اجتماعی زن روستایی را در عرصه مدیریت اقامتگاهی بر نمی‌تابد و منجر به کاهش اعتماد به نفس و کارایی افراد می‌شود. البته سوژه‌های موفق کسانی بوده‌اند که توانسته‌اند بر این چالش فایق آیند و به مهار کلیشه‌های جنسیتی حاکم که در رابطه فرادست/فرو دستی بین زن و مرد صورت‌بندی می‌شود، مبادرت کرده‌اند.

تیتینار^۱ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در سیاه‌مزگی، فعالیت در عرصه گردشگری قومی را اگرچه فعالیت بسیار دشوار و پرچالش می‌داند، اما به دلیل هم‌پوشانی محل کار و زندگی، آن را گزینه مناسبی برای زنان متأهل صاحب فرزند می‌داند. یکی از مهمترین قوت‌های بوم‌گردی برای زنان، عدم تحمیل قیود زمانی و مکانی به زن و در نتیجه تحدید نکردن سایر نقش‌های زن روستایی در قالب همسری و مادری است، زیرا به دلیل انطباق محیط زندگی شخصی و کاری و حرفه‌ای زن، این تداخل زمانی در حداقل خود صورت می‌گیرد و حتی سایر اعضای خانواده هم در نقش‌آفرینی هویت حرفه‌ای زن کمک‌رسانی می‌کنند:

«یکی از مزیت‌های این بیزینس این است که محل زندگی و کار یکجا است و این حسن بسیار مهمی است که همچنان کنار فرزندانت حضور داری. وقتی در این صنعت وارد شدم، فعالیت من به تدریج در روند معیشت خانه تأثیر مستقیم گذاشت. این باعث شد تا از سوی همسر و خانواده‌ام بیشتر دیده بشوم. تمام کارهای مربوط به بخش تبلیغات صفحه اقامتگاه در فضای آنلاین با من است. به تدریج من مجبور شدم تا زبان انگلیسی خودم را تقویت کنم، چون برای تعامل با گردشگران خارجی مجبور بودم حداقلی از مهارت زبان را داشته باشم. قبلاً در خانه کمتر طرف حساب قرار می‌گرفتم، ولی از وقتی مدیریت اقامتگاه را بر عهده گرفتم، نقش مدیریتی بیشتری یافتم. الان همسرم بیشتر با من مشورت می‌کند و انگار متوجه شده است که مدیریت خوب من در اقامتگاه بوده که باعث شده وضعیت اقتصادی زندگی‌مان بهبود یابد.»

الزام گذراندن دوره‌های آموزشی ارائه‌شده از سوی میراث فرهنگی، افزایش حضور در فضای آنلاین به منظور جذب گردشگر و تعامل اقتصادی با مشتریان به طور مستقیم منجر به افزایش مهارت‌های تعاملی و توانمندی زنان کنشگر در اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌گردد. اگرچه

به صورت کلیشه‌ای تصور غالب این است که فعالیت‌های زنان در بخش گردشگری قومی، تداوم همان نقش‌های خانگی است، اما به نظر می‌رسد فعالیت زنان در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی نه تنها در موقعیتی برابر با مردان متصور می‌شود، بلکه حتی در بسیاری از موارد موفقیت یک واحد بوم‌گردی مشروط به حضور و مدیریت زنان است. یکی از مهمترین نتایج کنشگری زنان در صنعت بوم‌گردی، افزایش عاملیت زنان، صاحب صدا شدن و افزایش اثربخشی در نهاد خانواده روستایی است که نظریه نظم جنسیتی کانل را زیر سؤال می‌برد. همان طور که میشل فوکو^۱ (۱۹۹۰) بیان کرده است در هر رابطه‌ای قدرت و مقاومت به صورت توأمان وجود دارد. از یک سو قدرت به شکلی متکثر، سیال و چندوجهی نه فقط در سطح کلان، بلکه در جریان روزمره زندگی افراد جاریست که از آن به «میکروفیزیک قدرت»^۲ یاد می‌کند و از سوی دیگر نقاط متعدد خرده‌مقاومت نیز از سوی کنشگران در کردارهای روزمره در جریان است. فعالیت زنان روستایی و عشایری در صنعت گردشگری به افزایش کنشگری زنان منجر شده که خرده‌مقاومت‌های سیال و متکثری را در سطح خرد و زندگی روزمره پدید آورده است. افزایش عاملیت زنان فعال در مدیریت اقامتگاه در حق انتخاب مشتری (مهمان)، مدیریت فضای کالبدی اقامتگاه، عاملیت در ارائه فعالیت‌های فرهنگی در اقامتگاه و نیز عاملیت در جهت‌گیری سرمایه‌گذاری آتی خانوار ناشی از منابع به دست آمده از فعالیت در صنعت بوم‌گردی، مثال‌هایی مبنی بر قدرت‌یابی زنان فعال در این میدان به عنوان سوژه‌های اجتماعی کنشگر در مقابل قدرت مسلط یا به زعم گرامشی^۳ (۱۹۷۱) «نظم طبیعی» جامعه محلی است.

