

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستاهای کن-سولقان در شمال غرب تهران)

فضیله خانی *

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۲/۱۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۳/۳۰

چکیده

در جامعه جنسیتی شده‌ای که زندگی می‌کنیم، مردان و زنان نگرش‌ها و انتظارات متفاوتی دارند که از تجارب زیستی آنها نشأت می‌گیرد. در پژوهش حاضر، تلاش می‌شود با تکیه بر تحلیل جنسیتی، نحوه درک آثار گردشگری در بین زنان و مردان مورد بررسی قرار گیرد. روش پژوهش، پیمایشی-توصیفی بوده و داده‌ها با پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری شده است. جامعه آماری زنان و مردان ساکن در هفت روستای گردشگری دهستان سولقان هستند. از مجموع ۵۶۰ خانوار، ۲۵۰ خانوار در گردشگری فعال بوده‌اند که طبق جدول کرجسی و مورگان، ۱۵۸ خانوار به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. از بین خانوارهای مذکور، با ۱۰۸ مرد و ۵۰ زن که در گردشگری فعالیت داشتند، مصاحبه شد. طبق نتایج پژوهش، در خصوص درک آثار گردشگری در ابعاد اقتصادی و اجتماعی، بین نظرهای زنان و مردان همگرایی وجود دارد و در درک آثار زیست‌محیطی و نگرش آنان در موفق عمل کردن گردشگری، بین نظرهایشان واگرایی وجود دارد. همچنین گردشگری به‌دلیل ماهیت ارتباطی که دارد، موجب کسب آگاهی بیشتر زنان و افزایش ارتباطات اجتماعی آنان شده است، ولی به کاهش نابرابری‌های جنسیتی و جلب مشارکت عملی آنها در فعالیتهای مربوطه منجر نشده است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، جنسیت، زنان، درک آثار گردشگری، روستاهای کن-سولقان.

* دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه تهران و عضو قطب علمی برنامه‌ریزی روستایی. fazileh.khani@gmail.com
مقاله حاضر، برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان نقش جوامع محلی در توسعه گردشگری است که با حمایت مالی دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران انجام شده است.

مقدمه و بیان مسئله

روستا در کنار شهر می‌تواند برای خانواده و گردشگران خارجی، بخش بسیار مهمی در صنعت گردشگری محسوب شود، زیرا تنوع فرهنگی و مناظر طبیعی روستا، زمینه بسیار مساعدی برای توسعه گردشگری روستایی فراهم می‌کند (تیموتی^۱، ۲۰۰۵: ۴۳). همچنین گردشگری روستایی می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق روستایی ایجاد کند. افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتل‌داری، پذیرایی و حمل و نقل، افزایش تقاضای گردشگران برای کالاها و خدمات و گسترش فروشگاه‌های عرضه‌کننده مایحتاج گردشگران، موجب ایجاد مشاغل جدید می‌شود که نه تنها ساختار اقتصادی، بلکه ساخت اجتماعی روستاها را نیز دچار دگرگونی می‌کند. با ورود گردشگران به منطقه، فرهنگ جمعی و فردی تغییر می‌یابد و عقاید و نظریات جدیدی شکل می‌گیرد که تغییرات رفتاری را نیز در جامعه روستایی پدید می‌آورد. با وجود اهمیت زیادی که گردشگری در توسعه مناطق دارد، در کشورهایی که درآمد حاصل از ذخایر طبیعی دارند، این فعالیت از اولویت بالایی برخوردار نیست، زیرا نیازمند مدیریت قوی و توجه زیادی است تا حین استفاده از منافع آن، بتوان از آثار منفی آن دوری کرد. در عین حال، دولتمردان به درآمدهای حاصل از گردشگری به میزان بسیاری احساس نیاز نمی‌کنند.

علاوه بر این، تاکنون در خصوص تدوین سیاست‌های جامع و حمایت‌های لازم برای توسعه گردشگری، به اندازه کافی پژوهش انجام نشده است و آنچه که بررسی درباره گردشگری را با مشکل روبرو می‌کند، این است که در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی، بخش گردشگری از داده‌ها و منابع اطلاعاتی کمتری برخوردار است.

به‌منظور توسعه بازارهای گردشگری، باید توجه کرد که این بازارها به‌طور فزاینده‌ای، بر اساس زمینه‌های فرهنگی، سن، ساختار خانوادگی، تجارب و محدودیت‌های جسمی متنوع می‌شوند. این موضوع چالش‌هایی را برای توسعه محصولات و مدیریت روابط بین گردشگران، جامعه میزبان و نیز بین گردشگران با سایر مراجعه‌کنندگان به منطقه فراهم می‌کند. توسعه گردشگری، به‌طور بالقوه می‌تواند با ایجاد آثار مختلف اجتماعی و محیطی، موجب کاهش جاذبه‌ها در آینده شود. از این‌رو، توسعه گردشگری پایدار به فلسفه‌ای غالب تبدیل شده است. محافظت از سرمایه‌های اجتماعی و محیطی و رفاه

1 Timothy

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

جوامع میزبان در مناطق روستایی، جزء اصول اولیه است. درک نگرش ساکنین به توسعه گردشگری و عواملی که می‌تواند عکس‌العمل آنها را تحت تأثیر قرار دهد، در دستیابی به حمایت ساکنین برای توسعه گردشگری ضروری است. درک و حتی پیش‌بینی میزان حمایت ساکنین از توسعه گردشگری بسیار اهمیت دارد، زیرا موفقیت و پایداری هر برنامه توسعه‌ای، به میزان بسیاری به حمایت فعال ساکنین بستگی دارد.

از سوی دیگر، توسعه روستایی رهیافتی برای بهبود زندگی اجتماعی-اقتصادی روستاییان-به‌ویژه فقرای روستایی- است. در این رهیافت، بر تسری منافع توسعه به فقیرترین افراد جامعه روستایی تأکید می‌شود (دیکسون، ۱۹۹۰: ۵۶). طی دوره‌های اولیه رشد گردشگری، بیشتر به جنبه‌های رشد اقتصادی توجه می‌شد. در دهه‌های بعدی، جنبه‌های اجتماعی-فرهنگی و سپس محیطی-اکولوژیک به جنبه‌های مذکور اضافه شد و به تدریج، رویکردهای توسعه همه‌جانبه، توسعه یکپارچه و در نهایت، توسعه پایدار گردشگری روستایی مطرح گردید. آنچه که در همه این رویکردها تا حد قابل توجهی مغفول مانده بود، توجه به وضعیت‌های درون-روستایی، به‌ویژه جایگاه و وضعیت زنان در محیط‌های روستایی بود. بنابراین، اقشار و گروه‌هایی از جامعه روستایی، به‌ویژه زنان روستایی، از دایره شمول برنامه‌های مرتبط با این رویکردها خارج ماندند. آنچه که این‌گونه نارسایی‌ها را تشدید می‌کرد، عرصه‌های تنگ آداب سنتی، کنترل اجتماعی و نگاه مردسالارانه در جوامع روستایی بود. بخش گردشگری در فضاهای روستایی نیز از این شرایط مستثنی نیست و در عین حال به شدت نیز بر آن تأثیر گذاشته است.

