

## تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌ی میزبان

(مطالعه‌ی موردی منطقه‌ی اورامان)

منصور غنیان<sup>\*</sup>، مجتبی قدیری معصوم<sup>\*\*</sup>، سیدحسن مطیعی لنگرودی<sup>\*\*\*</sup>،

کیومرث زرافشانی<sup>\*\*\*\*</sup>

**چکیده:** تنوع‌بخشی به اقتصاد، بالابردن شاخص‌های توسعه‌ی انسانی، جلوگیری از مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفت‌وگوها و حفظ محیط زیست از دغدغه‌هایی است که جهان امروز برای نیل به توسعه‌ی پایدار در صدد ارائه‌ی راه‌کارهایی نو و گزیدارهایی مطلوب هم‌چون گردشگری روستایی است. صاحب‌نظران شکی در نقش غیرقابل انکار زنان در فرایند توسعه‌ی روستایی ندارند. در جوامع سنتی به نقش و جایگاه جنسیت در برنامه‌ریزی‌ها توجه کافی نمی‌شود در حالی‌که در بیشتر این جوامع، جنسیت عاملی مهم در تعیین برخورداری یا محرومیت است. این مطالعه در صدد تحلیل و تبیین دیدگاه گروه‌های جنسیتی جامعه‌ی میزبان در خصوص توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری روستایی در منطقه‌ای روستایی در غرب ایران است. روش تحقیق این مطالعه، هم کمی و هم کیفی است؛ یک پیمایش کمی در کنار یک مطالعه‌ی موردی که روشی کیفی است، صورت می‌پذیرد. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه و مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته گردآوری می‌شود. نمونه‌ی مورد مطالعه در بخش کیفی، تعداد ۱۹ نفر و در بخش کمی، ۱۳۴ نفر از زنان و مردان روستای اورامان تخت، مرکز دهستان اورامانات، شهرستان سروآباد در استان کردستان است. نتایج نشان از تفاوت دیدگاه بین زنان و مردان در خصوص دلایل موافقت با حضور گردشگران، انگیزه‌های مشارکت و تغییر نقش‌های اجتماعی زنان در اثر توسعه‌ی فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در سطح منطقه دارد. هم‌چنین نتایج نشان از شکل‌گیری ساختاری بومی در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری دارد که امروز در جهان تحت عنوان گردشگری کارآفرین شناخته می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری روستایی، جنسیت، زنان روستایی، گردشگری کارآفرین، اورامان.

m\_ghanian@yahoo.com

mghadiri@ut.ac.ir

shmotiee@ut.ac.ir

zarafshani2000@yahoo.com

\* استادیار دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین

\*\* دانشیار دانشگاه تهران

\*\*\* استاد دانشگاه تهران

\*\*\*\* دانشیار دانشگاه رازی

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۴/۱۴

## مقدمه

مطالعات انجام شده در زمینه توسعه روستایی از جمله مطالعات سازمان بین‌المللی کار که از اوایل دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است، بر افزایش درآمد در میان روستاییان، لزوم سمت دادن توسعه به سوی اشتغال بیشتر، برآورده کردن نیازهای اساسی مردم، فقرزدایی و ... تأکید دارند. یکی از راهبردهایی که در راستای توسعه روستایی شناخته شده، گردشگری روستایی<sup>۱</sup> است. گردشگری روستایی که آن را یک رهیافت جای‌گزین برای نیل به توسعه پایدار روستایی می‌دانند، با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی، سعی در ارائه راهبردهای جدید برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل یا متحول کردن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آن‌ها دارد (هالند و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳).

توجه به موضوع گردشگری روستایی از دهه‌های ۱۹۵۰ میلادی به بعد گسترش یافت و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، بیشتر در زمینه اقتصاد گردشگری روستایی برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت (قادری، ۱۳۸۲). گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است؛ به‌عنوان یک فعالیت گسترده‌ی جهانی و نقش آن بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی. از همین رو، منطقی است پذیرفته شود که تعریفی قابل قبول و عام از گردشگری روستایی وجود ندارد. با این حال، با توجه به تعاریف ذکر شده از گردشگری و گردشگری روستایی، می‌توان گردشگری روستایی را این‌گونه تعریف کرد:

«گردشگری روستایی می‌تواند به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی گفته شود که توسط کشاورزان، مردم و دولت برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران انجام می‌شود و نیز فعالیت‌هایی که توسط گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد. هم‌چنین می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی باشد» (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱).

ایران، کشوری با جاذبه‌های فراوان است. غنای جاذبه‌ها در ایران موجب شده است که آن را جهانی در یک مرز بنامند. جاذبه‌های ایران آن‌قدر متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه‌ی کافی برای سفر به این کشور را به‌وجود می‌آورند. پتانسل‌های گردشگری در هر روستا بیش از هر چیز به سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی بستگی دارد. ایران با برخورداری از جاذبه‌های مختلف در نواحی روستایی، محیط‌های دل‌انگیزی را برای گردشگری فراهم کرده است.

1. Rural Tourism

2. Holland et. al

زنان نقشی کلیدی و مهم در توسعه‌ی صنعت گردشگری ایفا می‌کنند و حتی برخی از بزرگ‌ترین هتل‌های جهان با مدیریت زنان اداره می‌شود. نمونه‌ی بارز این اثرگذاری در کشور ما، در شهرهای شمالی مشهود است. نقش زنان در توسعه‌ی اقتصادی صنعت توریسم قابل توجه است. علاوه بر این، در اکثر نواحی روستایی کشور، زنان به کارهای دستی چون گلیم بافی، حصیربافی، سوزن‌دوزی یا صنایع دستی بومی هر منطقه می‌پردازند که فروش آن‌ها درآمدی قابل توجه برای جامعه‌ی میزبان به ارمغان می‌آورد. برای مثال؛ در هنگام ورود به روستای ایبانه، زنان بسیاری در هر کوچه هستند که با فروش صنایع دستی خود، از سرکه و لواشک تا نقره و لباس‌های محلی و ... به کسب درآمد می‌پردازند (توکلی، ۱۳۸۷).