از سوی دیگر تفاوت دیگر بین بستر اقامتگاه بوم‌گردی با سایر پلتفرم‌های اسکان در گردشگری، تغییر نقش‌های جنسیتی است که بر اساس نظریه آندره میشل به صورت کلیشه‌ای به زنان داده می‌شود. اگرچه زنان حضور گسترده‌ای در صنعت گردشگری دارند (Ertac & Tanova, 2020)، اما عمدتاً در مشاغل^۴ حضور دارند که به نوعی خدماتی محسوب می‌شوند (مانند پرسنل بخش پذیرش در هتل‌ها، اشتغال در بخش بسته‌بندی فرآورده‌های کشاورزی). زنان در

1 Foucault

2 Microphysics of power

3 Gramsci

4 3Ds jobs: Demanding, Degrading, Dirty

صنعت بوم‌گردی هم در بخش مدیریت و هم در بخش بازاریابی نقش محوری ایفا می‌کنند که این موضوع، به نوعی نقش‌های جنسیتی را زیر سؤال برده که به صورت کلیشه‌ای در صنعت گردشگری به زنان اطلاق می‌شده است. هر چند این افزایش مسئولیت‌ها و تعهدات فشار کاری مضاعف بر سلامت جسمی و روحی زنان روستایی تأثیر مستقیم گذاشته است.

براساس نظریه سارا لانگو^۱ (۱۹۹۱) فرایند پنج‌مرحله‌ای توان‌افزایی زنان شامل رفاه، دسترسی، خودآگاهی، مشارکت و کنترل است که هر مرحله پیش‌زمینه مرحله بعدی است. از نظر لانگو حداقل سطح توانمندی برای زنان، دسترسی به منابع ضروری^۲ برای دستیابی به رفاه است و بالاترین سطح آن، کنترل منابع در همه ساحت‌های اجتماعی و اقتصادی زندگی است. در مرحله کنترل، زن در موقعیتی کاملاً برابر با مرد در نهاد خانواده قرار دارد و در فرایند تصمیم‌گیری و بهره‌مندی از منافع در موضعی برابر با مرد قرار دارد. در سال‌های اخیر شاخص دسترسی برای زنان کنشگر در صنعت بوم‌گردی همراستا با زنان روستایی بسیار بهبود یافته است. همچنین فرایند خودآگاهی از موقعیت خود و نابرابری‌های جنسیتی موجود نیز همراستا با نظریه شناخت اجتماعی بندورا در این کسب و کار تقویت شده است. بر اساس نظریه لانگو، در مرحله مشارکت نیز کنشگری در عرصه بوم‌گردی منجر به تقویت حضور اجتماعی زنان می‌شود، زیرا باید به خاطر انجام امور اداری مربوط به اقامتگاه، حضور بیشتری در مناسبات اجتماعی و سیاسی داشته باشند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، به نظر می‌رسد حضور زنان در عرصه بوم‌گردی در مرحله دسترسی، خودآگاهی و مشارکت، زنان روستایی را توانمند کرده، ولی در بخش کنترل همچنان نابرابری جنسیتی پررنگ است. در بعد کنترل به نظر می‌رسد زنان در مشارکت با مردان عمل می‌کنند و فارغ از کنش‌های هنجارشکنانه عریان که نهاد خانواده را دچار بحران کند، به اجراگری^۳ مقاومت همراه با متابعت می‌پردازند. بر اساس مصاحبه‌های انجام‌شده در این پژوهش ممارست در تداوم حضور در این صنعت باعث شده است تا اعتماد به نفس و قدرت چانه‌زنی زنان به تدریج افزایش یابد و ریزقدرت‌هایی در شبکه مویرگی روابط قدرت در خانواده نسج بگیرد که منجر به تغییر در مناسبات در نهاد

1 Longwe

2 essential resources

3 performance

خانواده شده است. هر چند در بخش توزیع منابع ساختاری با تأکید بر ابعاد مالی همچنان سلطه و انقیاد جنسیتی مشاهده می‌شود.