بدین ترتیب، همه بخش‌های تجارب گردشگری در بستری از مجموعه ادراکات ما از ساختار اجتماعی جنسیت شکل گرفته و از آن تأثیر پذیرفته است. در حالی که، توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری می‌تواند بر مناسبات جنسیتی درون روستا تأثیر بگذارد. از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی و تبیین نحوه اثرگذاری فعالیت‌های گردشگری بر مناسبات و روابط اجتماعی در فضاهای روستایی از طریق درک آثار گردشگری است. در پژوهش حاضر، تلاش می‌شود به پرسش‌های زیر پاسخ داده شود: ۱) دیدگاه ساکنان محلی - زنان و مردان - درباره رواج گردشگری در روستا چگونه است؟ ۲) نحوه درک آثار گردشگری (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی) به تفکیک جنس چگونه است؟ آیا بین زنان و مردان در خصوص استقبال از گردشگری تفاوت وجود دارد؟

ادبیات پژوهش

در دهه‌های اخیر، مشارکت خانوارهای روستایی در فعالیت‌های گردشگری به میزان بسیاری افزایش یافته است. پژوهش‌های فراوانی درباره دلایل گرایش به مشارکت در گردشگری انجام شده است. انگیزه‌های اقتصادی مانند محدودیت توسعه فعالیت‌های تجاری و کسب پایین درآمدزایی در کشاورزی، افزایش روزافزون نیازهای روستاییان و لزوم تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و انگیزه‌های اجتماعی - فرهنگی از جمله، افزایش سطح سواد و آگاهی روستاییان، قرابت فرهنگی روستاییان با جامعه شهری به دلیل گسترش ارتباطات و رسانه‌های مکتوب و تصویری از عوامل محرک در این زمینه هستند. سیاست‌های دولتی در قالب تدوین برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی نیز در ایجاد زمینه‌های مشارکت خانوارها در چنین برنامه‌هایی تأثیر گذاشته است (بنجامین، ۱۹۹۴؛ باولر، کلازک، کروکت، لبری و شاو، ۱۹۹۶؛ دیویس و گیلبرت ۱۹۹۲؛ دوپل و مک‌گی، ۲۰۰۲؛ مک‌گی و کیم، ۲۰۰۴؛ ویور و فنل، ۱۹۹۷). در بیش از سه دهه، گردشگری روستایی یکی از رایج‌ترین اشکال تنوع بخشی اقتصادی بوده و گردشگری کشاورزی نیز در دو دهه، جایگاه ویژه‌ای کسب کرده است (باون، کوکس و فاکس، ۱۹۹۱؛ لوبو و دیگران، ۱۹۹۹؛ هجالاگر، ۱۹۹۶).

مک‌گی و کیم (۲۰۰۴) بر اهمیت جنسیت در گردشگری تأکید کرده‌اند. از دیدگاه بازار، گردشگری زنان غالباً متفاوت است و معمولاً تصمیم‌گیرنده اصلی در نحوه گذران اوقات فراغت محسوب می‌شوند (مک‌گی، لاکر مورفی و یوسال^۱، ۱۹۹۷). همچنین نحوه به تصویر کشیدن زنان در آگهی‌های مرتبط با گردشگری نیز مورد بررسی قرار گرفته است (سیراکیا و سومنز^۲، ۲۰۰۰). ظاهراً موقعیت‌های متعددی در گردشگری جنسیتی شده به‌عنوان یک فعالیت اشتغال‌زا، تفکیک شده است، مانند نظافتچی و مستخدم در هتل‌ها، پرسنل بخش پذیرش در هتل‌ها و رستوران‌ها، برخی کارهایی که زنان در کشاورزی به‌طور سنتی انجام می‌دهند، مانند فرآوری محصولات کشاورزی، بسته‌بندی یا فروش این محصولات و سایر کارهایی که معمولاً "زنانه" تلقی می‌شوند (هوش چایلد^۳، ۱۹۸۳؛ کیننارد و هال^۴، ۱۹۹۴؛ اسمیت^۵، ۱۹۸۹). همچنین زنان به‌طور سنتی بسیاری از ارزش افزوده‌ها در فعالیت‌های کشاورزی در گردشگری را تولید می‌کنند، مانند مربا، ترشی و سایر مواد غذایی و تولید وسایل خانه مانند ملحفه، انواع سبدها و سایر صنایع دستی و حتی

1 Mc Genee, Loker-Murphy & Uysal

2 Sirakaya & Somnez

3 Hochschild

4 Kinnaird & Hall

5 Smith

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

پرورش گل و گیاه که فراهم شدن چنین شرایطی، موجب توسعه کارآفرینی زنان می‌شود. برخی پژوهش‌ها، یافته‌های مذکور را تأیید می‌کنند (جنینگ و استهلک^۱، ۲۰۰۰؛ نیت^۲، ۱۹۸۷؛ اکنور^۳، ۱۹۹۵). یافته‌های پژوهش نیت (۱۹۸۷) در بین جوامع ساکن در سواحل انگلیس نشان می‌دهند که زنان بیشتر در توسعه گردشگری روستایی فعالیت کرده‌اند. اکنور (۱۹۹۵) نیز به شرایط مشابهی در ایرلند دست یافته است. چیپ و فلورا^۴ (۱۹۹۸) دریافتند که بسیاری از اهداف مورد نظر کشاورزی برای مردان و زنان مشابه است، برای مثال، مردان و زنان با مشارکت در فعالیت‌های گردشگری، به دنبال کسب استقلال هستند و آن را فرصتی برای حضور در اجتماع و تنوع‌بخشی اقتصادی می‌دانند. در گزارش‌ها بیان شده است که بسیاری از زنان، وظایف متعددی در گردشگری بر عهده دارند و کشت و زرع محصولات متعدد در کشاورزی را بر کشت یک نوع محصول ترجیح می‌دهند. همچنین یافته‌های این پژوهش‌ها نشان می‌دهند سه انگیزه مهم تأثیرگذار در گردشگری روستایی عبارت‌اند از کسب استقلال، مشارکت اجتماعی، تنوع‌بخشی به تولیدات و دستیابی به استقلال اقتصادی (باسبی و رندل^۵، ۲۰۰۰؛ مکگی و کیم، ۲۰۰۴؛ میلر^۶، ۱۹۹۳؛ نیکرسون، بلاک و مک کول^۷، ۲۰۰۱؛ اکنور، ۱۹۹۵؛ ویور و فنل، ۱۹۹۷).

مناسبات جنسیتی و فعالیت‌های گردشگری

در بررسی فرایند توسعه و تغییرات در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، سه مفهوم اساسی ملاحظه می‌شود: تفکیک جنسیتی در جوامع، روابط جنسیتی و روابط قدرت. درباره آثار گوناگون گردشگری بر جامعه، پژوهش‌های زیادی انجام شده است، ولی در واقع، اکثر پژوهش‌ها این واقعیت را نادیده انگاشته‌اند که همه فرایندهای مرتبط به گردشگری، از طریق جامعه جنسیتی شده رخ می‌دهند (ویکلسون^۸، ۱۹۹۵). از آنجایی که افراد معمولاً در درون جوامع، هویت خود را می‌یابند، روابط و مناسبات اجتماعی نقش مهمی در هویت‌سازی افراد دارند. بنابراین، هویت‌های جنسیتی جزء مهمی از اجزای تعیین‌کننده در نوع فعالیت گردشگری هستند که انجام می‌شود، باید توجه داشت که روابط جنسیتی، مفهومی پویاست که در طی زمان

1 Jennings & Stehlik
2 Neate
3 O'Connor
4 Chiappe & Fiora
5 Busby & Rendie
6 Mitter
7 Nickerson, Black & Mc Cool
8 Wilkinson

توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

مجدداً تعریف می‌شود. بنابراین، تأکید بر سیال بودن هویت جنسیتی، نقش مهمی در درک نحوه انطباق جامعه با تغییرات اجتماعی و اقتصادی دارد که توریسم پدید می‌آورد. بدین ترتیب، در رویکرد جنسیتی بر شناخت روابط و مناسبات بین دو جنس و دسترسی به منابع و کنترل بر آنها و نحوه مشارکت آنها تأکید می‌شود (خانی، ۱۳۸۶: ۱۶۳).

در فرایند توسعه گردشگری، قدرت نیز نقش مهمی دارد (اسوان^۱، ۱۹۹۵ و ساین، ۱۹۹۵). بدین معنا که سیستمی از هویت‌هایی که درون ساختار فرهنگی شکل گرفته است و بیانگر ایدئولوژی‌های مردانه و زنانه است، با روابط اجتماعی تعامل دارد و بر تقسیم کار، اوقات فراغت، نقش‌های جنسیتی و قدرت بین زنان و مردان تأثیر می‌گذارد (خانی، ۱۳۸۵: ۲۲). نحوه توزیع قدرت نیز همانند هویت‌های جنسیتی، امری سیال و در حال تغییر است و با درجه و میزان اشتغال جوامع به گردشگری و قدمت آن ارتباط دارد.

حوزه‌های پژوهش در جنسیت و گردشگری

دو حوزه مورد توجه در پژوهش‌های مرتبط با اشتغال در گردشگری و جنسیت عبارت‌اند از: (۱) موقعیت زنان در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری؛ (۲) روابط و هویت جنسیتی متغیر از طریق فرصت‌های شغلی در گردشگری.