## طرح مسئله

تنوع‌بخشی به اقتصاد، بالابردن شاخص‌های توسعه‌ی انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی‌شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها به‌ویژه شهرهای بزرگ، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها، حفظ محیط زیست و در مجموع، توسعه‌ی پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبروست (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱).

سه دهه‌ی اخیر، شاهد افزایش چشم‌گیر تعداد خانوارهای کشاورزی است که در پی تنوع‌بخشیدن به تولیدات خود هستند. مروری بر مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که علت چنین تنوع‌بخشی عواملی مانند کاهش حمایت دولت از بخش کشاورزی، افزایش فشارهای محیطی، تغییرات آب‌وهوایی، کاهش تجارت در حوزه‌ی کشاورزی، انعطاف‌پذیری کم در موقع بحران و نیز افزایش هزینه‌های زندگی و تقاضا برای زندگی با کیفیت بالاتر در نواحی روستایی است. بیش از دو دهه است که گردشگری روستایی در انواع مختلف خود به‌عنوان یکی از اشکال این تنوع‌بخشی مطرح است (مک‌گی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷).

بنابراین برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری در بسیاری از کشورهای درحال توسعه به‌عنوان یک کاتالیزور مؤثر برای توسعه‌ی اقتصادی - اجتماعی روستاها محسوب می‌شود که موجب افزایش بهبود شرایط اقتصادی روستاها خواهد شد (سام و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). در حالی که برای تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی

<sup>3</sup>. McGehee & et. Al

<sup>4</sup>. Som et. Al

پیشنهاد می‌شود که چون مردم در تمام سطوح و مشاغل مختلف در جامعه‌ی میزبان تحت تأثیر این صنعت قرار می‌گیرند، در برنامه‌ها مورد توجه قرار گیرند.

از سوی دیگر، اگرچه گزارش‌های رسمی بنگاه‌های مرتبط بین‌المللی نشان از نقش ۶۰ الی ۷۰ درصدی زنان در برنامه‌های گردشگری دارد، اما همین گزارش‌ها بر این نکته اشاره دارند که سهم زنان از عواید حاصل از گردشگری در مقایسه با مردان بسیار ناچیز است. از این رو، دستیابی به پایداری در توسعه‌ی فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در گرو توجه به روابط جنسیتی و نقش‌های جنسیتی در قالب برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری است (رادرفورد<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶).

به حقوق زنان از بعد انسانی و حقوق مسلم و طبیعی آنان، توجهی شایسته‌ی شأن این نیمه‌ی اجتماع نشده و دلایل این بی‌توجهی عمدتاً نگرش جنسیتی و تبعیض و نابرابری ناشی از تلقی برتری مرد به زن و نگاه مالکیت‌مدارانه‌ی مردسالارانه در طول تاریخ است. پیامد این روند؛ فقدان اعتمادبه‌نفس، فقر و وابستگی اقتصادی، محرومیت مضاعف و ناآگاهی و در نتیجه، پذیرش بی‌عدالتی و نابرابری‌ها و خشونت از سوی زنان بوده است. چنین نگرشی عملاً جامعه‌ی مردان را از بهره‌گیری از توانایی و پتانسیل ۵۰ درصد جامعه غافل می‌کند و نهایتاً با محروم ماندن جامعه‌ی بشری از توانایی و استعدادهای نیمه‌ی خود، روند توسعه را در محاق قرار داده یا کند کرده است. به‌علاوه، مشارکت نداشتن زنان در تصمیم‌گیری و مدیریت جامعه، عملاً گاه به نتایج ناخوشایند و زیان‌های غیرقابل جبرانی انجامیده است (شعبانی، ۱۳۸۸). این وضعیت در نواحی و جوامع سنتی و از جمله نواحی روستایی با شدت بیشتری دیده می‌شود.

گردشگری قادر است به‌عنوان یک گزیدار در توان‌مندسازی زنان نقشی مهم ایفا کند و از این رو دفتر بین‌المللی گردشگری در مارس ۲۰۰۸ با ارائه‌ی برنامه‌ای عملی، سازمان جهانی گردشگری را در خصوص ایفای نقشی راهبردی در توان‌مندسازی اقتصادی زنان موظف نمود. برنامه‌ای که اساس آن بر کاهش فقر و تقویت هویت زنان و توجه به نقش آن‌ها در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری گذاشته شده است محل کار مورد توجه قرار بگیرد. این برنامه عملی را باید به عنوان یکی از سه تعهد سازمان جهانی گردشگری در نظر گرفت که در چارچوب قانون جهانی اخلاقی گردشگری و در حمایت از اهداف توسعه هزاره سازمان ملل قرار می‌گیرد. این اهداف عبارتند از: سودرسانی گردشگری به مستمندان؛ حفاظت محیط زیست و توان‌مندسازی زنان.

5. Rutherford

بر این اساس، این مطالعه با هدف تبیین، تحلیل و تطبیق دیدگاه زنان و مردان در خصوص پیامدهای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در یک منطقه‌ی روستایی انجام شده و درصدد دست‌یابی به پاسخ سوالات زیر بوده است:

- دیدگاه ساکنان محلی - زنان و مردان - در خصوص موافقت با حضور گردشگر در روستا چگونه است؟
- نوع و میزان مشارکت افراد محلی با توجه به قشربندی اجتماعی روستا و با محوریت جنسیت چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی با هم دارد؟
- انگیزه افراد از مشارکت در فعالیت‌های گردشگری چیست؟ و بالاخره؟
- توسعه‌ی گردشگری و فعالیت‌های مرتبط، چه تغییر یا تغییراتی در نقش‌های اجتماعی افراد خصوصاً با مد نظر قرار دادن جنسیت افراد ایجاد نموده است؟