از سوی دیگر بر اساس نظریه شناخت اجتماعی و یادگیری مشاهده‌ای بندورا، فرایند یادگیری فرهنگی (یادگیری آشکار و پنهان) در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی در دو محور صورت‌بندی می‌شود. یادگیری فرهنگی گردشگران درباره دانش بومی و فولکلور منطقه یک جنبه است (به صورت مبسوط در مقاله سعیدی ۱۳۹۹ الف درباره این بعد صحبت شده است). از سوی دیگر یادگیری فرهنگی کنشگران اقامتگاه بوم‌گردی از تجربیات متنوع جدید در این پژوهش در دو محور روابط بین زوجین و نیز روابط فرزندان و والدین مورد مذاقه قرار گرفت. روخون^۱ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در منطقه و سمه جان مثال‌های متعددی درباره یادگیری مشاهده‌ای و یادگیری پنهان در بستر اقامتگاه بیان کرده است:

«هر چقدر هم دقت بکنی باز هم حضور گردشگر شهری و آدم‌های غریبه با فرهنگ‌های مختلف در محیط خانه تأثیرات خودش را می‌گذارد. نسبت به نوع پوشش، آداب گفتگو یا رفتار خواهی نخواهی تأثیر می‌گیری. از طرف دیگر برادرزاده ۹ ساله من که بسیار خجالتی و گوشه‌گیر بود، سه ماه تابستان در اقامتگاه حضور داشت و همراه مهمانان به طبیعت‌گردی رفت. تغییرات شخصیتی پیدا کرد و بسیار پخته و آگاه‌تر از سن خودش شد. نمی‌شود نسخه واحد پیچید به هر حال این تأثیرات هم به شکل مثبت عمل می‌کند و هم به شکل منفی و بستگی به ساختار و استحکام خانواده دارد.»

بازیگری در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیمی بر زیست اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی جامعه روستایی می‌گذارد که تاکنون تأثیرات آن بر نهاد خانواده و نقش‌های جنسیتی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. تأثیر بر انتخاب‌های استراتژیک زندگی، افزایش سن ازدواج، ارتباط راحت‌تر با جنس مخالف، به هم خوردن نظام موازنه قدرت در خانواده، تغییر انگاره‌های ذهنی (اسکیما)^۲، زیر سؤال رفتن کلیشه‌های جنسیتی همچون مدیریت دختر مجرد، تقویت هوش هیجانی و اجتماعی فرزندان، افزایش حساسیت فولکلوریک و محیط زیستی، تقویت

نگرش مبتنی بر سبک زندگی پایدار^۱ و وسیع شدن رویکرد فرد درباره زندگی از مهمترین تأثیرات کنشگری زنان در عرصه بوم‌گردی برای مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بوده است.

توسعه فرهنگ بوم‌گردی ضامن سلامت خانواده روستایی

صنعت بوم‌گردی به دلیل ارتباط مستقیم و مداوم با نهاد خانواده روستایی، نیازمند تحلیل بر اساس ملاحظات جنسیتی است. بر اساس مصاحبه‌ها در پژوهش حاضر، این پلتفرم گردشگری بیشترین ارتباط را با ابعاد فرهنگی و اجتماعی زندگی روستایی دارد و عدم آگاهی از فرهنگ بوم‌گردی می‌تواند مخاطرات متعددی نه تنها بر بافت روستا بلکه بر نهاد خانواده وارد کند. بر اساس داده‌های به دست آمده از این پژوهش میدانی اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان حوزه‌ای نوین در صنعت گردشگری از ابعاد مختلف فرهنگی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی تأثیرات مختلفی بر روستا و نهاد خانواده می‌گذارد که در شکل (۳) آورده شده است. نتایج مصاحبه‌های طولانی با فعالان عرصه بوم‌گردی چه در سطح فردی و چه نهادهای دولتی نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر به دلیل پرداخت وام‌های کلان دولتی (صندوق کارآفرینی امید) به روستاییان و عدم شناخت ابعاد مختلف این صنعت، تعداد زیادی از خانه‌های روستایی صرفاً روی کاغذ به اقامتگاه بوم‌گردی تبدیل شده‌اند. در حالی که از فلسفه وجودی این بستر فرهنگی و کارکردهای بدیع فرهنگی-اجتماعی آن در حوزه بازنمایی فولکلور منطقه بی‌اطلاع هستند و به خانه مسافر تقلیل یافته‌اند.

۱ برنامه محیط زیست ملل متحد (آکتنجی و چین، ۲۰۱۶) سبک زندگی پایدار (Sustainable lifestyle) را به معنای مجموعه‌ای از عادات و الگوهای رفتاری دانسته است که در راستای به حداقل رساندن استفاده از منابع طبیعی، کاهش تأثیر مخرب بر محیط زیست، آگاهی به نوع خوراک، شکل فراغت و نحوه استفاده از کالاهای مصرفی در راستای حراست از ارزش‌های فرهنگی و محیط زیستی بنیان نهاده شده است.