۱- موقعیت زنان در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری

اشتغال در بخش گردشگری، می‌تواند منافعی را برای افراد یا حتی گروه‌هایی از زنان در جوامع خاص داشته باشد. اشتغال در بخش گردشگری، فرصت‌های متفاوتی را نیز پدید می‌آورد و می‌تواند روابط جنسیتی درون جوامع را تغییر دهد. این کار، مستلزم فراهم‌شدن زمینه‌های لازم است، در حالی که، هنوز زمینه‌های لازم در برابر سازی این فرصت‌ها فراهم نشده است (ویلیکینسون، ۱۹۹۵) در عین حال، اشتغال مفهومی است که به کلیشه‌ها و ایدئولوژی‌های حاکم در جوامع مختلف بستگی دارد (سینکلر^۲، ۱۹۹۷).

۲- روابط و هویت جنسیتی متغیر از طریق فرصت‌های شغلی در گردشگری

1 Swain
2 Sinclair

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

معمولاً گردشگری، روابط و نقش‌های جنسیتی را نیز بازتولید می‌کند (کریتون^۱، ۱۹۹۵). از آنجایی که گردشگران بر الگوهای رفتاری اجتماعی و فرهنگی جوامع میزبان تأثیر می‌گذارند و اشتغال در گردشگری نیز درجه‌ای از فرصت‌ها و استقلال فردی را به زنان می‌دهد (مور^۲، ۱۹۹۵)، در جوامع روستایی تغییرات بسیاری ایجاد می‌کند. سوگیری‌های جنسیتی در میراث‌های گردشگری (ادنسور^۳، ۱۹۹۴) و سوگیری‌های جنسیتی در تصاویر گردشگری (هال^۴، ۱۹۹۴) نیز از دیگر موضوعات مورد بحث در گردشگری است که در مقاله حاضر درباره آن بحث نمی‌شود.

مشارکت جنسیتی در فعالیت‌های گردشگری

بدون شک، گسترش گردشگری و تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی، موجب افزایش فرصت‌های شغلی می‌شود که به تبع آن، فرصت‌های شغلی جدیدی نیز برای زنان ایجاد می‌شود (سابو^۵، ۱۹۸۰). ارزیابی کار زنان در گردشگری، به میزان بسیاری به شرایط جغرافیایی و نحوه زندگی زنان بستگی دارد. یافته‌های بسیاری از پژوهش‌ها نشان داده‌اند که زنان در مشاغل کم‌درآمد و رده پایین گردشگری متمرکز هستند. البته برخی دیگر، از جمله پژوهش کوکر در کشور بالی، عکس این وضعیت را نشان می‌دهند (کوکر^۶، ۱۹۹۶). همچنین نتایج پژوهش‌های ویلکینسون و پراواتی (۱۹۹۵)، بیانگر آثار مهم نقش زنان در بخش مشاغل غیررسمی گردشگری، مزدگیری و نگهداری از کودکان است. علاوه بر این، گردشگری از قابلیت بالایی برای اشتغال‌زایی و خوداشتغالی زنان روستایی برخوردار است. از یک سو، درآمدهای اضافی، قدرت بیشتری برای زنان در خانواده ایجاد می‌کند، و از سوی دیگر، می‌تواند به بار کاری زنان اضافه کند، بدون اینکه به‌طور متناسبی، بر اختیارات آنان بیافزاید. علاوه بر این، می‌تواند موجب افزایش ارتباطات اجتماعی شود و انزوای زنان را کاهش دهد (واتمور^۷، ۱۹۹۱). اما در عین حال، می‌تواند نابرابری‌های جنسیتی در بازار کار را نیز تشدید کند (اسکات^۸، ۱۹۹۷).

1 Creighton
2 Moore
3 Edensor
4 Hall
5 Sabo
6 Cukier
7 Whatmore
8 Scott

فضای جنسیتی روستا و فعالیت‌های گردشگری

برای درک بهتر گردشگری روستایی، به شناخت عمیق‌تر ویژگی‌های روستا نیاز است. این شناخت نه تنها ویژگی‌های طبیعی، بلکه خصوصیات و مناسبات پنهان اجتماعی را نیز شامل می‌شود که از طریق تجزیه و تحلیل روابط اجتماعی و تجارب عملی قابل فهم است که در پس چنین ساختارهایی نهفته است. البته در اجرای آن، محدودیت‌هایی نیز وجود دارد. چنانچه بسیاری معتقدند گردشگری "کسب و کار است"، و در شرایط عادی، در اثر رقابت شدید برای کسب درآمد از گردشگری، حفاظت و سرمایه‌گذاری مجدد در این جوامع در اولویت پایینی قرار دارد که در این رابطه، حفاظت و منافع اقتصادی در مقابل یکدیگر قرار می‌گیرند. علاوه‌براین، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران بیرونی، برای انجام فعالیت‌های گردشگری به حمایت جوامع محلی نیاز دارند. بنابراین، همواره باید ارزیابی از میزان همکاری جامعه هدف انجام شود (سانجی^۱، ۲۰۰۷: ۸۵۵-۸۷۵).

زنان روستایی معمولاً برای مشارکت با محدودیت‌هایی مانند غلبه ایدئولوژی مردسالارانه در فضای روستایی و کلیشه‌های ذهنی از روستا همراه با نقش‌های پذیرفته‌شده مواجه هستند. به‌عنوان نمونه، اکثر زنان فعالیت‌هایی در بخش گردشگری روستایی کشورهای پیشرفته انجام می‌دهند که تداوم همان نقش‌های خانگی آنهاست و با وجود تغییرات کندی که رخ می‌دهد، وجود سقف‌های شیشه‌ای، همچنان عاملی مهم در موقعیت زنان محسوب می‌شود (فیلیمور^۲، ۲۰۰۲).

همانند سایر مکان‌ها، در فضاها روستایی نیز متغیرهایی وجود دارند که میزان مشارکت زنان در گردشگری را تغییر می‌دهند، به طوری که موجب افزایش یا کاهش آن می‌شوند و این موضوع به میزان بسیاری به نگاه فرهنگی به زنان بستگی دارد. این متغیرها عبارت‌اند از: سن، درآمد و ساختار خانواده.

روش انجام پژوهش

پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی و روش آن پیمایشی و توصیفی است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه گردآوری گردیده و سپس با نرم افزار SPSS آزمون شده است. در عین حال، در تحلیل داده‌ها از تحلیل جنسیتی کمک گرفته شده و نتایج به تفکیک جنس استخراج گردیده است. برای دستیابی به تحلیل جنسیتی مناسب، باید مراحل زیر مورد توجه قرار گیرد: ۱) گردآوری داده‌ها به

1 Sanjey
2 Phillimore

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

تفکیک جنس و تشخیص تفاوت‌های جنسیتی در دو بعد تقسیم کار جنسیتی و دستیابی و کنترل بر منابع و منافع؛ (۲) شناسایی نیازهای عملی و راهبردی زنان و مردان و ارزیابی قابلیت‌های سازمانی برای بهبود و گسترش برابری جنسیتی. در پژوهش حاضر، جامعه آماری، ساکنین محلی هفت روستا از دهستان سولقان در بخش کن است که در کوه‌های شمال غرب تهران قرار دارد. فاصله بسیار نزدیکی این منطقه و تا حدودی پیوستگی آن به شهر تهران، موجب دستیابی این منطقه به موقعیت ممتازی شده است. در پژوهش حاضر، روستاهایی انتخاب شده‌اند که از جاذبه گردشگری برخوردار بوده‌اند. این روستاها عبارت‌اند از: امامزاده داوود، سولقان، کشار علیا، کشار سفلی، رندان، کیگا و سنگان. در روستاهای مذکور، ۲۵۰ خانوار به فعالیت‌های گردشگری اشتغال داشته‌اند که از بین آنان، بر اساس جدول کرجسی و مورگان^۱، ۱۵۸ خانوار به‌عنوان نمونه انتخاب شدند.

در پرسشنامه محقق ساخته، تعدادی سؤال بسته (به شیوه لیکرت) و باز طراحی شد. پایایی پرسشنامه بر اساس آزمون کرونباخ، ۰,۷۹۴ درصد محاسبه شد که بیانگر قابل قبول بودن پرسشنامه است. در پژوهش حاضر، گردشگری متغیر مستقل و درک آثار گردشگری، مشارکت در گردشگری و نگرش به آن، متغیرهای وابسته هستند.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های توصیفی جامعه نمونه

از کل جامعه نمونه، ۵۰ نفر زن و ۱۰۸ نفر مرد بودند. از کل زنان مذکور، ۳۸ درصد (۱۹ نفر) مجرد و ۶۲ درصد متأهل و از بین مردان نیز ۳۳,۳ درصد (۳۶ نفر) مجرد و ۶۶,۷ درصد متأهل بوده‌اند. از تعداد فوق، ۸۰ درصد از زنان و ۸۵ درصد از مردان، نمونه بومی منطقه بوده‌اند.