## مبانی نظری

توسعه‌ی تئوری فمینیستی در دنیای غرب، منجر به درکی ویژه از واژه‌ی «جنسیت» شد. این واقعیت که اکثر علوم دارای سوگیری مردانه هستند، به مرور در تمامی زمینه‌ها از جمله در ادبیات علمی جهان به سوی درک ساختار و دینامیک روابط مبتنی بر جنسیت متمایل شد و امروز یکی از محورهای اصلی تحلیل‌های مرتبط با سازمان‌های اجتماعی و عوامل مؤثر بر پیشرفت این سازمان‌ها در جوامع شده است. لازم به ذکر است که جنسیت و توسعه تنها بر زنان تکیه نمی‌کند، بلکه بر ارتباط زنان و مردان متمرکز بوده و در مطالعات مربوط به گردشگری نیز از اهمیتی ویژه برخوردار شده است (پراتیوی<sup>۶</sup>، ۱۹۹۴). اولین مطالعات علمی در خصوص موضوع جنسیت و گردشگری، به مطالعه‌ی کیننارد و هال<sup>۷</sup> در سال ۱۹۹۴ بازمی‌گردد که به تبیین دیدگاه‌های زنان و مردان در خصوص توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری پرداخت. این دو در کتاب خود با محوریت مسائل اجتماعی و فرهنگی، به مطالعه‌ی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری از دیدگاه زنان و مردان پرداختند.

6. Pratiwi

7. Kinnaird & Hall

سه عنصر اصلی و تأثیرگذار بر انگیزه‌ی افراد برای مشارکت در برنامه‌های گردشگری روستایی را مک‌گی<sup>۸</sup> و هم‌کاران (۲۰۰۷)، استقلال‌طلبی، مشارکت مدنی و تنوع تولیدات بیان می‌کند. این عناصر برگرفته از موارد مطرح‌شده توسط نیکرسون<sup>۹</sup> و هم‌کاران (۲۰۰۱)، ویلسون<sup>۱۰</sup> و هم‌کاران (۲۰۰۱) و پیترچک<sup>۱۱</sup> و هم‌کاران (۲۰۰۵) هستند که مک‌گی آن‌ها را به‌صورت سازمان‌یافته‌ی زیر در مقاله‌ی خود آورده است:

• مشارکت با انگیزه‌ی استقلال‌طلبی که شامل مواردی هم‌چون کم‌توجهی برنامه‌های دولت به کشاورزی، نوسان در درآمد کشاورزی، ایجاد اشتغال برای خود و خانواده و کسب درآمد از منبعی غیر از کشاورزی است.

• مشارکت با انگیزه‌ی مشارکت مدنی که خود شامل ارتباط و آشنایی با گردشگران، احساس نیاز به بازار مرتبط با گردشگری، آموزش و یادگیری از گردشگران و مشاهده‌ی موفقیت افراد شاغل در بخش گردشگری است.

• مشارکت با انگیزه‌ی تنوع‌بخشی به تولیدات، که شامل دو بخش استفاده‌ی کامل از منابع موجود در سطح منطقه و استفاده از تسهیلات مالی بخش گردشگری است.

مطالعات متعدد نشان از تأثیر ویژگی‌های فردی از جمله جنسیت بر دیدگاه افراد در خصوص گردشگر، میزان و نوع مشارکت در برنامه‌های مرتبط با گردشگری دارد. نتایج مطالعه‌ای کیفی در روستاهای جاوای غربی در اندونزی نشان می‌دهد که در اثر توسعه‌ی سریع گردشگری، تغییر معناداری در دینامیک جامعه ایجاد شده است. اگرچه این تغییرات برای مردم محلی تنها در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی قابل درک است، نتایج نشان می‌دهد که گردشگری لزوماً تمامی اقشار و طبقات یک جامعه را به‌طور یکسان تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد که توسعه‌ی گردشگری در نواحی روستایی اندونزی، علاوه بر بهبود کیفیت زندگی روستاییان، نقش‌های جنسیتی و روابط جنسیتی را به‌خصوص در میان اقشار پایین‌تر اجتماع بیشتر تحت تأثیر قرار داده است (ویلکینسون<sup>۱۲</sup> و پراتیوی، ۱۹۹۵).

8. McGhee

9. Nickerson

10. Wilson

11. Peterzelka

12. Wilkinson

تحلیل جنسیتی و توجه به جنسیت در امر برنامه‌ریزی از ابزارهای اصلی توسعه‌یافتگی در جهان کنونی است. برای ورود به این بحث ابتدا لازم است تعریفی کامل از جنس<sup>۱۳</sup> و جنسیت<sup>۱۴</sup> ارائه شود. جنس به خصوصیات بیولوژیک فرد اشاره دارد در حالی که جنسیت به نقش‌هایی اشاره دارد که توسط اجتماع برای زنان و مردان تعیین می‌شود. موضوع «جنسیت» به مراتب پیچیده‌تر از «جنس» است و نقش‌های جنسیتی به زنان یا مردان بستگی ندارد و این مسئله را می‌توان در تقسیم کار کشاورزی مشاهده کرد. جنس افراد با گذشت زمان تغییر نمی‌کند، در حالی که نقش‌های جنسیتی با گذشت زمان تحت تأثیر تغییرات اجتماعی قرار می‌گیرند و تغییر می‌کنند. تحلیل جنسیتی در واقع مطالعه وقایع، شرایط مطالعات موردی و آمار، با هدف تجزیه و تحلیل نقش جنسیت و ایجاد و بقای یک پدیده‌ی خاص اجتماعی - اقتصادی و روش توجه به آن مسئله و برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت است (ابتکار، ۱۳۷۴).