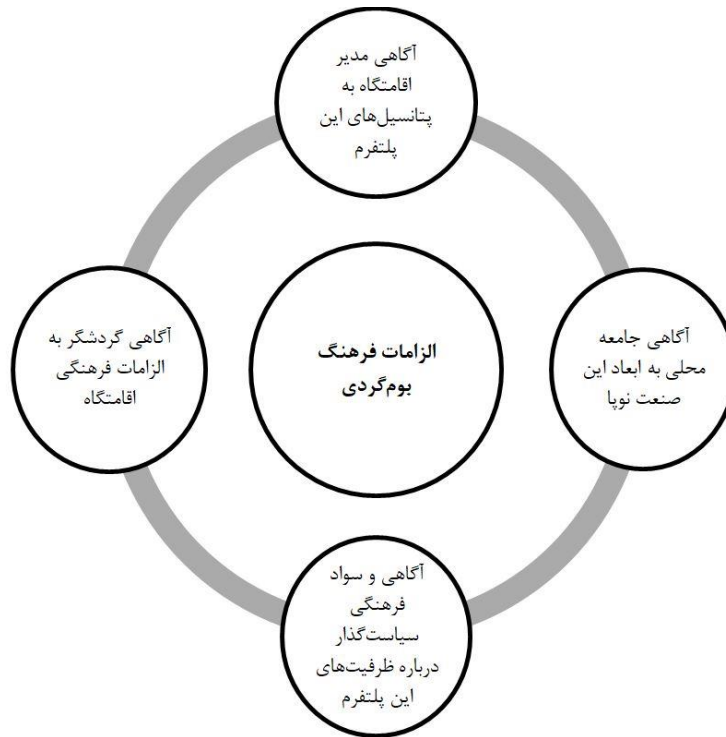
شکل (۳): تأثیرات مثبت (سمت راست) و منفی (سمت چپ) اقامتگاه‌های بوم‌گردی، برگرفته از یافته‌های پژوهش

مشارکت‌کنندگان در پژوهش دلایل متنوعی همچون کسب درآمد برای خانوار، ایجاد سرگرمی، حفظ فرهنگ بومی روستا، کسالت بار بودن فعالیت‌های کشاورزی، مهاجرت معکوس، کمک به توسعه روستا، پیروی از اعضای فامیل و دوستان برای ورود به صنعت بوم‌گردی داشته‌اند. گردشگران در انتخاب اقامتگاه بوم‌گردی انتخابگری و عاملیت^۱ دارند، اما به نظر می‌رسد در ایران به ویژه در سال‌های اخیر با گسترش تحریم‌های بین‌المللی و کاهش سطح معیشت خانوار، دلایل اقتصادی هم نقش مهمی در انتخاب اقامتگاه‌های بوم‌گردی در راستای سفر ارزان‌قیمت داشته است. زیرا قیمت کمتر و تسهیلات بیشتری را در اختیار گردشگر قرار

می‌دهند. این مسئله یکی از مهمترین عوامل عدم توفیق اقامتگاه‌های بوم‌گردی در بازنمایی فرهنگ بومی است، زیرا تعامل فرهنگی که در این پلتفرم شکل می‌گیرد، نیازمند حداقلی از سواد فرهنگی در میان ذهنیت مشتری و مدیران اقامتگاهی است که در غیر این صورت امکان بهره‌مندی از بستر گردشگری قومی به طور جدی کاهش می‌یابد. کویار^۱ مدیر اقامتگاه بوم‌گردی در چای جان عدم شناخت بنیان‌های فرهنگ بوم‌گردی را آفت بزرگ این صنعت می‌داند:

«یکی از مهمترین چالش‌هایی که ما با گردشگران داریم این است که هنوز نمی‌دانند بوم‌گردی یعنی چه؟ نمی‌دانند که دارند به عنوان مهمان وارد خانه ما می‌شوند. بوم‌گردی یعنی همزیستی با طبیعت و فرهنگ بومی. الان طوری شده که هر کسی خانه قدیمی در اطرافش می‌شناسد، به دنبال گرفتن وام میراث فرهنگی و صندوق کارآفرینی امید می‌افتد تا تسهیلات بگیرد. بدون اینکه اصلاً بدانند بوم‌گردی یعنی چه؟ مسافر بوم‌گردی دنبال تجربه زندگی روستایی و خاطره‌سازی است. مدیری که به دنبال درآمدزایی صرف است، خودش در شهر زندگی می‌کند و اقامتگاه را به فرد ناواردی سپرده و آن را پاتوق تورهای پرجمعیتی کرده که از گردشگری قومی شناختی ندارند. از طرف دیگر آنقدر فشارهای اقتصادی در سال‌های اخیر به ویژه بعد از بحران کرونا زیاد شده است که مدیران بوم‌گردی درگیر اجبار می‌شوند. قبلاً روستاییان بیکار بودند، اما بعد از هیجان ورود به عرصه بوم‌گردی و گرفتن وام سنگین الان بیکار بدهکار هستند که این خطرناک است. در این موقعیت، حرف زدن از فرهنگ و فولکلور اولویت آخر افراد است.»