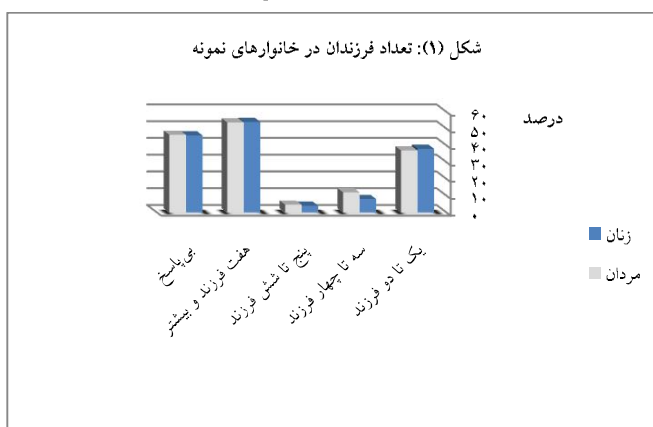
جدول (۱): توزیع سنی پاسخگویان به تفکیک جنس

گروه‌ها	زنان		مردان	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱۴-۲۳	۲۲	۴۴,۹	۱۹	۱۷,۸
۲۴-۳۳	۱۹	۳۸,۸	۴۲	۳۹,۳
۳۴-۴۳	۵	۱۰,۲	۲۵	۲۳,۴
۴۴-۵۳	۴	۶,۱	۱۶	۱۵,۰
+۵۴	۰	۰	۵	۴,۷
مجموع	۵۰	۱۰۰	۱۰۸	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهند که زنان جوان، مشارکت بیشتری در گردشگری دارند که میزان تحصیلات و دوره‌های زندگی آنها، تأثیر زیادی در آن می‌گذارد. در حالی که، مردان در همه گروه‌های سنی، به ویژه گروه سنی ۲۴ تا ۴۴ سال، مشارکت بیشتری دارند، زیرا مردان بیشتر این فعالیت را به‌عنوان شغل در نظر می‌گیرند. در نمودار زیر، توزیع خانوارها از نظر تعداد فرزندان نشان داده شده است. در خانوارهایی که در آن، زنان فعال اصلی در گردشگری هستند، تعداد فرزندان بیشتری دارند. شایان ذکر است که این زنان لزوماً سرپرست یا همسر سرپرست خانواده نبوده و برخی دختر خانواده بوده‌اند. تعداد دختران مجرد (۳۸٪) بیانگر این مطلب است.



منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در نمودار فوق مشاهده می‌شود، زنان و مردان مورد بررسی به لحاظ تعداد فرزندان، مشابه هستند. بیش از ۵۰ درصد خانوارهای مورد بررسی، پرجمعیت هستند و بیشتر از هفت فرزند دارند. در عین حال، بیش از ۳۰ درصد نیز یک تا دو فرزند دارند.

جدول (۲): توزیع جمعیت نمونه بر حسب میزان تحصیلات و به تفکیک جنس

گروه‌ها	زنان		مردان	
	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد
بی‌سواد و کم‌سواد	۲	۴	۲	۱,۹
زیر دیپلم	۲۷	۵۴	۵۴	۵۰
دیپلم	۱۷	۳۴	۳۹	۳۶,۱
فوق دیپلم	۲	۴	۳	۲,۸
لیسانس	۲	۴	۶	۵,۶
بالتر از لیسانس	۰	۰	۲	۱,۹
بی‌پاسخ	۰	۰	۲	۱,۹
مجموع	۵۰	۱۰۰	۱۰۸	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که مردان مشارکت‌کننده در گردشگری، از میزان سواد بیشتری برخوردار هستند. با توجه به اینکه زنان روستایی نسبت به مردان از فرصت‌های ادامه تحصیل کمتری برخوردارند، گردشگری توانسته است فرصت‌هایی را برای آنها فراهم کند، گرچه زنان با تحصیلات بیشتر نیز توانسته‌اند به خوبی به فعالیت‌های گردشگری بپردازند.

جدول (۳): توزیع مشاغل جامعه نمونه به تفکیک اولویت و جنس

گروه‌ها	زن		مرد	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
آزاد	۰	۰	۳۹,۳	۴۲
مشاغل دولتی	۶	۱۲,۸	۱۳,۰	۱۴
کارگر	۲	۴,۳	۴,۶	۵
کشاورز	۰	۰	۳۳,۳	۳۶
مشاغل بدون مزد	۶	۱۲,۸	۷,۴	۸
بیکار	۰	۰	۱,۹	۲
خانه دار	۳۳	۷۰,۳	۰	۰
بدون پاسخ	۳	۶	۰,۹	۱
مجموع	۵۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۸
ارتباط شغل دوم				
مرتبط با گردشگری	۲	۴,۴	۳۸,۲	۳۹
غیرمرتبط با گردشگری	۴۳	۹۵,۶	۶۱,۸	۶۳

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، تعداد زیادی از مردان در مشاغل آزاد مانند ساخت و ساز، خرید و فروش املاک، فروشندگی، حمل و نقل و غیره فعالیت می‌کنند، در حالی که ۷۳ درصد زنان، شغل اصلی خود را خانه‌داری ذکر کرده‌اند. احتمالاً این رقم دختران مجردی که شغل خاصی ندارند را نیز شامل می‌شود. در جامعه روستایی، دختران معمولاً به دنبال شغل نیستند و بیکار محسوب نمی‌شوند. در حالی که، بخش دولتی فرصت‌هایی را برای کار زنان فراهم کرده است، اما زنان نتوانسته‌اند در مشاغل آزاد، فرصت شغلی بیابند.

در جامعه نمونه، ۱۸,۸ درصد زنان و ۳۵,۵ درصد مردان، به میزان زیاد و بسیار زیاد در فعالیت‌های گردشگری مشارکت داشته و ۸۱,۳ درصد زنان و ۶۴,۵ درصد مردان نیز به میزان اندک یا به‌طور غیرمستقیم در بخش گردشگری فعالیت کرده‌اند. در بین زنان پاسخگو، ۴۲,۹ درصد بیان

توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

کرده‌اند که شغل اصلی شان وابسته به گردشگری نیست و ۴۴,۹ درصد از آنها نیز معتقد بودند این وابستگی کم و خیلی کم و ۱۲,۳ درصد نیز آن را زیاد و خیلی زیاد دانسته‌اند. در بین مردان نیز ۳۰,۶ درصد عدم وابستگی و ۳۵,۲ درصد نیز وابستگی کم و خیلی کم به آن را بیان کرده‌اند و ۳۴,۳ درصد نیز وابستگی زیاد و خیلی زیادی به آن داشته‌اند.

جدول (۴): انواع خدماتی که پاسخگویان به گردشگران عرضه می‌کنند (درصد)

مرد				زن				
جمع	زیاد	متوسط	کم	جمع	زیاد	متوسط	کم	
۱۰۰	۲۰	۳۳	۴۷	۱۰۰	۲,۳	۴۰,۹	۵۶,۸	راهنمایی گردشگران
۱۰۰	۸,۵	۱۴,۶	۷۶,۸	۱۰۰	۲,۵	۱۷,۵	۸۰	عرضه خدمات اقامتی به گردشگران (اجاره اتاق و ..)
۱۰۰	۱۱,۴	۳۴,۱	۵۴,۵	۱۰۰	۱۴	۱۸,۶	۶۷,۴	احداث مغازه و فروشگاه در مجاورت مکانهای گردشگری
۱۰۰	۱,۴	۱۲,۳	۸۶,۳	۱۰۰	۵	۱۵	۸۰	فروش محصولات زراعی و باغی
۱۰۰	۶,۸	۹,۵	۸۳,۸	۱۰۰	۴,۵	۷,۵	۸۸	فروش صنایع دستی و تولیدات محلی به گردشگران
۱۰۰				۱۰۰				حمل و نقل گردشگران

منبع: یافته‌های تحقیق

همچنین یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهند که اشتغال و مشارکت در گردشگری، بیشتر به یک فعالیت خانوادگی تبدیل می‌شود و به جز سرپرست خانواده، سایر اعضا نیز به دلیل سودآور بودن آن، در این زمینه فعالیت می‌کنند. همان طور که یافته‌ها نشان می‌دهند زنان با کمک مردان خانواده (۱۸ درصد همسر، ۲۶ درصد پدر و ۴ درصد برادر و ۱۶ درصد نیز با کمک همه مردان خانواده یعنی پدر، همسر و برادران) فعالیت‌های مربوط به گردشگری را اداره می‌کنند. به‌طوری که، ۷,۲ درصد مردان در این فعالیت از همسرشان کمک می‌گیرند و ۵۱ درصد نیز این کار را به کمک فرزندان، برادر و یا پدرشان انجام می‌دهند. بدین ترتیب، ملاحظه می‌گردد که زنان و مردان، به‌منظور انجام فعالیت‌های گردشگری وابستگی نسبتاً یکسانی به خانواده دارند.