نکته‌ی قابل توجه در تاریخ معاصر ایران، اشتغال زنان و میزان اندک مشارکت زنان در بازار کار است. اگرچه وجود یک دورنمای جنسیتی در طراحی سیاست‌های کلان اقتصادی در اکثر کشورها حتی کشورهای توسعه‌یافته کاملاً پذیرفته نشده، اما توجه به توان‌مندسازی زنان به‌عنوان رهیافتی برای ارتقای قابلیت زنان به‌منظور تغییر ساختارهای موجود امروز، مورد اتفاق نظر اکثر دست‌اندرکاران توسعه در کشورهای مختلف است (خانی، ۱۳۸۵). از این رو، هر دستگاه اجرایی که بخواهد دیدگاه مبتنی بر مسائل جنسیتی را در برنامه‌ها و خدمات خود در نظر بگیرد، نخست تصویری روشن از نقش جنسیت و تقسیم کار اجتماعی و اقتصادی باید در حوزه‌هایی که مایل است آن‌را توسعه دهد، پدیدآورد. این امر در توسعه‌ی فعالیت‌هایی که از آن‌ها به‌عنوان گزیدارهای نوین جامعه برای نیل به توسعه‌ی پایدار یاد می‌شود و گردشگری نیز یکی از آن‌هاست، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

## روش تحقیق

این مطالعه یک مطالعه‌ی توصیفی است که از دو بخش تشکیل شده است. بخش اول آن به روش مطالعه‌ی موردی و بخش دوم در قالب یک پیمایش میدانی انجام شد. به‌عبارت دیگر؛ روش تحقیق این

13. Sex

14. Gender

مطالعه تلفیقی از روش کمی و کیفی بوده است. جمع‌آوری اطلاعات در بخش کیفی از طریق مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته بود. نمونه‌ی مورد مطالعه، تعداد ۱۹ نفر از زنان و مردان (۱۰ زن و ۹ مرد) روستای اورامان تخت، مرکز دهستان اورامانات شهرستان سروآباد، در استان کردستان بود که دارای سابقه‌ی طولانی مشارکت در برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در سطح منطقه بودند.

برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کمی، پرسش‌نامه‌ای طراحی شد و پس از تأیید روایی و پایایی آن توسط صاحب‌نظران و انجام مطالعه‌ی پایلوت مورد استفاده قرار گرفت. سوالات مطرح‌شده در خصوص فعالیت‌های جاری مرتبط با گردشگری در منطقه، دیدگاه آنان در خصوص حضور گردشگران، میزان مشارکت افراد، انگیزه‌ی آنان از مشارکت، نقش و وظایف آنان در ارتباط با گردشگری و پیامدها و عایدات آنان از توسعه‌ی فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در سطح منطقه بود. نمونه‌گیری برای انجام بخش کیفی به روش گلوله برفی<sup>۱۵</sup> و شروع حرکت با دهیار روستا بود که بر اساس شرح وظایف، متولی فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و در واقع نماینده‌ی سازمان گردشگری و میراث فرهنگی در سطح روستا است. به‌منظور انجام بخش کمی مطالعه، حجم نمونه از طریق فرمول کوکران برابر با ۱۳۴ تعیین و نمونه‌گیری به روش تصادفی، متناسب با حجم طبقه‌ی (زنان و مردان) انجام شد.

### معرفی منطقه مورد مطالعه

روستای اورامان تخت با قدمتی ۲۵۰۰ ساله، مطابق اسناد موجود از قدیمی‌ترین روستاها و مراکز جمعیتی در غرب کشور محسوب می‌شود. مطابق آخرین سرشماری در سال ۱۳۸۵، با ۶۵۰ خانوار و ۳۵۰۰ نفر جمعیت بزرگ‌ترین روستای منطقه‌ی اورامانات محسوب می‌شود. این روستا در فاصله‌ی ۶۰ کیلومتری شهرستان سروآباد و ۷۵ کیلومتری شهرستان مریوان در استان کردستان واقع است. این روستا با معماری منحصربه‌فرد، در کنار طبیعت بکر و زیبای آن، لقب ماسوله‌ی غرب را به‌درستی به‌خود اختصاص داده است. حضور گردشگران محلی، منطقه‌ای، ملی و حتی خارجی به‌دلیل جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی موجود در روستا و برگزاری دو مراسم با قدمت بیش از ۸۰۰ سال در ماه‌های اردیبهشت و بهمن از یک‌سو، و نزدیکی به سایر جاذبه‌های گردشگری منطقه از جمله دریاچه‌ی زریوار در شهرستان مریوان، قرآن نگل و غار قوری قلعه در پناه، همه و همه از دلایل مطرح شدن این روستا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین



تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌ی میزبان ۱۰۱

مناطق جذب گردشگر در غرب کشور است. آمار دقیقی از میزان حضور گردشگران در منطقه وجود ندارد، اما در مراسم معروف پیرشالیار که سالانه در دو نوبت اردیبهشت و بهمن در منطقه انجام می‌شود، در آخرین مورد (اردیبهشت ۱۳۸۸) بیش از پنج‌هزار نفر از گردشگران خارجی و داخلی حضور داشتند.

## یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که اشاره شد در این تحقیق تلفیقی از دو روش کمی و کیفی با توجه به ماهیت موضوع تحقیق استفاده شد که به تفکیک یافته‌های هر بخش ارائه می‌شود.

### الف) بخش کیفی

در این بخش از مطالعه‌ی نمونه‌ی مورد مطالعه، ۱۹ نفر از زنان و مردان روستایی (۱۰ زن و ۹ مرد) دارای سابقه‌ی طولانی در فعالیت‌های گردشگری روستایی، از طریق روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. تمامی افراد مورد مطالعه، باسواد (حداقل سیکل و حداکثر لیسانس) بودند. افراد مورد مطالعه در دامنه‌ی سنی ۱۷ تا ۴۸ سال قرار داشتند.

در پاسخ به این سؤال: «آیا از حضور گردشگران در روستای خود راضی هستید؟» تقریباً اکثریت قریب به اتفاق مصاحبه‌شوندگان از حضور گردشگران راضی بودند، اما نکته‌ی جالب در مقایسه بین زنان و مردان پاسخ‌گو، وجود این نکته بود که زنان موافقت خود را با جملات و کلماتی مثبت‌تر ابراز می‌کردند. مریم ۲۳ ساله، یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید: «چرا نباید راضی باشیم؟». در عوض، مردان با احتیاط و تردید بیشتری موافقت خود را از حضور گردشگران اعلام می‌کنند. محمود، ۲۵ ساله، اعتقاد دارد:

«با همه‌ی درس‌های حضور گردشگران، الحمدلله تا حالا مشکلی پیش نیامده که باعث نارضایتی شود.» این تفاوت دیدگاه هنگامی که سخن از دلایل موافقت و رضایت از حضور گردشگران می‌شود، به شکلی روشن‌تر بروز می‌یابد. بشیر ۳۲ ساله، مرد و کارمند مرکز بهداشت روستا و عضو شورای اسلامی روستا، معتقد است که حضور گردشگران با توجه به مهمان‌نواز بودن مردم منطقه و درآمد اضافی که حضور گردشگران ایجاد می‌کند، معایبی هم‌چون پیامدهای زیست‌محیطی مرتبط را تا حدی پوشش می‌دهد. در همین زمینه، شهلا ۳۱ ساله و بافنده‌ی گیوه- از مهم‌ترین تولیدات محلی و مورد استقبال گردشگران- یادگیری برخی مسائل

اجتماعی از گردشگران و امکان ایجاد شغل برای اعضای خانواده‌ی خود را مهم‌ترین دلایل موافقت و رضایت از حضور گردشگران بیان می‌کند.