گردشگر تجربه‌گرا و آشنا با فرهنگ بوم‌گردی، در گردشگری قومی به دنبال تجربه‌های جدید است و بیشتر از اینکه خدمات طلب کند، در پی حضور خانواده اداره‌کننده واحد بوم‌گردی است. بر اساس پژوهش‌های میدانی نگارنده، شکل نگرفتن فرهنگ بوم‌گردی هم در میان گردشگران و هم در میان کنشگران عرصه اقامتگاه بوم‌گردی نه تنها آسیب جدی به بافت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی روستا خواهد زد، بلکه نهاد خانواده روستایی کنشگران این عرصه را هم به چالش خواهد کشید.



شکل (۴): الزامات فرهنگ بوم‌گردی، برگرفته از یافته‌های پژوهش

فرهنگ بوم‌گردی نیازمند افزایش آگاهی و سواد فرهنگی در ۴ بعد است: آگاهی جامعه محلی از ابعاد مختلف این صنعت نوپا، آگاهی مدیر اقامتگاه بوم‌گردی از اهداف و ظرفیت‌های فرهنگی این پلتفرم، آگاهی گردشگر از الزامات فرهنگی اقامتگاه بوم‌گردی و آگاهی ستادی که به معنای سواد فرهنگی مدیران و سیاست‌گذاران حوزه بوم‌گردی در جهت ارائه مقررات استانداردسازی در این خصوص است. بی‌شک حساسیت به ملاحظات جنسیتی در تحلیل موقعیت ویژه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تأثیر مستقیم و غیرمستقیم آن بر نهاد خانواده روستایی نقش مهمی ایفا می‌کند.

به نظر می‌رسد توسعه کمی اقامتگاه‌های بوم‌گردی بدون توجه به پیش‌نیازهای این عرصه به افزایش آسیب‌های جدی اجتماعی و فرهنگی منجر شده است. از مهمترین

پیش‌نیازهای این کسب و کار، توانمندی در مهارت‌های ادراکی و ارتباطی، صبر فراوان، اعتقاد به فرهنگ پرماکالچر^۱ و قدرت انعطاف در تعاملات اجتماعی است. مواجهه مستقیم با افراد گوناگون با خلیات متنوع در محیطی بسیار نزدیک نیازمند سطح بالایی از تحمل فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی است. هر اندازه گردشگران از مختصات این فرهنگ آگاه باشند، با جامعه محلی تعامل سازنده و برابری خواهند داشت و به ابعاد زیستی جامعه محلی احترام بیشتری خواهند گذاشت که این مهم، از ارکان اصلی توسعه پایدار روستایی است و هر اندازه که مدیران واحدهای بوم‌گردی از فرهنگ بوم‌گردی آگاه و به آن حساس باشند، از تحمیل شدن ذائقه گردشگر مصون خواهند بود. در موارد متعددی سلیقه گردشگر شهری و غیربومی بر اصالت بوم‌گردی سایه انداخته است که این بیانگر عدم شناخت مدیران اقامتگاه از فرهنگ بوم‌گردی است.

تحقیقات میدانی در این پژوهش درباره فرهنگ بوم‌گردی حاکم بر مدیریت اقامتگاه نشان می‌دهد که شاخص‌های معماری سازه، بافت خانه و نیز تخلفات مربوط به حوزه عمومی در اولویت توجه دستگاه سیاست‌گذار در اعطای مجوز و پروانه واحدها قرار دارد و گذراندن و تعمیق برنامه‌های مدون آموزشی^۲ از سوی متقاضیان جدی گرفته نمی‌شود. در حالی که میزان شناخت مدیران اقامتگاه از فولکلور منطقه، دانش بومی، مهارت در تعامل فرهنگی و تمایل به کنشگری در عرصه یادگیری فرهنگی فرهنگ بومی به مهمان کمتر مورد توجه نهادهای ذیربط است. از سوی دیگر سیطره چالش‌های اقتصادی واحدهای بوم‌گردی که به ویژه در بحران کرونا و ممنوعیت سفر تشدید شده است، عامل بسیار مهمی در راستای وانهادن فرهنگ اصیل

۱فرهنگی که به دنبال مراقبت با تأمل در فرایندی آرام نسبت به طبیعت، محیط زیست و فرهنگی بومی و هم‌افزایی عادلانه است. در این رویکرد، فرد کلیه ابعاد زندگی را به صورت اکوسیستمی می‌بیند و نسبت به پیرامون خود آگاهانه و مسئولانه عمل می‌نماید.