یافته‌های تحلیلی پژوهش

به‌منظور سنجش رویکرد زنان و مردان به گردشگری، آثار گردشگری در سه مؤلفه اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی - کالبدی طبقه‌بندی شد. میزان موفقیت گردشگری در منطقه نیز با گویه‌هایی مرتبط مورد اندازه‌گیری قرار گرفت. هدف از این کار، سنجش تفاوت‌های موجود بین درک آثار

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

گردشگری بین زنان و مردان بوده است. همچنین درک اولویت‌های زنان و مردان در نوع گردشگری که در منطقه انجام می‌شود، و برداشتی که از نوع گردشگری منطقه خود دارند نیز موجب درک بهتر تفاوت‌های جنسیتی در گردشگری می‌شود.

درک آثار اقتصادی گردشگری

یکی از مهمترین دلایل توسعه گردشگری روستایی، بهره‌مندی از منافع اقتصادی است که انتظار می‌رود در روستاها پدید آورد (کاستل و کارپنتر، ۲۰۰۵؛ شارپلی، ۲۰۰۲). در ضمن، درک آثار اقتصادی گردشگری، با مشارکت در آن رابطه نزدیکی دارد. یافته‌های حاصل از پژوهش در جدول زیر بیان شده است:

جدول (۵): درک آثار اقتصادی گردشگری روستایی به تفکیک جنس

ردیف	گویه‌ها	کاملاً موافقم		موافقم		تا حدی موافقم		مخالقم		کاملاً مخالفم		Sig	Mann-Whitney	
		مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن		sig	Z
۱	حضور گردشگران باعث ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان شده است	۲۱,۳	۸	۲۰	۲۲,۲	۳۶	۲۰,۴	۲۰	۳۰,۶	۱۶	۵,۶	۰,۱۴	-۱,۶۷۰	۰,۱۰۹۵
۲	حضور گردشگران باعث افزایش درآمد روستاییان شده است	۷,۴	۴	۱۴	۲۶,۹	۴۲	۳۵,۲	۱۸	۲۴,۱	۲۲	۶,۵	*۰,۰۲۳	۲,۲۶۸	*۰,۰۲۳
۳	حضور گردشگران هزینه زندگی در روستا را افزایش داده است	۶,۵	۴	۱۸	۱۷,۸	۲۴	۲۶,۲	۳۴	۳۳,۹	۲۰	۵,۶	۰,۰۸۵	-۱,۲۵۷	۰,۲۰۹
۴	حضور گردشگران صرفاً برای گروهی کوچک از مردم سودمند بوده است	۱۲,۲	۱۲	۲۰,۴	۳۵,۲	۳۴,۷	۲۳,۱	۱۶,۳	۲۴,۱	۱۶,۳	۵,۶	۰,۵۲	-۱,۳۴۶	۰,۱۷۸
۵	حضور گردشگران موجب افزایش قیمت زمین در روستا شده است	۲۸,۷	۴۰,۸	۲۲,۴	۳۸	۱۲,۲	۲۰,۴	۱۶,۳	۱۱,۱	۸,۲	۱,۹	۰,۵۱	-۰,۱۷۲	۰,۸۶۴
۶	با فروش اراضی و املاک به گردشگران موافقم	۲۲,۹	۲۰	۱۰,۴	۳۱,۴	۲۹,۲	۱۶,۲	۲۵	۳۳,۸	۱۲,۵	۸,۶	۰,۰۵۵	-۱,۱۰۶۰	-۰,۲۸۹

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که از داده‌های جدول استنباط می‌شود، فقط در یک مورد (سؤال درباره آثار گردشگری بر افزایش درآمد) تفاوت معناداری بین نظرهای زنان و مردان دیده می‌شود و در سایر موارد، بین نظرهای دو جنس همگرایی وجود داشته است که دلیل آن را می‌توان درک یکسان آثار منفی دانست. همچنین درک تغییرات ناشی از قیمت اراضی، در کل افراد خانواده اعم از زن و مرد یکسان است، اما در خصوص افزایش درآمد، مردان نگرش مثبت‌تری به این گویه داشتند، چون مردان بیش از زنان با آثار مالی ناشی از گردشگری در ارتباط هستند. ظاهراً گردشگری به ایجاد درآمد اضافی

توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

برای زنان نینجامیده است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های اسکات (۱۹۹۷) در این زمینه که گردشگری می‌تواند نابرابری جنسیتی را افزایش دهد، همسویی داشته است.

درک آثار اجتماعی- فرهنگی گردشگری

از موضوعات مهمی که در ادبیات بیان شده است، نقش گردشگری در دگرگونی ساختارهای اجتماعی و مناسبات جنسیتی است. همان‌طور که ویلکینسون نیز بیان می‌کند همه فرایندهای اجتماعی، در درون جامعه جنسیتی شده رخ می‌دهد و بنابراین این فرایندها بر حسب گروه‌های جنسی متفاوت درک می‌شوند (ویلکینسون، ۱۹۹۵). در جدول زیر، نظرهای زنان و مردان درباره گردشگری بیان شده است و آثار گردشگری بر تغییر مناسبات جنسیتی از طریق سئوال‌ات باز مورد بررسی قرار گرفت.

جدول (۶): درک آثار اجتماعی- فرهنگی گردشگری روستایی به تفکیک جنس

گویه‌ها	موافقم		کاملاً موافقم		مخالقم		کاملاً مخالفم		Mann-Whitney		Sig	گویه‌ها	ردیف
	مرد	زن	مرد	زن	Z	sig	مرد	زن	sig	Z			
حضور گردشگران باعث از بین رفتن آداب و رسوم محلی شده است	۱۴	۷,۴	۱۰	۱۸,۵	۲۴	۲۹,۶	۲۸	۳۳,۳	۲۴	۱۱,۱	۰,۱۰۹	۱	۰,۳۱۲
حضور گردشگران باعث تغییر بافت جمعیتی روستا شده است	۱۲,۲	۱۰,۳	۱۸,۴	۲۴,۳	۱۴,۳	۲۱,۵	۳۲,۷	۳۷,۴	۲۲,۴	۶,۵	۰,۰۵۸	۲	۰,۱۲۷
حضور گردشگران امنیت عمومی را در روستا کاهش داده است	۱۰,۴	۱۲,۱	۱۲,۵	۱۶,۸	۳۱,۳	۲۲,۴	۳۵,۴	۴۴,۹	۱۰,۴	۳,۷	۰,۰۸۴	۳	۰,۳۱۳
حضور گردشگران باعث تشدید اختلاف طبقاتی در روستا شده است	۱۶,۷	۱۰,۲	۳۷,۵	۳۰,۶	۱۶,۷	۲۴,۱	۱۴,۶	۲۲,۲	۱۴,۶	۱۳		۴	۰,۲۱۱
حضور گردشگران، کیفیت زندگی روستاییان را افزایش داده است	۲,۱	۱۰,۳	۲۲,۹	۲۵,۲	۳۱,۳	۲۴,۳	۲۷,۱	۳۱,۸	۱۶,۷	۸,۴	۰,۲۱۰	۵	۰,۱۶۸
حضور گردشگران هنجارهای اجتماعی روستا را تغییر داده است	۱۰,۲	۱۱,۱	۱۶,۳	۲۹,۶	۳۶,۷	۲۲,۲	۲۸,۶	۳۶,۱	۸,۲	۹	۰,۰۲۵	۶	۰,۲۸۶
حضور گردشگران از نظر فرهنگی برای روستا مشکلاتی را بوجود آورده است	۱۴,۳	۶,۵	۲۰,۴	۲۹,۹	۱۶,۳	۱۶,۸	۳۶,۷	۴۰,۲	۱۲,۲	۶,۵	۰,۳۰۹	۷	۰,۸۳۹