طبق لیستی که از سوی دهیار به‌عنوان افراد مشارکت‌کننده‌ی فعال در بخش گردشگری ارائه شده بود، یکی از مهم‌ترین موارد، رابطه‌ی بین بعد خانوار و مشارکت در برنامه‌های مرتبط با گردشگری بود. به‌نحوی که کمترین مشارکت مربوط به خانوارهای تک‌عضوی و خانوارهای ۵ عضوی یا بیشتر بودند و در مقابل، خانوارهای ۴-۲ عضوی بیشترین میزان مشارکت را داشتند. این وضعیت را می‌توان با پیچیدگی فعالیت‌های گردشگری روستایی شرح داد که شامل فعالیت‌های مختلف مانند فراهم نمودن تسهیلات و سرپناه، غذا و سایر خدمات است. انجام تمام این کارها و فراهم نمودن همه‌ی این امکانات مورد نیاز توسط یک خانوار تک‌نفره کاری دشوار است. هم‌چنین محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی مرتبط با خانوارهای تک‌عضوی می‌تواند از دیگر علت‌های مشارکت کم این گروه از افراد باشد. از سوی دیگر، خانوارهای پرجمعیت به‌علت ضعف امکانات، خصوصاً محدودیت فضای اقامتی، کمترین مشارکت را در برنامه‌های مرتبط با حضور گردشگران داشتند.

با در نظر گرفتن شغل اصلی افرادی که در فعالیت‌های گردشگری نقش دارند، اطلاعات به‌دست‌آمده نشان از مشارکت گروه‌هایی از مردم با وضعیت اجتماعی متفاوت دارند. معتمدان محلی، افراد تحصیل کرده (عمدتاً در حد دیپلم و بالاتر)، کارگران کشاورزی که این روزها وضعیت کاری چندان پایداری ندارند، شاغلان در بخش‌های دولتی و خصوصی فعال در سطح منطقه، زنان سرپرست خانوار و زنان خانه‌دار از جمله گروه‌های مشارکت‌کننده در فعالیت‌های رایج مرتبط با گردشگری روستا هستند. اما نکته‌ای که در تحلیل‌های دقیق پاسخ‌های ارائه‌شده توسط افراد به‌طور ظریفی نهفته بود، نشان از این نکته دارد که با گذشت زمان، سطح و میزان مشارکت گروه‌های مختلف و نقشی که بر عهده داشته‌اند دچار تغییر و دگرگونی ساختاری شده است که برگرفته از تغییر دینامیک روستای مورد مطالعه در خلال گذر زمان و عادی شدن حضور گردشگران برای اهالی روستا است.

اگرچه قدمت برگزاری دو مراسم معروف روستا به بیش از ۸۰۰ سال می‌رسد و در تمامی این مدت، افراد و بازدیدکنندگانی از نقاطی خارج از روستا در این مراسم شرکت داشته‌اند، اما سازمان‌دهی آن به شکل یک جاذبه‌ی گردشگری و نیز توسعه‌ی سایر انواع گردشگری در منطقه از جمله طبیعت‌گردی و راه‌اندازی تورهای سازمان‌دهی‌شده‌ی گردشگران از نقاط مختلف کشور و حتی تورهای خارجی، نوع

تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌ی میزبان ۱۰۳

فعالیت‌ها و خدمات ارائه‌شده به گردشگران را دچار تغییر اساسی نموده است که این تغییر به گفته‌ی مصاحبه‌شوندگان و نیز آمار ثبت شده‌ی گردشگران در دهیاری محل، از سال ۱۳۸۰ به بعد ملموس بوده است. در همین راستا از افراد پرسیدیم: «آیا در سال‌های اخیر نوع فعالیت و خدماتی که شما به گردشگران ارائه می‌دهید تغییر کرده است؟».

پاسخ‌ها عمدتاً بر تغییر نقش و نوع مشارکت افراد دلالت داشت و هنگامی که از آنان خواستیم این تغییر را توضیح دهند، نکاتی ظریف و قابل اعتنا برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری با خود به همراه داشت. معتمدان محلی - که همگی مرد بودند - اظهار داشتند که قبل از سال ۱۳۸۰، بیشتر گردشگران منطقه، یا محلی بودند و چندان ارتباطی با مردم روستا برقرار نمی‌کردند یا به‌علت ناآشنایی مردم محلی با فعالیت‌های گردشگری، عمدتاً نقش مهمان را برای ساکنان داشتند و میزبانان اصلی آنان نیز همین معتمدان محلی بودند، اما امروز معتمدان محلی عمدتاً نقش راهنما را برای گروه‌های مختلف بازدیدکننده از منطقه ایفا می‌کنند. در این میان، سخنان یکی از اعضای شورای اسلامی ده مبین همین نکته است:

«تا مدت‌ها همه‌ی کارهای بازدیدکنندگان با هماهنگی خود من انجام می‌شد؛ تورهای منطقه را خودم راه‌اندازی کردم و قبل از آن نیز میزبانی اکثر کسانی که به روستا می‌آمدند با بنده و چند نفر دیگر از معتمدان روستا بود. اگر هم نیازی به خرید وسایل مختلف از جمله صنایع دستی داشتند، خود من واسطه می‌شدم و از تولیدکنندگان محلی که می‌شناختم، نیازهای آنان را تهیه می‌کردم و بابت این موارد هم پولی دریافت نمی‌کردم».