۲کارکنان اقامتگاه‌های بومگردی نیازمند گذراندن دروس اجباری (۶۰ تا ۱۲۰ ساعت) هستند هرچند که در بسیاری از موارد به دلیل عدم نظارت مناسب، الزام گذراندن این دوره به فراموشی سپرده می‌شود. برخی از عناوین دروس بدین شرح است: گردشگری و محیط زیست (۴ ساعت)، آداب پذیرایی سنتی ایرانی (۶ ساعت)، شناخت آداب و رسوم و فرهنگ بومی منطقه (۲ ساعت)، آشنایی با صنایع دستی و سوغات محلی (۲ ساعت)، غذا و نوشیدنی‌های سنتی (۱۲ ساعت) و آشنایی با تنوع اقلیمی و فرهنگ‌های بومی (۱۲ ساعت).

بوم‌گردی و کاهش وسواس در انتخاب مسافران بوده است، زیرا همراستا با سایر بخش‌های جامعه، چالش‌های اقتصادی و معیشتی، بزرگترین دشمن فرهنگ است.

نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری نقش مهمی در توسعه پایدار جوامع محلی دارد و اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از مهمترین پلتفرم‌های اکوتوریسم، ظرفیت بسیاری در حفظ، حراست و ترویج آداب و رسوم و فرهنگ بومی دارد. از سوی دیگر اقامتگاه بوم‌گردی بستر مناسبی است که می‌تواند نقش محوری در توسعه گردشگری پایدار داشته باشد. زیرا به طور همزمان با هر سه رکن وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ارتباط موضوعی و خدماتی دارد. دال محوری پژوهش این است که افزایش بهره‌مندی از سرمایه فرهنگی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، نیازمند افزایش سواد فرهنگی و شکل‌گیری فرهنگ بوم‌گردی در کشور است. اقامتگاه‌های بوم‌گردی به عنوان یکی از مهمترین بسترهای گردشگری قومی می‌توانند با خودآگاهی قومی و توان‌افزایی جامعه محلی نه تنها به توسعه پایدار روستایی و عشایری کمک کنند، بلکه با توجه به حضور فعال زنان در این عرصه و افزایش مشارکت و کنشگری زنان در تداوم حضور در این صنعت به ساختارزدایی از نقش‌های کلیشه‌ای زنانه می‌انجامند و در جهت کاهش نابرابری‌های جنسیتی قدم برمی‌دارند. هر چند همان‌طور که در بخش‌های قبل بیان شد، روند تغییر در موازنه قدرت و چیرگی بر انگاره‌های ذهنی جنسیتی در بافت روستایی/عشایری با توجه به سبقه عرفی و تاریخی موجود، فرایندی تدریجی و پرچالش است. از سوی دیگر این نهاد می‌تواند با تمرکز بر فرایند یادگیری فرهنگی، نقش پررنگ و بنیادینی در بازنمایی فرهنگ بومی و فولکلور منطقه داشته باشد. این امر نیازمند خودآگاهی به منابع مادی و غیرمادی و توان‌افزایی مدیران اقامتگاه است. فربه بودن پاورقی این نوشتار بیانگر حجم بالای اطلاعات غنی و ارزشمندی است که اقامتگاه‌های بوم‌گردی مشارکت‌کننده در پژوهش هم در جریان گفتگو در میدان حقیقی و هم در مردم‌نگاری مجازی و مطالعه مطالب منتشرشده اقامتگاه‌های منتخب در فضای آنلاین و شبکه‌های اجتماعی به مخاطب غیربومی ارائه کرده‌اند که نمادی از قدرت و توان این پلتفرم در بازنمایی فرهنگ قومی و فولکلور منطقه است که در صورت برنامه‌ریزی‌های مدون آموزشی از

سوی نهادهای ذیربط به ویژه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی می‌توان شاهد تداوم فعالیت اثربخش اقامتگاه‌های بوم‌گردی به شکلی ساختارمند و نهادینه‌شده هم در عرصه مجازی و هم حضوری بود. به میزانی که خودآگاهی قومیتی مدیران اقامتگاه افزایش می‌یابد، تمایل و انگیزه برای کنکاش و فهم ریشه‌های فرهنگ بومی و فولکلوریک آنها افزایش می‌یابد که منجر به تولید محتوای غنی و ارائه خدمات فرهنگی در عرصه مجازی و حقیقی به گردشگران تجربه‌گرا می‌شود.