منبع: یافته‌های تحقیق

طبق جدول فوق، نظرهای دو جنس درباره گویه‌های مربوط به آثار منفی گردشگری (گویه‌های ۱، ۳، ۴ و ۷) همگرایی دارند و بیشتر از نمودار نرمال تبعیت می‌کنند. در خصوص گویه‌های ۲ و ۴ نیز زنان نسبت به مردان، بیشتر موافق بوده‌اند، در حالی که در خصوص گویه اثر گردشگری بر بهبود کیفیت زندگی روستاییان (گویه ۵) مردان نگرش مثبت‌تری داشته‌اند. این وضعیت، بیانگر بهره‌برداری بیشتر مردان از منافع گردشگری است و نظر هاروی (۱۹۹۵) و آلن (۱۹۸۸) را تأیید می‌کند. همچنین پرسش‌های باز و مصاحبه با جامعه نمونه

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

نشان داد که نگرش به سودمندی گردشگری بین زنان و مردان متفاوت بوده است، به گونه‌ای که مردان گردشگری را وسیله‌ای برای برقراری ارتباطات بیشتر با شهر، جلب نظر ارگان‌های دولتی و تبادل اطلاعات و کسب آگاهی می‌دانستند، ولی زنان آن را عاملی برای تأمین فرصت‌های شغلی برای خود و خانواده، استقلال اقتصادی، کسب قدرت بیشتر در خانواده، افزایش مشارکت اجتماعی و تغییر مناسبات جنسیتی در روستا محسوب می‌کردند. به اعتقاد آنها، از زمانی که گردشگری به رونق بیشتری دست یافته است، حضور زنان در فروشگاهها به‌عنوان فروشنده رایج شده و دختران روستا نیز از آزادی بیشتری برای تردد به شهر برخوردار شده‌اند. این یافته‌ها، بر ادعای واتمور (۱۹۹۱) صحنه می‌گذارد. همچنین رواج گردشگری در منطقه، موجب افزایش ارتباطات بین زنان روستایی و نیز با گردشگران (عمدتاً زنان گردشگر) شده است.

درک آثار گردشگری زیست‌محیطی - کالبدی گردشگری روستایی

علاوه بر فواید اقتصادی و بعضاً اجتماعی بسیاری که گردشگری برای جوامع روستایی دارد، بهره‌برداری بی‌رویه از طبیعت می‌تواند موجب تخریب محیط شود و با از بین رفتن جاذبه‌های طبیعی، گردشگری در چنین منطقه‌ای زوال می‌یابد. از این رو، از آنجایی که انتظار می‌رود دو جنس درک متفاوتی از این آثار داشته باشند، درباره آثار مثبت و منفی آن سؤال شد.

جدول (۷): درک آثار زیست‌محیطی - کالبدی گردشگری روستایی به تفکیک جنس

گویه‌ها	موافقم		کاملاً موافقم		مخالقم		تا حدی موافقم		کاملاً مخالفم		Mann-Whitney	
	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	sig	Z
۱ حضور گردشگران، آرامش روستای ما را بهم زده است	۱۱،۱	۱۲،۲	۱۳،۹	۲۸،۶	۲۴،۱	۳۴،۷	۲۱،۷	۸،۲	۹،۳	۰،۸۲	۰،۳۷۲	-۰،۸۹۲
۲ حضور گردشگران، باعث بهبود ساختارهای زیربنایی روستا شده است	۱۹،۶	۲۶	۲۷،۱	۱۴	۲۵،۲	۳۶	۲۱،۵	۱۲	۶،۵	۰،۱۲۹	۰،۰۴۹*	-۱،۹۶۷
۳ حضور گردشگران باعث تخریب محیط زیست روستا شده است	۱۷	۲۰	۲۲،۶	۴۲	۲۹،۲	۱۶	۲۴،۵	۱۲	۶،۶	۰،۲۶۶	۰،۴۲۰	-۰،۸۰۶
۴ حضور گردشگران باعث افزایش آلودگی و زباله در روستا شده است	۲۰،۶	۳۰،۶	۲۶،۲	۳۰،۶	۲۲،۴	۱۴،۳	۲۴،۳	۱۲،۲	۶،۵	۰،۲۵۴	۰،۵۷۱	-۰،۵۶۷
۵ حضور گردشگران، میزان بهداشت عمومی در روستا را افزایش داده است	۸،۴	۴	۱۵،۹	۲۸	۱۸،۷	۲۸	۲۳،۹	۳۴	۱۳،۱	۰،۰۰۴	۰،۰۶۴	-۱،۸۵۲
۶ حضور گردشگران میزان امکانات عمومی روستا را افزایش داده است	۸،۴	۴	۱۵،۹	۲۸	۱۸،۷	۲۸	۲۳،۹	۳۴	۱۳،۱	۰،۰۰۴	۰،۰۳۱*	-۲،۱۶۱
۷ حضور گردشگران، امکانات رفاهی و تفریحی روستا را افزایش داده است	۹،۳	۱۴	۲۳،۱	۳۶	۱۳	۲۴	۴۰،۷	۲۰،۶	۱۳،۹	۰،۰۰۶	۰،۷۴۱	-۰،۳۳۱

منبع: یافته‌های تحقیق * تفاوت معنادار است.

همان طور که در جدول فوق ملاحظه می‌گردد، در خصوص درک آثار منفی گردشگری بر محیط زیست، از جمله افزایش آلودگی‌ها، تخریب محیط و کاهش آرامش روستاییان همگرایی وجود دارد. و عمدتاً در خصوص آثار مثبت بین دو جنس اختلاف‌نظر وجود دارد. اما این همگرایی در جهت تأیید آثار منفی نبوده است، به طوری که در پاسخ به گویه ۱ در حدود ۵۱٪ مردان و ۴۳٪ زنان، نظر مخالف داشتند و فقط ۲۵٪ از مردان و ۲۸٪ از زنان با آن موافق بوده‌اند. در خصوص آثار گردشگری بر بهبود ساختارهای زیربنایی روستا، تفاوت نگرش‌ها معنادار است، به گونه‌ای که مردان بیش از زنان نگاه خوش‌بینانه داشته‌اند. در حدود ۷۲٪ مردان در طیف کاملاً موافق و تا حدی موافق بوده‌اند، در حالی که این رقم برای زنان ۵۲٪ بوده است. در خصوص تخریب محیط زیست نیز مردان و زنان معتقد بودند که گردشگری در تخریب محیط زیست چندان تأثیر نداشته است. این وضعیت در خصوص گویه ۴ نیز صادق است، به گونه‌ای که فقط ۱۴٫۳٪ زنان و ۲۶٪ مردان معتقد بودند که حضور گردشگران موجب آلودگی محیط شده است. همچنین اغلب پاسخگویان، افزایش سطح بهداشت روستا را نه به دلیل حضور گردشگران، بلکه ناشی از افزایش میزان آگاهی و دسترسی به این خدمات می‌دانستند. بین دو گروه مذکور، به میزان بسیاری در این زمینه توافق وجود داشت. فقط ۲۰٫۴٪ از زنان و ۲۵٫۵٪ از مردان با این ادعا موافق بودند. در خصوص گویه ۶، اختلاف‌نظر بین دو جنس معنادار است و مردان نسبت به زنان از دیدگاه مثبت‌تری برخوردارند. این موضوع، بیانگر این واقعیت است که حضور مردان در عرصه عمومی، موجب می‌شود دیدگاه مثبت‌تری درباره مسائل مربوط به این حوزه داشته باشند. نظر آنان درباره افزایش امکانات رفاهی نیز همگرایی دارد و آنها این آثار را مثبت ارزیابی کرده‌اند.

نگرش‌های جنسیتی درباره موفقیت عملکرد گردشگری

یکی از عوامل اصلی موفقیت و پایداری گردشگری، حمایت جوامع محلی از آن است. از این رو، نحوه نگرش ساکنین به عملکرد مسئولان گردشگری و پذیرش آن به‌عنوان یک فعالیت سودمند به میزان بسیاری با درجه مشارکت آنها در فعالیت‌های مربوط به گردشگری ارتباط دارد (غنیان، ۱۳۸۹). به همین ترتیب، در تحلیل جنسیتی درباره این موضوع، نگرش دو جنس به این فعالیت، بیانگر میزان مشارکت بالقوه و بالفعل آنها و احساس سودمندی درباره آن است. از این رو، مؤلفه مذکور با هفت گویه اندازه‌گیری شد که نتایج آن در جدول زیر بیان شده است.

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

جدول (۸): نگرش ساکنین درباره موفقیت گردشگری روستایی به تفکیک جنس

ردیف	گوییها	مواقف		کاملاً موافقم		تا حدی موافقم		مخالقم		کاملاً مخالفم		Mann-Whitney	
		مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	Z	sig
۱	روستای ما یک منطقه گردشگری است	۳۲	۴۲٫۶	۱۸	۳۳٫۳	۳۸	۱۹٫۴	۴	۲٫۸	۸	۱٫۹	۰٫۰۱۷	-2.516*
۲	مدیریت محلی روستا را در فعالیتهای مرتبط با گردشگری موفق می‌دانم	۴	۱۸٫۹	۲۶	۲۳٫۶	۲۸٫۳	۳۰	۲۴	۱۹٫۸	۱۶	۹٫۴	۰٫۱۳۶	-2.054*
۳	دولت نقش خود را در توسعه گردشگری در روستا به خوبی ایفا داده است	۶	۸٫۳	۴	۴٫۶	۱۰	۱۱٫۱	۴۶	۴۲٫۶	۳۴	۳۳	۰٫۹۸۲	-2.268*
۴	حضور گردشگران باعث توجه بیشتر ادارات و دستگاههای دولتی به روستا شده است	۸٫۲	۷٫۴	۶٫۱	۱۷٫۶	۱۲٫۳	۱۷٫۶	۳۰٫۶	۴۶٫۳	۴۰٫۸	۱۱٫۱	۰٫۰۰۰	-3.105*
۵	حضور گردشگران با استقبال اکثر اهالی روستا	۱۹٫۱	۱۱٫۲	۱۰٫۶	۳۲٫۷	۴۰٫۴	۳۰٫۸	۱۷٫۰	۲۰٫۶	۱۲٫۸	۴٫۷	۰٫۰۲۰	-1.009
۶	مایل به شرکت در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در روستا هستم	۲۲٫۴	۲۶٫۹	۳۸٫۸	۴۳٫۵	۱۶٫۳	۱۳٫۹	۱۰٫۲	۱۴٫۸	۱۲٫۲	۹	۰٫۰۲۹	-1.271
۷	در کل موافق حضور گردشگران در روستا هستم	۲۷٫۱	۲۷٫۸	۴۱٫۷	۴۱٫۷	۲۰٫۸	۲۳٫۱	۲٫۱	۶٫۵	۸٫۳	۹	۰٫۱۳۴	-0.250

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول (۸) ملاحظه می‌گردد که نظرهای مردان و زنان در این زمینه که روستای خود را یک منطقه گردشگری بدانند، با یکدیگر تفاوت دارد. در خصوص عملکرد مدیران محلی در فعالیتهای گردشگری نیز با یکدیگر هم‌رأی نیستند. به گونه‌ای که مردان به این عملکرد دید خوشبینانه‌تری دارند. این موضوع نشان می‌دهد که زنان از فرصت برابری برای مشارکت در گردشگری بهره‌مند نبوده‌اند و مردان مشارکت بیشتری داشته‌اند و این امر تا حدودی موجب رضایت بیشتر آنان شده است. با توجه به اینکه توسعه گردشگری در روستا می‌تواند موجب افزایش انتظارات روستاییان از دولت شود، بین هر دو گروه درباره گویه ۳ اتفاق نظر وجود دارد. در حالی که فقط ۱۰٪ زنان و ۱۳٪ از مردان پاسخگو، با این گویه موافق بوده‌اند. اما درباره گویه ۴، بین دو گروه اختلاف نظر وجود دارد و مردان به دلیل ارتباط بیشتر با دستگاههای دولتی و گردشگری، آن را مثبت تلقی کرده‌اند، در حالی که فقط ۱۴٪ زنان در مقابل ۲۵٪ مردان با این گویه موافق بوده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که زنان انتظارات بیشتری از این سازمانها دارند. اما در مجموع، بیش از ۵۰٪ جامعه نمونه معتقد بودند که گردشگری به اندازه کافی نتوانسته است اقدامات و توجه دستگاههای دولتی را به سمت تخصیص منابع در روستاها جلب کند.

درباره میزان استقبال جامعه محلی از گردشگری، بین دو گروه توافق نظر نسبی وجود دارد (۷۰٫۲٪ زنان و ۷۴٫۸٪ مردان با این نظر موافق بوده‌اند)، اما باید توجه داشت که از این تعداد، ۴۰٫۴٪ زنان و ۳۰٫۸٪ مردان تا حدی موافق بوده‌اند و این موضوع، بیانگر موافقت ضعیف با این گویه است.

توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۰

ظاهراً هر دو گروه معتقدند که هنوز گردشگری نتوانسته است به طور کامل منافع برای جامعه محلی داشته باشد، اما به آینده آن خوشبین هستند. در نهایت، درباره گویه‌های ۶ و ۷، یعنی تمایل به شرکت در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و حضور گردشگران در روستا، زنان و مردان تقریباً نظریات مشابهی داشته‌اند. در مجموع، در درک آثار اقتصادی و اجتماعی فرهنگی گردشگری بین نظریات زنان و مردان تفاوت معناداری یافت نشد، ولی در درک آثار زیست‌محیطی و کارکرد گردشگری تفاوت بین نظریات زنان و مردان معنادار بوده است. به‌منظور سنجش نگرش دو جنس درباره نوع مرجح گردشگران، از آزمون من-ویتنی استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره (۹) بیان شده است.

جدول (۹): آزمون من-ویتنی درباره نوع مرجح گردشگران از دیدگاه دو جنس

آزمون	جوانان	میانسالان	مجردین	متاهلین	خانواده
Mann-Whitney U	1975.000	2629.000	2617.500	2554.000	2537.500
Wilcoxon W	3200.000	8515.000	8395.500	8332.000	3812.500
Z	-2.559	-.067	-.017	-.517	-.866
Asymp. Sig. (2-tailed)	.011	.947	.986	.605	.386

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس داده‌های فوق، مشخص شد که بین اولویت‌های زنان و مردان در خصوص انواع گردشگران، فقط در یک مورد (یعنی گردشگران جوان) تفاوت معنادار یافت شد و زنان بیش از مردان، این گروه را ترجیح می‌دادند. با توجه به ویژگی ساختار شکنانه جوانان، ظاهراً ترجیح زنان، بیانگر تمایل آنها به تغییر فضای مردسالارانه روستا است. همان طور که بیان شد، این نظرها بیانگر آگاهی جوامع محلی از فوائد گردشگری است، هر چند که عملکرد موجود، کاملاً آن را نشان نمی‌دهد. اما به آینده آن خوشبین هستند و آن را موجب توسعه منطقه خود می‌دانند.

نتیجه‌گیری

پیشرفت‌های نظری در پژوهش‌های مربوط به گردشگری جنسیت-محور، با استفاده از چارچوب گسترده‌تر مفهومی، غنی شده‌اند که از طریق آن فرایند تغییر در فعالیت‌های مربوط به گردشگری می‌تواند مورد بحث قرار گیرد. پژوهش‌های بسیاری درباره آثار گردشگری روستایی انجام شده است، اما آثاری که این فعالیت بر مناسبات جنسیتی و فضای اجتماعی روستا می‌گذارد، تاکنون مغفول مانده است.

هدف پژوهش حاضر، کشف درک آثار گردشگری در جامعه‌ای جنسیتی است و درصدد پاسخگویی به این پرسش بوده است که چه تفاوت‌هایی در نحوه نگرش زنان و مردان به گردشگری وجود داشته و گردشگری تا چه حد نتوانسته است به سمت ایجاد برابری جنسیتی در جامعه محلی پیش برود و در چه جنبه‌هایی موجب ایجاد نابرابری‌ها شده است. داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که

تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی ...