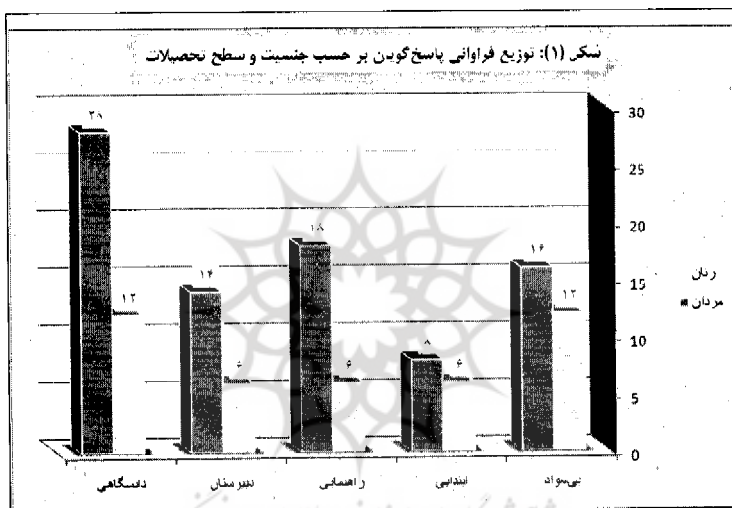
اما پاسخ‌های زنان نیز در نوع خود جالب توجه بود. آنان مهم‌ترین تغییر در فعالیت‌ها و نقش خود را، کاهش حضور آنان در مزارع کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با مزرعه دانسته‌اند و ابراز کردند که در سال‌های اخیر بیشتر در منزل و به کارهایی هم‌چون صنایع دستی، تهیه غذاهای محلی برای گردشگران، مشارکت در اداره‌ی مغازه‌های کوچک خانگی و پذیرایی از گردشگران مشغول بوده‌اند.

نکته‌ای که در پاسخ‌های تمامی افراد نمود عینی داشت، شکل‌گیری شبکه‌های تولید خانگی و خانواده‌محور در سال‌های اخیر در تمامی زمینه‌ها از جمله خدمات اسکان و تغذیه‌ی گردشگران، تولید و بازاریابی و فروش صنایع دستی و فرآوری محصولات زراعی، دامی و باغی با محوریت نیازهای بازدیدکنندگان از روستا است. این امر دقیقاً همان چیزی است که امروز در دنیای توسعه‌یافته نیز اساس توسعه‌ی

فعالیت‌های گردشگری قرار گرفته است و از آن تحت عنوان «گردشگری کارآفرین»<sup>۱۶</sup> یا «گردشگری با محوریت بنگاه‌های کوچک و متوسط» یاد می‌شود که البته این امر در روستای مورد مطالعه به صورت بومی و در قالب یک کارآفرینی اجتماعی<sup>۱۷</sup> و بومی<sup>۱۸</sup> امروزه در حال شکل‌گیری است.

### ب) بخش کمی:

همان‌گونه که اشاره کردیم، در این قسمت تعداد ۱۳۴ نفر از زنان و مردان روستایی انتخاب شدند. ۴۲ نفر از آنان را زنان و ۹۲ نفر را مردان تشکیل می‌دادند. میانگین سن زنان مورد مطالعه، ۳۲/۱ سال و میانگین سن در مردان، ۳۷/۸ سال بود. وضعیت سطح سواد دو گروه پاسخ‌گو در شکل ۱ آمده است.



همان‌طور که در جدول آمده است، تعداد زیادی از زنان و مردان شرکت‌کننده در فعالیت‌های گردشگری دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که می‌توان دلیل آن‌را در دو نکته دانست: اول آن‌که، نرخ و سطح باسوادی در این منطقه در مقایسه با متوسط روستایی کشور بالاست. نرخ باسوادی منطقه مطابق آخرین آمارهای رسمی ۸۸/۵ درصد است و ۲۴ درصد باسوادان منطقه نیز تحصیلات دانشگاهی دارند. دوم این‌که، نرخ بیکاری در سطح منطقه خصوصاً در بین افراد تحصیل‌کرده بالاست و از این رو آن‌ها

16. Entrepreneurship Tourism

17. Social Entrepreneurship

18. Indigenous Entrepreneurship

تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌ی میزبان ۱۰۵

گردشگری را راهبردی در حل این مشکل می‌دانند و از طرفی به دلیل ماهیت فعالیت، بیش از کشاورزی و دامداری (به‌عنوان شغل غالب منطقه) به آن گرایش دارند.

از مجموع ۱۳۴ نفر مورد مطالعه؛ تعداد ۹۶ نفر معادل ۷۱/۶ درصد، متأهل و ۳۸ نفر معادل ۲۸/۴ درصد، مجرد بودند. در بین زنان ۱۸ نفر مجرد و ۲۴ نفر متأهل بودند و ۲۰ نفر مردان نیز مجرد و ۷۲ نفر آنان متأهل بودند.

### نوع و سطح مشارکت:

در این بخش از مطالعه از پاسخ‌گویان خواسته بودیم میزان مشارکت خود را در هر دسته از فعالیت‌های مرتبه-۱ با گردشگری، ذکر شده در جدول ۱، تعیین کنند. همان‌طور که می‌بینیم تفاوتی آشکار بین میزان مشارکت زنان و مردان در انواع برنامه‌ها دیده می‌شود. زنان عمدتاً در برنامه‌هایی مشارکت پررنگ داشته‌اند که نیاز چندانی به خروج از منزل نیست که از آن جمله می‌توان به تهیه و تولید مواد غذایی مورد نیاز گردشگران، تهیه و فروش صنایع دستی و راه اندازی فروشگاه‌های کوچک در کنار منازل خود اشاره داشت و در فعالیتی هم‌چون حمل و نقل گردشگران هیچ‌گونه مشارکتی نداشته‌اند. هم‌چنین در راهنمایی گردشگران نیز نقش بسیار کم‌رنگی داشته‌اند. در طرف مقابل، مردان نقشی بسیار پررنگ در راهنمایی و حمل و نقل گردشگران داشته و در مواردی چون تهیه‌ی مواد غذایی و صنایع دستی کمتر مشارکت داشته‌اند. این یافته‌ها به‌خوبی یک نوع تفکیک نقش را برای زنان و مردان در قالب فعالیت‌هایی که رنگ و بویی فراتر از نظام سنتی حاکم بر منطقه دارند نیز نشان می‌دهد.