در مواقع بحران (به عنوان نمونه همه‌گیری کرونا) صنعت گردشگری به عنوان یکی از آسیب‌پذیرترین صنایع در معرض بیشترین لطمات اقتصادی است که نیازمند توجه به تمهیدات ترکیبی است. اقامتگاه‌های بوم‌گردی به عنوان یکی از مهمترین بازیگران عرصه گردشگری قومی باید بحث معیشت جایگزین^۱ را همواره در نظر داشته باشند و جذب گردشگر، منبع درآمد دوم آنها باشد و آن را فعالیتی جانبی و مکمل برای درآمدزایی بدانند. توسعه کیفی اقامتگاه‌های بوم‌گردی به توسعه گردشگری هدف‌دار منجر خواهد شد. استمرار حضور در فضای مجازی در جریان فرایند یادگیری فرهنگی یکی از مهمترین راهکارهای مطمئن برای صنایع کوچک فعال در اکوتوریسم است که به افزایش آگاهی فرهنگی جامعه درباره میراث ناملموس فرهنگی که به تدریج به دست فراموشی سپرده می‌شود خواهد انجامید.

حضور و فعالیت زنان در عرصه گردشگری قومی، پنجره‌ای به سوی خودآگاهی و توان‌افزایی بیشتر و افزایش حضور اجتماعی زنان روستایی است. یکی از مهمترین نتایج توسعه گردشگری قومی، رفع تبعیض جنسیتی و حرکت به سمت تعادل جنسیتی است. بی‌شک گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی باعث افزایش کنشگری زنان در اجتماع روستایی می‌شود که زمینه‌ساز عدالت جنسیتی است. افزایش سواد دیجیتال، افزایش مهارت‌های زبانی و افزایش قدرت چانه‌زنی کنشگران زن در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی و نیز تغییر موازنه قدرت در نهاد خانواده از مهمترین نتایج توسعه گردشگری قومی بوده است. پروژه توسعه بوم‌گردی نیازمند بازاندیشی انتقادی است. باید در مورد گروه، اجتماع و نسل‌هایی تأمل کرد که از این پروژه منتفع یا متضرر می‌شوند. در کنار دستاوردهای بسیار ارزشمند حاصل از توسعه اقامتگاه‌های

1 Alternative livelihood

بوم‌گردی باید توجه داشت تأکید صرف بر توسعه کمی بدون مطالعه جدی در این حوزه، تأثیرات مخربی نه تنها بر توسعه پایدار روستا خواهد داشت، بلکه بر نهاد خانواده روستایی هم تأثیرات قابل ملاحظه‌ای خواهد گذاشت. به دنبال سیطره منطق بازاری و سرمایه‌دارانه بر صنعت بوم‌گردی، به تدریج چالش‌های اعیانی‌سازی روستا^۱ (Cater, 2006: 27) در لوای توسعه اقامتگاه-های بوم‌گردی به دستکاری غیرحرفه‌ای در زیست جامعه محلی و از بین رفتن هویت بومی منطقه خواهد انجامید. زیرا اولویت منطق سرمایه‌داری، به حداکثر رساندن سود اقتصادی است و در بستر بوم‌گردی با جذب مشتری به هر قیمت، بازنمایی می‌شود که با وسواس ناشی از آگاهی و دقت نظر در فرهنگ بوم‌گردی در تعارض است.

منابع

- آخوندنژاد. آرمان و دهقانلو. سعید (۱۳۹۵). صنایع دستی و گردشگری پایدار: بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگر. سومین کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری. تبریز.
- ایمنی قشلاق. سیاوش. خانی. فضیله و هاشمی. سید سعید (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو). مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. ۱۸.
- بریمانی. فرامرز. رمضان‌زاده لسبوئی. مهدی و ولشکلایی. سید حسین حسینی (۱۳۹۵). تحلیل جنسیتی ادراک جوانان از اکوتوریسم (مطالعه موردی: دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان میاندرود). مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان. ۱۴(۲).
- حسام. مهدی (۱۳۹۸). شناسایی موانع تأسیس و توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی استان گیلان. پژوهش‌های روستایی. ۱۰(۳).
- اروجی. حسن. چراغی. مهدی (۱۳۹۸). تقاضای بوم‌گردی استان گیلان با تأکید بر عوامل اجتماعی و اقتصادی. مطالعات اجتماعی گردشگری. ۷(۱۴).
- رکن‌الدین افتخاری. عبدالرضا و مهدوی. داوود (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک. مدرس علوم انسانی. ۱۰(۲).

- رضانیایی. ناهید. آزادخانی. پاکزاد و اعلائی. سرور (۱۳۹۷). ارزیابی و تحلیل گردشگری شهری در توسعه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی شهر ایلام). فصلنامه مطالعات عمران شهری. ۲(۴).
- سعیدی. سعیده (۱۳۹۹ الف). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران: مطالعه موردی استان گیلان. فصلنامه جامعه فرهنگ و رسانه. ۹(۳۶).
- (۱۳۹۹ ب). واکاوی کنشگری زنان در بازنمایی فولکلور گیلان در بستر اقامتگاه‌های بوم‌گردی. نخستین همایش ملی خانواده و زنان در دوران کرونا. دانشگاه گیلان.
- میشل. آندره (۱۳۷۲). جنش اجتماعی زنان. ترجمه: هما زنجانی‌زاده. مشهد: نشر نیکا.
- وثوقی. لیلا و قاسمی. مهدیه (۱۳۹۳). اکوتوریسم و توانمندسازی زنان روستایی (مورد مطالعه: روستای شیب دراز. جزیره قشم). زن در توسعه و سیاست. ۴۷.
- هاشمی. حمید (۱۳۹۹). واکاوی نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در حوزه فرهنگ. گردشگری فرهنگ. ۱(۳).
- یاسوری. مجید. باسط قرشی. محمد. وطنخواه. ژیلا (۱۳۹۴). تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن. پژوهش‌های روستایی. ۶(۲).

- Akenji. L. & Chen. H. (2016). **A Framework for Shaping Sustainable Lifestyles: Determinants and Strategies**. United Nations Environment Program.
- Banduran. A. (2001). **Social cognitive theory: An agentic perspective**. Annual Review of Psychology. 52.
- Cater. E. (2006). **Ecotourism as a Western construct**. Critical Issues in Ecotourism. 5.
- Connell, RW. (1987). *Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics*. Stanford University Press.
- Döringer. S. (2021). **The problem-centered expert interview. Combining qualitative interviewing approaches for investigating implicit expert knowledge**. International Journal of Social Research Methodology. 24(3.)
- Ertac. M. & Tanova. C. (2020). **Flourishing women through sustainable tourism entrepreneurship**. Sustainability. 12.
- Foucault. M. (1990). **The History of Sexuality, Volume I: An Introduction**. Robert Hurley (trans.). Pantheon Books. New York.
- Garcia. CM. Eisenberg. ME. Frerich. E. A. Lechner. K. E. & Lust. K. (2012). **Conducting Go-Along Interviews to Understand Context and Promote Health**. Qualitative Health Research. 22(10).
- Gramsci. A. (1971). **Selections from the Prison Notebooks**. Quintin Hoare, Geoffrey Nowell Smith (trans). New York, International Publishers Co.
- Hirsch. J. Kett. J. Trefil. (2002). **The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know**. Collins Reference. 3rd edition.

- Ingold. T. & Lee Vergunst. J. (2008). **Ways of walking: Ethnography and Practice on Foot.** ed. T. Ingold and J. Lee Vergunst. Aldershot. Ashgate.
- Lan. L. Wu. W. & Lee. Y. (2012). **Promoting food tourism with kansei cuisine design.** Procedia-Social and Behavioral Sciences. 40.
- Legat. A. (2008). **Walking stories: leaving footprints.** In Vergunst. J. & Ingold. T. Ways of walking ethnography and practice on foot. Routledge.
- Longwe. S. (1991). **Gender awareness: the missing element in the third world development project in changing perceptions: writings on gender and development.** Oxfam: Oxford.
- Richard. G. (2002). **Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies, in Tourism and gastronomy.** Hjalager, AM & Richards. G. London. Routledge.
- Sheikhi. AR. (2015). **The impact of ethnic tourism on gender equality: a case study of Iran's Baluchistan woman.** Tourism Preliminary Communication. 63(2).
- Sidali. KL. Kastenholz. E. & Bianchi. R. (2015). **Food tourism, niche markets and products in rural tourism: combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy.** Journal of Sustainable Tourism. 23(8-9).
- Steuer. J. (1992). **Defining virtual reality: dimensions determining telepresence.** Journal of Communication. 42(4).
- Wilson. TD. & Ypeij. A. (2012). **Tourism, gender and ethnicity.** Latin American Perspectives. 39 (6).
- Yang. L. & Li. X. (2012). **Ethnic tourism and resident quality-of-life.** In Uysal, M. Perdue. R. & Sirgy. J. Handbook of Tourism & Quality-of-Life Research: Enhancing the lives of Tourists and residents of host communities, Springer Publishers.