گردشگری به دلیل ماهیت ارتباطی که دارد، موجب کسب آگاهی بیشتر زنان و افزایش ارتباطات آنها شده، ولی توانسته است به خوبی به جلب مشارکت عملی آنها در فعالیت‌های مربوطه بینجامد. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اشتغال و مشارکت در گردشگری بیشتر به یک فعالیت خانوادگی تبدیل می‌شود، به جز سرپرست خانواده، سایر اعضا نیز به دلیل سودآور بودن این فعالیت در آن مشارکت می‌کنند. این یافته با نتایج پژوهش غنیا و همکاران (۱۳۸۹) در منطقه اورامان همخوانی دارد. همچنین ظاهراً زنان و مردان در مواردی که به اطلاعات مربوط به آثار گردشگری مربوط می‌شود نوعی همگرایی در نظرهایشان دارند، اما مواردی که به مشارکت عملی افراد در گردشگری باز می‌گردد، تفاوت نظر یا واگرایی دیده می‌شود. بدین ترتیب، در مواردی که به عملکرد گردشگری و دولت در این زمینه مربوط می‌شود، بین نظرهای دو جنس تفاوت مشاهده نمی‌شود و هر دو عدم رضایت خود را ابراز کرده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که زنان همانند مردان در خصوص درک آثار منفی گردشگری بر محیط زیست از جمله افزایش آلودگی‌ها، تخریب محیط و کاهش آرامش روستاییان، آگاهی داشتند و بیشتر درباره آثار مثبت بین دو جنس اختلاف نظر وجود دارد. ظاهراً زنان در سطح اولیه کسب آگاهی و اطلاعات درباره گردشگری پیشرو بوده‌اند، ولی در مشارکت عملی به فرصت‌های برابری با مردان دست نیافته‌اند. این یافته‌ها تا حدی نظر اسکات (۱۹۹۷) را در این زمینه تأیید می‌کند. به اعتقاد وی گردشگری می‌تواند شکاف جنسیتی را افزایش دهد.

منابع و مأخذ

- خانی، فضیله (۱۳۸۵). جنسیت و توسعه. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- خانی، فضیله (۱۳۸۶). پارادایم جغرافیای جنسیت. انتشارات سمت.
- غنیا، منصور (۱۳۸۹). تبیین راهبردهای گردشگری کارآفرین روستایی، مطالعه منطقه اورامان (رساله دکتری). دانشکده جغرافیا. دانشگاه تهران.
- غنیا، منصور، قدیری معصوم، مجتبی، مطیعی لنگرودی، سید حسن، زرافشانی، کیومرث (۱۳۸۹). تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌میزبان (مطالعه موردی منطقه اورامان. زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). شماره ۳۰، ص ۹۳.

- Allen, L, Long, P.T, Perdue, R .R. and Kiseibach,S (1998). The Impact of Tourism development on Residents Perception of Community Life. *Journal of Travel Research*. 27 (1). pp. 16 -21.
- Benjamin (1994). C.Benjamin. The growing importance of diversification activities for French farm households. *Journal of Rural Studies* 10 (4) pp. 331-341.
- Bowler, I.; G. Clarke; A. Crockett; B. Ibery and A. Shaw (1996). The development of alternative farm enterprises: A study of family labour farms in the Northern Pennines of England. *Journal of Rural Studies* 12 (1996) (3). pp. 285-295
- Busby & Rendle (2000). G.Busby and S. Rendle The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism management* 21. pp. 635-642.
- Castle, T, Garst, R. and Carpenter, D. (2005). Rural Tourism Business Development. Coon Rapids Development Group. No.6
- Creighton, M. R. (1995). Japanese craft tourism. *Annals of Tourism Research*, 22, 2. pp. 463-478.

- Cukier, J. E. (1996). *Tourism employment in developing countries: analyzing an alternative to traditional employment in Bali, Indonesia*. Unpublished PhD Dissertation, Department of Geography, University of Waterloo, Waterloo.
- Davies E.T. & D.C. Gilbert (1992). A case study of the development of farm tourism in Wales. *Tourism Management*, 13 (1992) (1), pp.56-63
- Edensor, T. & U. Kothari. (1994). The masculinisation of Stirling's heritage. In V. Kinnaird & D. Hall (eds.), *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester: John Wiley, pp.164-187.
- Green, E.; S. Hebron; & D. Woodward. (1990). *Women's Leisure: What Leisure?* London: Macmillan
- Hall, D. & V. Kinnaird (1994). A note on women travellers. *Tourism: A gender analysis*. Wiley, pp.188-209.
- Hjalager, A.-M. (1996). Agricultural diversification into tourism. *Tourism Management*, 17 (1996) (2), pp.103-111.
- Hochschild A.R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press, Berkeley.
- Jenning, G. & Stehlik (2000). Agricultural women in Central Queensland and changing modes of production: a preliminary exploration of issues, *Rural Society Journal*, 10, pp. 5-20.
- Kinnaird, Vivian and Derek Hall (2000). Theorizing gender in tourism research. *Tourism Recreation Research*, 25, 1, pp. 71-84.
- Lobo et al. (1999). Agritourism benefits agriculture in San Diego County. *California- Agriculture*, 53 (6), pp. 20-24.
- McGehee, N.G, Locker-Murphy & Uysal (1997). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies* 7 (1), pp 45-57.
- McGehee, N.G, Kim, K, and Jennings G.R. (2004). Motivation for agritourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, pp. 161-170.
- McGehee, N.G, Kim, K, and Jennings G.R. (2007). Gender and Motivation for agritourism entrepreneurship. *Tourism Management*, Volume 28, Issue 1, Pp.280-289.
- Merchant, C. (1981). *The Death of Nature: Women, Ecology and the Scientific Revolutions*. London: Wildwood House.
- Moore, R. (1995). Gender and alcohol use in a Greek tourist town. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, pp. 300-313.
- Neate, S. (1987). *The role of tourism in sustaining farm structure and communities on the Isles of Scilly*. In: M. Bouquet and M. Winter, Editors, *Who from their labors rest? Conflict and practice in rural tourism*, Avebury, Aldershot (1987), pp. 9-21.
- O'Connor P. (1995). Tourism and development in Ballyhoura: Women's business?. *Economic and Social Review* 26 (4), pp. 369-401.
- Phillimore, J. (2002) Gender, tourism, employment and fun. In M. Swain & J. Momsen (eds.). *Gender, Tourism, Fun?*
- Pigram, J. J. (1994). Alternative tourism: tourism and sustainable resource management. In V. Smith & W. Eadington (eds.), *Tourism Alternatives*. Chichester & New York: John Wiley, pp. 76-87.
- Sabo, D. R. Runfola. (1980). *Jock: Sport and Male Identity*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Scott, J. (1997). Chances and choices: women and tourism in Northern Cyprus. In Sinclair, pp.60-90.
- Sharply, R. (2002) Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 23, pp.233-244.
- Sinclair, T. (1997a). Gendered work in tourism: comparative perspectives. In Sinclair, pp 220-234
- Sinclair, T. (ed.). (1997). *Gender, Work and Tourism*. London: Routledge.
- Sirakaya & Somnez (2000). E. Sirakaya and S. Somnez, Gender images in state tourism brochures: An overlooked area in socially responsible tourism marketing. *Journal of Travel Research* 38 (4), pp. 353-362.
- Smith, M. (1989) *Beyond the glitter: The impact of tourism on rural women in the Southeast*. The Southeast Women's Employment Coalition, Lexington, KY.
- Swain, Margaret. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, Pp. 247-266.
- Timothy, Dallen J. (2005). *Rural tourism business: A North American overview, Aspects of Tourism, Rural Tourism and sustainable business*. Channel View Publication, England.
- Weaver & Fennell (1997). D.B. Weaver and D.A. Fennell, The vacation farm sector in Saskatchewan: A profile of operations. *Tourism Management* 18 (6), pp. 357-365.
- Whatmore, S. (1991). Life cycle or patriarchy? Gender divisions in family farming, *Journal of Rural Studies*, 7, p.p 71-76.
- Wilkinson, P. F. & W. Pratiwi. (1995). Gender and tourism in an Indonesian village. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, p.p 283-299.

تقدیر و تشکر: نگارنده از جناب آقای دکتر منصور غنیان و سرکار خانم مریم مردانی که در مراحل پژوهش و تدوین مقاله اینجانب را یاری نموده‌اند، کمال سپاس و قدردانی را دارد.