### انگیزه‌ی مشارکت در بین زنان و مردان:

همان‌گونه که در بخش چهارچوب نظری آوردیم، انگیزه‌ی مشارکت افراد در فعالیت‌های گردشگری را می‌توان به سه دسته‌ی انگیزه‌های استقلال‌طلبانه، مشارکت مدنی و تنوع‌بخشی تقسیم کرد. براساس این الگو و با توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی منطقه‌ی مورد مطالعه، مصداق‌های این سه دسته استخراج شد و از پاسخ‌دهندگان خواستیم انگیزه‌ی خود را از شرکت در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری بیان کنند. برای پی بردن به مهم‌ترین انگیزه‌های دو گروه زنان و مردان و موارد تفاوت انگیزه‌ها در آنان، از آزمون t استفاده شده و نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول (۱): توزیع فراوانی سطح و نوع مشارکت زنان (۴۲ نفر) و مردان (۹۲ نفر) در برنامه‌های گردشگری

زیاد		متوسط		کم		سطح مشارکت	نوع فعالیت
مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان		
۴۳	۰	۲۵	۸	۲۴	۳۴		راهنمایی گردشگران
۲۸	۰	۲۴	۹	۴۰	۳۳		ارائه‌ی خدمات اقامتی به گردشگران (اجاره اتاق و...)
۱۹	۷	۲۹	۳	۴۴	۳۲		احداث مغازه و فروشگاه در مجاورت مکان‌های گردشگری
۱۳	۱۸	۳۰	۱۲	۴۹	۱۲		تهیه و تولید صنایع دستی محلی
۲۰	۲۶	۲۸	۱۶	۴۴	۰		تهیه و تولید مواد غذایی و خوراکی‌های سنتی و محلی
۲۱	۳	۲۶	۹	۴۵	۳۰		فروش تولیدات زراعی و باغی
۲۳	۷	۲۱	۲۷	۴۸	۸		فروش صنایع دستی و تولیدات محلی به گردشگران
۱۹	۰	۲۱	۰	۵۰	۰		حمل و نقل گردشگران

جدول (۲): مقایسه میانگین انگیزه‌ی مشارکت زنان و مردان در برنامه‌های گردشگری

معنی‌داری	آماره $\chi^2$	میانگین <sup>۱۹</sup>		گروه و شاخص
		مردان	زنان	
۰/۳۳	۰/۹۸	۵/۵۱	۵/۸۳	کسب درآمد برای خانواده
۰/۱۸	۱/۳۶	۵/۶۴	۴/۶۷	کسب درآمد برای خود
۰/۱۳	۱/۵۴	۶/۱۱	۵/۱۴	یافتن شغل برای خود
۰/۰۸	۱/۷۴	۵/۱۸	۶/۳۳	یافتن شغل برای سایر اعضای خانواده
۰/۵۱	۰/۶۷	۷/۲۴	۷/۵۷	علاقه‌ی شخصی
۰/۰۰	۴/۳۲	۷/۳۸	۴/۸۳	آشنایی با گردشگران
۰/۰۰	۷/۱۹	۷/۳۳	۴/۸۳	یادگیری از گردشگران
۰/۰۰	۴/۸۲	۸/۰۴	۵/۵۰	انتقال فرهنگ جامعه‌ی خود به گردشگران
۰/۰۰	۲/۹۹	۸/۳۳	۶/۶۷	کمک به ایجاد تصور مثبت در میان گردشگران
۰/۵۱	۰/۵۷	۵/۴۰	۵/۰۰	پرکردن اوقات فراغت
۰/۷۹	۰/۲۷	۵/۵۲	۵/۶۷	خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی
۰/۰۰	۳/۱۱	۸/۱۱	۶/۰۰	کمک به توسعه‌ی منطقه
۰/۸۴	۰/۲۰	۶/۵۲	۶/۶۷	یافتن منابع درآمدی جدید
۰/۹۱	۰/۱۲	۳/۵۷	۳/۵۰	استفاده از تسهیلات بانکی مرتبط با گردشگری
۰/۰۰	۴/۶۳	۷/۱۱	۴/۶۷	علاقه به مشارکت در فعالیت‌های گروهی

<sup>۱۹</sup>. عدد صفر نشان‌دهنده‌ی نداشتن انگیزه و عدد ۱۰، بیان‌گر انگیزه‌ی بسیار قوی در هر یک از گویه‌ها بوده است.

تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌ی میزبان ۱۰۷

یافته جدول ۲ نشان از آن دارد که مهم‌ترین انگیزه‌ی زنان مورد مطالعه از شرکت در برنامه‌های گردشگری به ترتیب عبارت بودند از: علاقه‌ی شخصی، یافتن منابع درآمدی جدید، کمک به ایجاد تصور مثبت در بین گردشگران در مورد منطقه، یافتن شغل برای سایر اعضای خانواده و خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی. این یافته تأیید می‌کند که انگیزه‌ی زنان از شرکت در این برنامه‌ها با محوریت تنوع‌بخشی و استقلال‌طلبی بوده است. در سوی مقابل، مهم‌ترین انگیزه‌های مردان، کمک به ایجاد تصور مثبت در میان گردشگران، کمک به توسعه‌ی منطقه، انتقال فرهنگ جامعه‌ی خود به گردشگران، آشنایی با گردشگران و یادگیری از گردشگران بوده است که نشان از اولویت انگیزه‌های مشارکت مدنی در بین آنان دارد.

نتایج آزمون t نیز حاکی از آن است که بین انگیزه‌ی زنان و مردان مورد مطالعه در خصوص دلایل انگیزشی مانند آشنایی با گردشگران، یادگیری از گردشگران، انتقال فرهنگ جامعه‌ی خود به گردشگران، کمک به ایجاد تصور مثبت در بین گردشگران و علاقه به شرکت در فعالیت‌های گروهی، تفاوتی معنادار در سطح ۱ درصد دیده می‌شود. نکته آن که در تمامی این موارد، میانگین انگیزه‌ی مردان بیش از زنان بوده است که نشان از ضعیف بودن انگیزه‌های مشارکت مدنی در بین زنان دارد.

## نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف تحلیل رابطه بین جنسیت و توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در منطقه‌ای روستایی در استان کردستان انجام گرفت و همان‌گونه که در قسمت یافته‌ها به تفصیل آورده شد، علی‌رغم وجود شباهت در موافقت با حضور گردشگران و نیز موافقت و اشتراک نظر در این نکته که نقش‌های اجتماعی ساکنان محلی در اثر حضور گردشگران دچار تغییر شده و بالتبع این مسئله در ساختار اجتماعی روستا نیز تحولاتی پدید آورده است، اما تفاوت دیدگاه زنان و مردان مصاحبه‌شونده در خصوص دلایل موافقت با حضور گردشگران کاملاً ملموس و بارز بود. مردان عمدتاً بر دلایل اقتصادی تکیه داشتند در حالی که زنان عمدتاً دلایل غیراقتصادی را دلیل موافقت خود می‌دانستند.

درباره‌ی انگیزه‌های مشارکت افراد در برنامه‌ها نیز نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین‌ها تفاوت بارز در انگیزه‌ی زنان و مردان مورد مطالعه را نشان می‌دهند. انگیزه‌ی زنان از مشارکت با محوریت تنوع‌بخشی و استقلال‌طلبی بوده است در حالی که مردان انگیزه‌هایی با اهداف مشارکت مدنی داشته‌اند. بدین معنی که

اصلی‌ترین انگیزاننده‌ها در بین زنان عمدتاً دست‌یابی به یک نوع استقلال شخصیتی و بهبود فضای کلی اجتماع برای حضور بیشتر زنان در عرصه‌های اجتماعی بوده است، در حالی که مردان بیشتر معرفی فرهنگ منطقه به گردشگران و کمک به توسعه‌ی روستا و منطقه را دلیل مشارکت خود اعلام نموده‌اند. شاید یکی از دلایل این امر قرار گرفتن زنان و مردان در دو طبقه‌ی متفاوت در سلسله‌مراتب نیازها باشد. از سوی دیگر، توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در سطح روستا وظایف و نقش اجتماعی زنان روستایی را دستخوش تحولاتی نموده است به‌طوری که به اتفاق اعتقاد داشتند که کم شدن مسئولیت‌های بیرون از منزل و نیز کاهش فعالیت‌های کشاورزی و مزرعه‌ای و افزایش فعالیت‌های تولیدی در قالب شبکه‌های تولیدی ساده‌ی محلی، محور مهم‌ترین تغییر در این راستاست. هم‌چنین دیدگاه مثبت اکثر اهالی نسبت به توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری و دیدگاه غیرانتفاعی از این فعالیت‌ها در کنار جاذبه‌های متعدد موجود در سطح روستا و نیز فاصله‌ی نزدیک با مراکز گردشگری فعال در منطقه، نشان از قوی بودن روحیه‌ی کارآفرینی اجتماعی در میان مردم محلی در حوزه‌ی گردشگری دارد.

نتایج حاصل از مطالعه شکل‌گیری ساختاری خودجوش و بومی برای توسعه‌ی گردشگری با محوریت بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی خانواده‌محور را نشان می‌دهد و در واقع می‌توان گفت که زیربنای نیل به یک گردشگری کارآفرین روستایی از خلال فعالیت‌های اجتماعی اهالی روستا در حال شکل‌گیری است که البته به توجه بیشتر برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران توسعه و نیز برنامه‌ریزان گردشگری در سطح منطقه نیاز دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رساله‌های منابع انسانی

**Ebtekar M. (1995)** Gender, gender analysis and development. Department of women.(Persian).

**Ghaderi, E. (2003)** The role of rural tourism in sustainable development. Tarbiyat Modares University, Ph.D. Thesis.

**Holland G , Burian M., Dixey L. (2003)** Tourism in poor rural areas; Diversifying The Product and Expanding The Benefits in Rural.

**Khani, F (2006)** Gender and Development. Cultural and Social Study Center, Pp:120-123.

**Kinnaird V. and C.M. Hall. (1994)** Tourism: A gender analysis, Wiley, Chichester, New York.

**McGehee, N. G. Kim, K. & Jennings, G. R. (2007)** Gender and Motivation for agri-tourism entrepreneurship. Tourism Management, Volume 28, Issue 1, Pp: 280-289.



- Nickerson, B. & McCool** (2001) Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*. Vol. 40, Issue 1, Pp:19-26.
- Petrzelka, P. Krannich, R.S. Berhem, J. & Trentelman, C. K.** (2005) Rural tourism and gendered nuances. *Annals of Tourism Research*. Vol. 32, Issue 4, Pp: 1121-1137.
- Roknodin eftekhari, A & Ghaderi, E.** (2002) The role of rural tourism in rural development, *Modaress*, Vol. 6, Issue 2, Pp:23-40.
- Rutherford, David Leon.** (2006) Towards a development strategy for small businesses in the tourism industry of the Southern Cape. Department of Tourism Management. Ph.D. Thesis. 34-52.
- Shaabani, A.** (2009) Gender inequality and approach to reform. Available at: [www.aftab.ir](http://www.aftab.ir)
- Som, A., Bagul, P., Marzuki, A., Bahauddin, A** (2007) Socio- Economic Challenges In Rural Tourism Development. *International Tourism Biennial*. Pp:97-102.
- Tvakoli, D** (2008) Women out of tourism industry, *Sarmayah Newspaper*, No:812.
- Wilkinson, P. F. & Wiwik Pratiwi** (1995) Gender and tourism in an Indonesian village. *Annals of Tourism Research*, Volume 22, Issue 2, Pp: 283-299.
- Wilson, S. & et. Al** (2001) Factors for success in rural tourism development, *Journal of Travel Research*. Vol. 40, Issue 2, Pp:132-138.





پروشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی