

تأثیر توسعه گردشگری قومی بر تساوی جنسیتی مطالعه موردی (تجربه زنان بلوچ در استان سیستان و بلوچستان)

احمد رضا شیخی^{۱*}، صدف ابراهیمیان^۲، نرگس وزین^۳

۱. دکتری برنامه ریزی گردشگری، عضو هیئت علمی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان، ایران.
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تهران، ایران.
۳. دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، عضو هیئت علمی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۵/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۱

چکیده | گردشگری قومی باعث می‌شود تا نقش اجتماعی حضور زنان در جوامع قومی سنتی مورد توجه قرار گیرد. در بسیاری از جوامع سنتی قومی مانند بلوچستان ایران، گردشگری قومی، نقش یک پنجره را برای آشنایی با فرهنگ‌های دیگر ایفا می‌کند. در این نوع جوامع، زنان اغلب حضور کم‌رنگی در جامعه دارند، زیرا مسئولیت‌های آنها، معمولاً در مدیریت خانواده متمرکز است. در حالی که مردان مسئولیت امور بیرون از خانه مانند تجارت و مسافرت را بر عهده دارند و این موضوع در متون اسلامی نیز اشاره شده است. این مقاله به بررسی چگونگی تأثیر گردشگری قومی بر برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان می‌پردازد. تحقیقات نشان می‌دهد، گردشگری قومی می‌تواند نسبت به برقراری تساوی جنسیتی در جوامع قومی تأثیرات مثبتی در پی داشته باشد. نتایج این پژوهش از طریق بررسی میدانی گردآوری شده است. داده‌های تجربی، از طریق مشاهده مستقیم ارتباط جامعه محلی، گردشگران و مصاحبه با تعدادی از زنان شاغل در مشاغل مرتبط با گردشگری حاصل شده و داده‌های مصاحبه‌ها با استفاده از تئوری گراندد، تجزیه و تحلیل شده است.

واژگان کلیدی | گردشگری، تساوی جنسیتی، زنان، جامعه قومی، بلوچ‌ها.

سیاسی دارد. بلوچستان ایران از نظر سطح دستاوردهای اجتماعی مانند توسعه اقتصادی، آموزش و به ویژه شاخص‌های برابری جنسیتی، سطح نسبتاً پایینی دارد. از نظر اجتماعی نیز جامعه بلوچ هنوز از نظر طبیعی بسیار سنتی و به شیوه قبیله‌ای اداره می‌شود و کلیه امور تحت سلطه قبایل و سران طوایف اصلی این منطقه در خصوص انجام تصمیمات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. ساختار فرهنگی و اقتصادی منطقه در ارتباط با اعتقادات مردم بلوچ نتایج منفی بسیاری از جمله تأکید بر پیوندهای قبیله‌ای داخلی و طبقاتی، مقاومت در برابر ازدواج با افراد غیربلوچ و همچنین حفظ برخی از سنت‌های قدیمی را به همراه دارد (Taheri, 2013). هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر توسعه گردشگری قومی به عنوان راهکاری روشمند با هدف توانمندسازی زنان در جوامع قومی سنتی است. گردشگری علاوه بر تأثیرات اقتصادی، می‌تواند تأثیرات مختلفی بر جوامع در خصوص ارتقای کیفیت معیشت، افزایش تعاملات اجتماعی و مبادلات فرهنگی را نیز در پی داشته باشد. یکی از محورهایی که در این پژوهش دنبال می‌شود تأثیر گردشگری قومی بر برابری جنسیتی است که در حقیقت با توسعه گردشگری

مقدمه | این پژوهش در زمینه زنان گروه قومی بلوچ در استان سیستان و بلوچستان انجام شده است. ایران، از پتانسیل بسیار مناسبی در زمینه تنوع قومی برخوردار است. این کشور تا سال ۱۹۳۵ با عنوان فارس شناخته می‌شده که این نام با میراث فرهنگی این سرزمین پیوندی دیرینه داشته است و براساس گزارشات باستان‌شناختی، قدمتی بیش از ۷۰۰۰ سال دارد. تاکنون ۲۴ اثر فرهنگی-تاریخی و طبیعی آن، در فهرست میراث جهانی به ثبت رسیده است. به نظر می‌رسد توسعه اقتصادی و اجتماعی بلوچستان ایران در مقایسه با دیگر نقاط کشور، با چالش‌های قابل توجهی روبرو بوده است و براساس شاخص‌های مرکز آمار ایران، یکی از توسعه‌نیافته‌ترین مناطق کشور به شمار می‌آید. بین شاخص‌های مورد مطالعه برای توسعه هر منطقه ایران، بلوچستان یکی از پایین‌ترین شاخص‌ها را در هر متغیر به ویژه در رابطه با مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و

* نویسنده مسئول: ۰۹۳۹۵۰۲۱۶۰۳، a.sheikhi@geo.ui.ac.ir

کشورهای در حال توسعه، از ظرفیت‌های قابل ملاحظه‌ای نسبت به سایر صنایع برخوردار است. به همین دلیل گردشگری به عنوان یک صنعت پویا در راستای توسعه اقتصادی، ضمن فراهم‌سازی افزایش زمینه‌های رفاهی، سطح برابری جنسیتی را نیز در مقاصد گردشگری ارتقا می‌بخشد (Sheikhi, 2015 a). گردشگری قومی علاوه بر عدالت و توسعه اجتماعی، در ارتقای برابری جنسیتی در جوامع قومی نیز پیشگام است. ارتباطات معنادار بسیاری بین برابری جنسیتی و جوامع قومی سنتی وجود دارد، اما مطالعات قابل توجهی در این زمینه انجام نشده است (Peeters & Ateljevic, 2009). رشد سریع صنعت گردشگری در بسیاری از بخش‌های دنیا، منجر به افزایش فرصت‌های شغلی مناسب برای زنان شده است (Mansfeld & Winckler, 2008). در واقع توسعه گردشگری قومی در برابری جنسیتی نقش به سزایی دارد و زنان برای طراحی و تولید محصولات گردشگری متناسب با میراث فرهنگی اعم از صنایع دستی، فرهنگ عامه، رقص و یا غذاهای محلی و ورود از این طریق به زنجیره پرسود ارزش‌های گردشگری متصل می‌شوند (UNWTO, 2012). زنان بسیاری تأیید کرده‌اند که صنعت گردشگری برای آنها منفعت‌های زیادی همچون افزایش استقلال مالی زنان، قدرت تصمیم‌گیری و آزادی اجتماعی به همراه داشته است (Swain, 1995). متأسفانه زنان بیشتر از مردان قربانی فقر هستند. در استان سیستان و بلوچستان، دختران فرصت‌های کمتری برای تحصیل دارند. در نتیجه نرخ بیسوادی در زنان بیشتر از مردان و تحصیلات زیر استاندارد در بین زنان شایع‌تر است (Taheri, 2013). فعالیت زنان در بخش صنایع دستی برایشان اشتغال، درآمد مستقیم و فرصت‌های تحصیلی به ارمغان می‌آورد و باعث می‌شود نقش به سزایی در شکل‌گیری توسعه داشته باشند (Flacke-Neudorfer, 2007). برای ایجاد برابری جنسیتی در جوامع قومی همچون سیستان و بلوچستان ایران، باید بیشتر درباره توانمندسازی زنان در راستای توسعه گردشگری قومی، برنامه‌ریزی پایدار صورت پذیرد. در واقع به کمک گردشگری قومی می‌توان راهبردی سودمند برای زنان پی‌ریزی کرد تا ارتباط مؤثر با زنانی از سایر فرهنگ‌ها که با عنوان گردشگر با هدف تمرین فرهنگ محلی قوم بلوچ سفر می‌کنند برقرار و از سبک زندگی آنان مطلع شوند تا زمینه‌های افزایش آگاهی برای آنان فراهم شود و بتوانند از پوسته سنتی جامعه خویش عبور کنند.

پیشینه پژوهش

بررسی تحقیقات نشان می‌دهد که در خصوص موضوع تساوی جنسیتی در جوامع قومی پژوهش قابل توجهی صورت نگرفته است و از این رو اهمیت انجام این پژوهش کیفی در یک جامعه سنتی بکر قومی را دو چندان کرده است و برخی پژوهش‌ها به رویکرد توانمندسازی بانوان و توسعه جامعه پرداختند و در اینجا به نتایج پژوهش‌های تقریباً مشابه به صورت مختصر پرداخته می‌شود.

مهدوی‌نیا (۱۳۹۱) به نقش کلیدی زنان در حوزه گردشگری اشاره دارد که نیمی از نیروی انسانی بخش گردشگری در سطح جهان و کشور را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین ارتباط نقش زنان در مراحل توسعه

و افزایش ارتباطات جامعه محلی با گردشگران، زمینه آشنایی با فرهنگ‌های دیگر برای زنان فراهم می‌شود. در این مطالعه ابتدا به پیشینه تحقیقات در زمینه گردشگری و تساوی جنسیتی و سپس معرفی منطقه مورد مطالعه پرداخته شده است و در ادامه روش مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها، تجزیه، تحلیل یافته‌ها و نتیجه‌گیری، ارائه می‌شود.

گردشگری و زنان

پژوهش‌های گذشته در زمینه گردشگری و زنان به این موضوع اشاره دارد که مطالعه نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی بدون بررسی ساختار اجتماعی و فرهنگی زنان در جوامع قابل درک نیست (Hall & Kinnaird, 1996). در رابطه با چارچوب مفهومی درک جنسیت و رابطه آن با گردشگری، سه محور اساسی مطرح است. ابتدا، فرآیندهای گردشگری از جوامع صنعتی شروع و به توسعه روابط اجتماعی در بستر جوامع سنتی ختم می‌شود و سپس روابط اجتماعی به مرور زمان با توسعه گردشگری تأثیرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در مقاصد گردشگری به طور شگفت‌انگیزی بروز می‌کند و در پایان موضوعات مربوط به قدرت، کنترل و برابری در زمینه‌های نژاد، طبقات اجتماعی و روابط جنسیتی در خصوص توسعه گردشگری مطرح می‌شود (Swain, 1995). فعالیت‌های گردشگری قومی می‌تواند به عنوان زمینه‌ای از اقدامات اجتماعی در استان سیستان و بلوچستان ایران در نظر گرفته شود که مرزهای سنتی جامعه را زیر پا گذاشته و به زنان کمک می‌کند تا حضور فعالی در عرصه‌های اجتماعی جامعه خویش داشته باشند. این پژوهش بر این امر تأکید دارد که چگونه ممکن است این تغییرات در بستر جامعه قومی، از طریق توسعه گردشگری قومی روی بدهد و همچنین یادآور می‌شود که با توجه به ماهیت صنعت گردشگری که بر محور روابط انسان‌ها با فرهنگ‌های متفاوت استوار است، توسعه گردشگری به دلیل افزایش تعاملات اجتماعی میزبان و میهمان با یکدیگر و تأثیر و تأثراتی که بر یکدیگر دارند، به مرور زمان با افزایش گردشگران ورودی به جامعه محلی، باعث تغییر نگرش‌های جامعه مقصد می‌شود. توسعه گردشگری قومی در برخی از مقاصد گردشگری مانند کشورهای آمریکای لاتین موجب تغییر ساختار خانواده شده است. گردشگری، نقش مهمی در توانمندسازی زنان از نظر سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی ایفا می‌کند و از طریق توسعه جریان گردشگری پایدار، برای کم کردن شکاف جنسیتی، افزایش کیفیت و رفاه زندگی جامعه محلی و همچنین برای پایان بخشیدن به هرگونه تبعیض می‌توان بهره‌گیری هدفمند انجام دهد (UNWTO, 2011).

سازمان جهانی گردشگری برای ارتقای برابری جنسیتی، حمایت از زنان و پایان بخشیدن به خشونت‌های جنسیتی، طی برگزاری کارگاه‌ها و کنفرانس‌های تخصصی برای کشورهای عضو این سازمان، به سیاست‌هایی جهت بهره‌گیری از زنان در مشاغل گردشگری تأکید کرده است. صنعت گردشگری، برای تسهیل فرصت‌ها به منظور ایجاد خوداشتغالی و درآمدزایی، قدم برداشتن در مسیر کاهش فقر زنان در

و تعامل مستقیم با فرهنگ آنها برایشان فراهم می‌شود و با توجه به فرایند در حال رشد گردشگری قومی، وضعیت زنان بلوچ در حال تغییر است و زمینه افزایش تعامل اجتماعی برای زنان بلوچ با گردشگران زن فراهم شده است و این نوع از ارتباط باعث می‌شود تا با سبک زندگی گردشگران آشنا شوند و تفاوت‌های سبک زندگی، زمینه مقایسه با فرهنگ خودشان را رقم می‌زند (Sheikhi, 2015 b). دلایل اصلی که نگارندگان، این منطقه از کشور را به عنوان مطالعه موردی انتخاب کرده‌اند به شرح ذیل است:

الف) زنان گروه قومی بلوچ در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی از مشارکت اجتماعی پایینی نسبت به سایر گروه‌های قومی کشور برخوردارند.

ب) محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی زیادی برای زنان این منطقه وجود دارد.

ج) سنت‌های قدیمی گروه قومی هنوز در استان سیستان و بلوچستان حاکم است.

د) نگرش سنتی در این منطقه نسبت به زنان وجود دارد.

از این جهت با توجه به موارد مطرح شده پتانسیل‌های زیادی برای توسعه گردشگری قومی در منطقه سیستان و بلوچستان وجود دارد و این تنها مکانیزم کارآمد به شمار می‌آید تا نسبت به متعادل کردن و تغییر نگرش مردان نسبت به زنان در بستر جامعه سنتی و قبیله‌ای، زمینه مشارکت فعال زنان را از طریق فعالیت در بخش گردشگری در زمینه تولید صنایع دستی و غذاهای محلی و پذیرایی از گردشگران با توجه به میهمان‌نوازی بودن بلوچ‌ها فراهم کرد. سیستان و بلوچستان ممکن است از نظر اقتصادی و ساختار اجتماعی در وضعیت نامطلوبی قرار داشته باشد، اما باید به فرهنگ غنی این منطقه اذعان داشت که سرمایه عظیمی است و فرصت‌های بی‌شماری را برای فعالیت‌های گردشگری فراهم می‌سازد و از طرفی دیگر در کنار این فرهنگ غنی، موروث تاریخی فرهنگی نیز در اکثریت محوره‌های این استان توسط باستان‌شناسان مطرح بین‌المللی شناسایی و در سطح ملی و بین‌المللی معرفی شده است؛ از جمله می‌توان به ابزارهای دوره پارینه سنگی اطراف دره «لادیز»، تپه پیش از تاریخ و قلعه «بمپور»، گورستان پیش از تاریخی اسپیدز برمان، شهر سوخته و سایر محوطه‌های پیش از تاریخی اطراف رودخانه سرباز و تفتان اشاره کرد. این استان در حال حاضر از سه اثر جهانی شامل شهر سوخته، بیابان لوت و روستای سفال کلپورگان برخوردار است که این خود می‌تواند نسبت به کسب اطمینان گردشگران و تصمیم به سفر به این منطقه در شیوه‌های بازاریابی مورد توجه قرار گیرد و به شیوه‌ای خلاقانه از طریق گردشگری قومی با طراحی برنامه‌ای جامع که رویکردی پایدار را دنبال کند نسبت به انجام تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با هدف توسعه شاخصه‌های انسانی و ایجاد رفاه برای همه گروه‌ها و زنان و مردان و کودکان فراهم کند (Yang & Wall, 2008; Yang & Li, X. 2012). این مقاله بیان می‌کند گردشگری قومی صورتی منحصر به فرد از فراهم کردن فرصت‌های رسیدن به برابری جنسیتی در جوامع قومی سنتی است. تعاملات بین میزبان و میهمان می‌تواند برای زنان الهام‌بخش باشد و

گردشگری در زمینه تعیین بازار هدف و جنسیت گردشگران بازار هدف نیز را مورد بررسی قرار می‌دهد که گردشگران به دو دسته زنان و مردان تقسیم می‌شوند و با توجه به شرایط ایران به دلیل ویژگی‌های خاص مذهبی، فرهنگی و اجتماعی مسائل گردشگران زن ورودی و شاغلین صنعت گردشگری به صورت کلی در پژوهش خود به اهمیت جمعیت زنان مقصد گردشگری اشاره می‌کند.

ایمنی، خانی و هاشمی (۱۳۹۱) در مطالعه موردی خود به نقش زنان روستایی در گذشته اشاره دارند که دوشادوش مردان در بسیاری از فعالیت‌ها مشارکت داشتند و در سال‌های اخیر به دلیل تحولات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از فعالیت‌های آنان کاسته شده است. از این رو به صنعت گردشگری به عنوان فعالیتی که از تنوع فرصت‌های شغلی برای کارآفرینی زنان برخوردار است، اشاره می‌کنند. در پایان براساس نتایج تحقیق خود، روشن می‌نمایند که رونق گردشگری در نواحی روستایی فرصت‌های زیادی برای فعالیت زنان ایجاد کرده و محیط روستا را به یک محیط محرک و انگیزشی برای کارآفرینی زنان تبدیل کرده است. علاوه بر این، به ماهیت کسب و کارهای صنعت گردشگری، که به صورت پاره‌وقت و در کنار امور مربوط به خانه‌داری و در محل سکونت خود زنان می‌توانند مشارکت فعال داشته باشند اشاره دارند و با موضوع این پژوهش که در بستر جامعه سنتی قومی انجام شده است تا حدودی همسو هستند به دلیل اینکه زنان بلوچ در کنار انجام وظایف خانه‌داری، در کسب و کارهای گردشگری فعالیت می‌کنند.

گردشگری قومی و استان سیستان و بلوچستان

قومیت‌ها معمولاً از وضعیت اقتصادی مناسبی برخوردار نیستند اما از نظر فرهنگی بسیار غنی بوده و از اصالت فرهنگ برخوردارند که می‌تواند به عنوان منبع برای توسعه گردشگری قومی در نظر گرفته شود (Theerapappisit, 2009). این ویژگی‌های فرهنگی گروه‌های قومی، در حقیقت پتانسیل بنیادی توسعه منطقه، به عنوان یک مقصد گردشگری جذاب به شمار می‌رود (Sheikhi, 2015 a). در واقع، گردشگری قومی، با توجه به تنوع قومی استان سیستان و بلوچستان می‌تواند ابزاری روشمند برای توسعه منطقه و متنوع‌سازی کسب و کارهای اقتصادی محسوب شود. در حقیقت در سال‌های اخیر، دولت توجه بیشتری به پتانسیل اقوام می‌نماید، از جمله تقویم سالانه جشنواره‌های قومی ملی که در استان گلستان با حضور فعال کلیه اقوام برگزار می‌شود (MCTH, 2020). در سال‌های اخیر، جریان گردشگری قومی در استان سیستان و بلوچستان، به عنوان اولین منطقه در جنوب شرقی کشور روند رو به رشدی را طی کرده است. اما به طور کلی، تحقیقات قابل توجهی در زمینه فراهم‌نمودن بستر لازم برای توسعه پایدار گردشگری قومی انجام نشده است. هدف از این پژوهش بررسی چگونگی تأثیر گردشگری قومی بر تساوی جنسیتی از طریق معاشرت گردشگران به صورت مستقیم با مردم محلی است. از آن جایی که زنان گروه قومی بلوچ از کارکرد اجتماعی در بستر جامعه برخوردار نیستند، حین ارائه خدمات به گردشگران، زمینه لازم برای ارتباط

بنابراین تعداد گردشگران اندک و زیرساخت‌های گردشگری محدود و تأثیرات حداقل است (Butler, 1980) و براساس شاخص رنجش و رضایت نیز در مرحله اشتیاق مردم محلی نسبت به گردشگری، کنجکاوی، پذیرش بیگانگان و حس رضایت مشترک برای میزبان و گردشگر قرار دارد (Doxey, 1975). بلوچ‌ها می‌توانند خدمات محلی متعددی همچون اسکان دادن به میهمانان، پذیرایی سنتی، راهنمای توره‌های محلی، پختن غذاهای اصیل و محلی، صنایع دستی، لباس‌های سنتی و موسیقی محلی ارائه دهند. در واقع کالاها و خدمات می‌توانند به شیوه محلی ارائه شوند که در نوع خود پایه‌ای بسیار قوی برای توسعه گردشگری قومی است. این ویژگی‌ها در بلوچستان ایران نسبت به دیگر اقوام ایران، مشهودتر است (Ebrahimi, 2012, 3).

روش تحقیق

برای گردآوری داده‌های این پژوهش از شیوه میدانی، به عنوان اصلی‌ترین ابزار بهره‌گیری شده است و در طول مدت فعالیت میدانی در استان سیستان و بلوچستان از روش‌های خاص مختلفی مانند مصاحبه نیمه‌ساختاری چهره به چهره با زنان شاغل در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری به عنوان مناسب‌ترین روش برای جمع‌آوری اطلاعات اولیه استفاده شده است. علاوه بر این، از مشاهدات میدانی پژوهشگر در روستاهای هدف گردشگری در جریان ارتباط میهمان و میزبان برای تحلیل داده‌های مصاحبه نیز بهره‌گیری شده است. با توجه به عدم تسلط زنان بلوچ به زبان فارسی، مصاحبه‌ها به زبان بلوچی و هر مصاحبه بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه انجام شده است و در بازه ۳ ماهه از اوایل اسفند ۱۳۹۷ لغایت پایان اردیبهشت ماه ۱۳۹۸ داده‌ها در راستای انجام پروژه توانمندسازی روستائیان و آموزش جامعه محلی برای اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان گردآوری شده است و با توجه به سختی کار به دلیل سنتی بودن جامعه مورد مطالعه برای انتخاب مصاحبه‌شونده‌ها به دلیل عدم رضایت مردان جامعه، نمونه‌های نادری با رضایت حاضر به همکاری می‌شدند و می‌بایست مطمئن می‌شدند که ناشناس بمانند تا حاضر می‌شدند نسبت به مشارکت و ارائه واقعیات جامعه خودشان در مورد زنان و کسب و کار خودشان و سایر زنان همکاری کنند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه‌ها از تئوری گراندد استفاده شده است. با استفاده از این تئوری، به جای این‌که مسیر مطالعه را با نظریه از پیش تصور شده‌ای آغاز کنیم کار را با یک حوزه مطالعاتی شروع کرده، و در طی انجام کار از دل داده‌ها نتایج مورد نظر حاصل شد. علاوه بر این، داده‌های بصری شامل عکاسی در تمام مراحل کار میدانی نیز صورت پذیرفته است. نتایج این تحقیق با هدف درک برابری جنسیتی در بستر جامعه سنتی، از طریق گردشگری قومی مسیریابی شده است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی چگونگی تأثیرگذاری توسعه گردشگری قومی بر زندگی زنان بلوچ در استان سیستان و بلوچستان است و شناسایی فرصت‌هایی که گردشگری قومی برای زنان فراهم می‌کند. داده‌های این پژوهش از ۱۲ مصاحبه با زنان شاغل در مشاغل مرتبط با گردشگری قومی گردآوری شده است. نمونه‌های مورد مصاحبه، از طوایف مختلف در روستاهای

آنها را ترغیب به کارکردن، گرفتن حقوق بیشتر و شکستن مرزهایی کند که توسط جوامع سنتی ساخته شده‌اند. به همین دلیل است که گردشگری می‌تواند تأثیر مثبتی در افزایش کیفیت زندگی داشته باشد و به زنان این شانس را بدهد که با جنبه‌های اجتماعی عادلانه بیشتری در ارتباط باشند (Jafari, 1990). برابری جنسیتی در هر جامعه‌ای متفاوت است و بیشتر مطالعات موجود که به تأثیر گردشگری بر زنان توجه داشته‌اند، به عوامل غیر اقتصادی که بر نقش‌های جنسیتی و پیچیدگی روابط جنسیتی در جوامع سنتی تأثیر می‌گذارند، نپرداخته‌اند (Swain, 1993). در گردشگری قومی، روابط جنسیتی در جامعه میزبان، عاملی کلیدی است زیرا آنها در چگونگی به وجود آمدن قدرت و هویت، تأثیرگذار هستند. از آن جایی که گردشگری قومی در تلاش برای رسیدن به زنانی برابر، فعال و توانمند است، لازم است مبتنی بر فهم درستی از نقش‌های جنسیتی محلی باشد. بلوچستان، به عنوان بخش عمده استان سیستان و بلوچستان شناخته می‌شود، این استان یکی از ۳۱ استان ایران بوده و در جنوب شرقی کشور و مرز پاکستان و افغانستان واقع شده و مرکز آن زاهدان است. این استان با وسعتی به اندازه ۱۸۱۷۵۸ کیلومتر مربع، پهناورترین استان ایران است. این استان متشکل از دو بخش است: سیستان در شمال و بلوچستان در جنوب. در زبان فارسی بلوچستان به معنای سرزمین بلوچ است. استان سیستان و بلوچستان ایران به دلیل موقعیت استراتژیک آن که در مجاورت هند و پاکستان قرار دارد، مورد توجه استعمارگران غربی بوده است (Taheri, 2013). سیاست‌ها، جامعه و فرهنگ مردم بلوچ در ایران ویژگی‌های مخصوص به خود را دارد (Spooner, 1967). جامعه بلوچ از طوایفی متمایز همچون: نوشروانی، گیچکی، بارکزی و شامل زیر قومی‌هایی همچون براهوی، دھوار و جدگال هستند (ibid). شهرهای اصلی بلوچستان ایران شامل زاهدان، ایرانشهر، چابهار، سراوان، نیک شهر، خاش و کنارک است و اغلب سنی هستند (Taheri, 2013). بلوچی‌ها هنجارهای سنتی خود را پیروی می‌کنند و رسومات منحصر به فرد خود را دارند. این منطقه پتانسیل این را دارد که یکی از برترین مناطق دیدنی ایران باشد (Ebrahimi, 2012; Taheri, 2013). در واقع بلوچستان دچار کمبود برابری تحصیلی، برابری جنسیتی، سیاسی و مؤسسات اجتماعی همچون مدرسه و زیرساخت‌های اداری است (Taheri, 2013). به خاطر رؤسای طوایف بلوچ که جامعه را تحت سلطه خود قرار داده‌اند، مردم جز درباره فرمان‌ها و خواسته‌های رهبران چیز زیادی نمی‌دانند. بلوچ‌ها هویت فرهنگی متمایز خود را دارند و یکی از مهم‌ترین جاذبه‌هایشان از نظر گردشگران، صنایع دستی، لباس‌ها و موسیقی‌شان است که این گروه قومی را در ایران و بین دیگر مناطق زبانزد عام کرده است. به علاوه رسوم عروسی، نوع پوشش، زبان و شیوه زندگی‌شان نیز از دیگر جاذبه‌ها هستند. بلوچ‌ها به میهمان‌نوازی شهرت دارند، آنها با خوشحالی و آغوش باز پذیرایی میهمانان بوده و این برای توسعه گردشگری قومی در منطقه امر بسیار مهمی است (Ebrahimi, 2012). این منطقه در مسیر تاریخی جاده ابریشم واقع شده است (Afrakhteh, 2006). مطابق سطوح چرخه حیات محصولات گردشگری، بلوچستان در مرحله اکتشاف قرار دارد.



تصویر ۱. زن بلوچ در حال منقوش‌سازی ظرف سفالی با رنگ طبیعی. مأخذ: آرشیو اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان، ۱۳۹۷.

زمینه توانمندسازی زنان موفق عمل کنند. یکی از نکات کلیدی که یکی از هنرمندان بخش صنایع دستی اشاره داشتند: «زنان بلوچ در جامعه حضور ندارند ولی هنر دستی آنان در همه نمایشگاه‌ها صنایع دستی و گردشگری در سطح استانی و ملی و بین‌المللی موجود و به فروش می‌رسد» (برگرفته از مصاحبه با هنرمندان صنایع دستی). به واسطه صنعت گردشگری می‌توان به نقش زنان در عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی پی برد. در واقع شاید بتوان گفت پیشرفت برای زنان در فرهنگ سنتی مانند استان سیستان و بلوچستان، به مراتب سخت‌تر از دیگر گروه‌های قومی در ایران است. علاوه بر این، بحث زنان در جامعه بلوچ به خاطر نگرش‌های سنتی موجود و نقش زنان در جامعه، بحثی مسئله‌ساز است. اما با رشد گردشگری در جوامع قومی همچون استان سیستان و بلوچستان، فرصت‌های زیادی برای برابری جنسیتی و روابط اجتماعی مهیا می‌شود. با رونق گردشگری فرصت‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی برای زنان بلوچ فراهم می‌شود. گردشگری قومی این فرصت را به آنها می‌دهد تا استقلال مالی داشته و بخشی از نیازهای خانواده را تأمین کنند. طبق گفته یکی دیگر از زنان، گردشگری وابستگی مالی به مردان را در جامعه بلوچ کاهش می‌دهد. زنانی که مورد مصاحبه قرار گرفتند، گردشگری را به عنوان فرصتی برای اشتغال به منظور برطرف کردن نیازهای اقتصادی می‌دانستند و بر اهمیت توسعه آن تأکید و همچنین اشاره داشتند این تنها عرصه‌ای است که مردان آنان اجازه فعالیت به آنها در بخش تولید صنایع دستی و طبخ غذاهای محلی خواهند داد.

• پیامدهای اجتماعی و فرهنگی

گردشگری به دلیل ماهیت خاص خود که مبتنی بر روابط بین انسان‌ها با فرهنگ‌های متمایز است تبعات مثبت و منفی به دنبال دارد. تأثیرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری قومی، شامل تمامی شیوه‌هایی است که باعث ایجاد تغییر در نظام ارزش‌ها، رفتار فردی، ساختار خانواده و روابط، سبک زندگی جمعی، سطوح امنیت، رفتار اخلاقی، بیان خلاق، مراسم سنتی و سازمان‌های جامعه می‌شود. بنابراین نتیجه این‌گونه روابط میان میهمان و میزبان، تأثیرات اجتماعی-فرهنگی است که بین

هدف گردشگری در سطح استان سیستان و بلوچستان، انتخاب شدند. تعداد هشت مورد از این زنان، متأهل و تعداد چهار نمونه مجرد بودند. علاوه بر این، در بین هشت نمونه از زنان متأهل، شش مورد دارای فرزند و دو نمونه بدون فرزند بودند و این تنوع با هدف پوشش تنوع دیدگاه‌ها و تجربیات سیاست‌گذاری شد و رده سنی زنان نیز از ۱۶ سال آغاز می‌شد و تا ۶۰ سال را پوشش می‌داد و تحصیلات این زنان نیز اکثراً تا سطح راهنمایی و تعداد ۵ مورد بی‌سواد بودند و زنان بدون تحصیلات بیش از ۳۰ سال سابقه فعالیت پاره‌وقت در مشاغل تولید صنایع دستی داشتند و در سال‌های اخیر علاوه بر تولید صنایع دستی نسبت به راهاندازی خانه‌های بوم‌گردی به اتفاق همکاری مردان جامعه خودشان روی آوردند و در طبخ و ارائه غذاهای سنتی نیز فعالیت می‌کنند. زنان جوان از کودکی از مادران خود تجربه تولید صنایع دستی را فراگرفتند و به صورت حرفه‌ای از یک تا ۱۵ سال سابقه فعالیت مرتبط با مشاغل مرتبط با گردشگری قومی را داشتند. همه مصاحبه‌ها با کسب اجازه از مصاحبه‌شونده‌ها، ضبط و در پایان هر روز نسبت به پیاده‌سازی مصاحبه‌ها اقدام و سپس کدگذاری انجام می‌شد. در فرآیند تجزیه و تحلیل نیز سه مرحله کدگذاری با توجه به تئوری مورد نظر (کدگذاری اولیه، کدگذاری متمرکز و کدگذاری نظری) انجام شده است. مرحله کدگذاری اولیه شامل نامگذاری داده‌ها با استفاده از کدگذاری خط به خط است. در کدهای اولیه تمرکز بر شناسایی داده‌ها و بهره‌گیری از داده‌های مرتبط صورت پذیرفت و سپس در بخش کدگذاری متمرکز شناسایی بهترین کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش هدف قرار گرفت و سپس نسبت به تشریح داده‌ها در این پژوهش اقدام شده است.

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

با توجه به محورهای پژوهش، داده‌ها در دو محور کلی طبقه‌بندی و ارائه می‌شود: محور اول، به توسعه گردشگری قومی با هدف فرصت‌سازی برای زنان با هدف ایجاد فرصت‌های کار و کسب و درآمد به منظور کمک به خانواده‌ها پرداخته است و محور دوم به توسعه جریان گردشگری با هدف تغییرات اجتماعی مثبت به منظور تساوی جنسیتی با گذشت زمان اشاره دارد.

• فرصت‌های گردشگری برای زنان بلوچ

با توجه به مشاهدات میدانی محقق اصلی این پژوهش در اکثریت مناطق شهری و روستایی استان سیستان و بلوچستان، زنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی حضور بسیار کم‌رنگی دارند و تابع سیاست‌های مردان جامعه هستند و تنها می‌توان حضور زنان را در جامعه از طریق هنرهای دستی آنان مشاهده کرد (تصویر ۱).

از این‌رو با توجه به نتایج تحلیل مصاحبه‌ها با زنان، به وضوح اشاره داشتند که نقشی در جامعه به جز تولید صنایع دستی که برگرفته از میراث فرهنگی ناملموس منطقه است ندارند. زنان بلوچ، با مهارت خارق‌العاده‌ای توانسته‌اند با هنر دستی خود، آوازه‌ای بی‌نظیر از خود فراتر از مرزهای جامعه سنتی خود متبادر کنند و از این طریق از مرزهای سنتی جامعه خودشان عبور کنند. برنامه‌های دولت، تاکنون نتوانسته است در ساختار سنتی این منطقه تأثیرگذار باشد و در

به صورت پاره‌وقت کارشان را در عرصه فعالیت‌های گردشگری در خانه آغاز کردند و زمینه استقلال مالی خودشان و خانواده‌شان را فراهم کردند بعد از مدتی مردان بلوچ به آنها این آزادی عمل را دادند که در خارج از فضای خانه و در نمایشگاه‌های استانی، منطقه‌ای و ملی و بین‌المللی شرکت کنند. از این نمونه‌ها در سال‌های اخیر بسیار زیاد می‌توان مشاهده کرد و هنگامی که با این بانوان موفق بلوچ صحبت می‌کنید دقیقاً به این فرایند پیچیده و سخت که توانسته‌اند از فضای سنتی جامعه به این سطح از موفقیت برسند خود را مدیون هنر ظریفشان می‌دانند که شامل سفالگری در کارگاه کلیورگان، سوزندوزی و غیره توانسته‌اند مسیر رشد و تعالی را پیدا کنند (تصویر ۲).

گردشگری قومی، با توجه به ماهیت تخصصی خویش که زمینه را برای گردشگران فراهم می‌کند تا وارد بستر جامعه سنتی بشوند و فرهنگ محلی را از نزدیک لمس و تجربه کنند، این قدرت را دارد که سنت‌های منفی گذشته را به مرور در جامعه سنتی کمرنگ‌تر کند و سنت‌های مثبت را نیز با توجه به استقبال گردشگران، تقویت سازد. ایده توسعه گردشگری قومی در استان سیستان و بلوچستان ایران راه جدیدی برای برجسته کردن نقش زنان در این جوامع سنتی است و نقش مهمی در کمک به آنها برای چیره‌شدن بر کلیشه‌های سنتی ایفا می‌کند. توسعه گردشگری قومی همانطور که برای زنان تأثیرگذار است، می‌تواند به طور کلی برای جامعه نیز تأثیرات فراوانی در پی داشته باشد. تعداد زنان شاغل در استان سیستان و بلوچستان نسبت به سایر استان‌ها، در عرصه‌های اجتماعی بسیار ناچیز است و تنها عرصه‌ای که زنان در فعالیت‌های اقتصادی مشارکت دارند به صورت پاره‌وقت در کارگاه‌های خانگی و کسب و کارهای گردشگری کوچک‌مقیاس است. یافته‌های این مطالعه از این جهت بسیار دلگرم‌کننده است، زیرا نشان‌دهنده این است که افزایش فرصت اشتغال برای زنان، منجر به توسعه و تسهیل برابری جنسیتی و توسعه اجتماعی در این منطقه از کشور ایران می‌شود. همچنین این مطالعه باعث بهبود شناخت نسبت به نقش زنان در گروه‌های قومی و گردشگری می‌شود. به همین منظور گردشگری قومی در صورتی که با برنامه‌ریزی و پایش و ارزیابی مداوم همراه باشد می‌تواند منجر به تغییرات اجتماعی مثبت شود و زنان نیز



تصویر ۲. بانوی بلوچ در حال کار در غرفه صنایع دستی. مأخذ: آرشیو اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان، ۱۳۹۷.

گردشگران و گروه قومی بلوچ در اثر جریان گردشگری قومی شکل می‌گیرد. ماهیت این روابط، عامل اساسی تأثیرگذار در دریافت‌ها و یا سوءتفاهم‌های ایجادشده به واسطه توسعه گردشگری است. گردشگری قومی به عنوان یک فعالیت اجتماعی و فرهنگی، پتانسیلی نرم برای ایجاد تغییرات اجتماعی و شکستن مرزهای فرهنگ سنتی بلوچی دارد. جریان‌سازی گردشگری قومی در بستر یک فرهنگ بکر قومی مانند بلوچ‌ها، باید با برنامه‌ریزی و پایش همراه باشد تا مسیر تغییرات اجتماعی و فرهنگی باعث از بین بردن اصالت‌های این قوم که خود عامل جذب گردشگران قومی به شمار می‌آید، نشود. در مصاحبه، یکی از هنرمندان صنایع دستی اظهار داشتند: «ما خوشحالیم که گردشگرانی از فرهنگ‌های مختلف به منطقه ما می‌آیند و ما می‌توانیم با فرهنگ آنها آشنا بشویم». با توجه به پویای ملی توسعه گردشگری استان سیستان و بلوچستان، فرصت لازم برای تغییرات ساختار سنتی جامعه بلوچ به منظور رهاسازی زنان توانمند این منطقه از بند سنت‌ها فراهم شده است و امروزه با گسترش شبکه‌های اجتماعی و افزایش گردشگران ورودی به این منطقه به مرور تغییرات قابل ملاحظه‌ای در حال بروز است. اکثر بانوان فعال در حوزه گردشگری در مصاحبه‌ها عنوان کردند که فرصت‌های کسب و کار زنان بلوچ در خارج از فضای خانواده محدود و بعضاً غیر قابل قبول است و از دیدگاه جامعه بلوچ، تنها عرصه‌ای که می‌توانند ورود نمایند و با چالش‌های فرهنگی مواجه نمی‌شوند فعالیت در زمینه‌های تولید صنایع دستی و طبخ غذاهای بومی منطقه برای پذیرایی از گردشگران است و در این زمینه مردان بلوچ نیز از زنان پشتیبانی لازم را به عمل می‌آورند. همچنین لازم به ذکر است که زنان بلوچ به دلیل بچه‌دار شدن و سختی کارهای خانه‌داری عملاً امکان فعالیت در عرصه امور اجتماعی را به صورت تمام وقت ندارند و از همین جهت زنان بلوچ در کسب و کارهای فصلی مانند گردشگری بیشتر تمایل نشان می‌دهند تا فعالیت کیفی داشته باشند. علاوه بر این توسعه گردشگری قومی در بستر جوامع قومی، از طریق گسترش جریان‌های گردشگری داخلی، زمینه تعامل با سایر اقوام کشور را فراهم می‌کند و از این حیث می‌تواند به مرکزگرایی و تقویت اتحاد یک کشور کمک کند. یکی دیگر از بانوان شاغل در عرصه گردشگری در استان سیستان و بلوچستان، اظهار داشتند: «دیدن مردم مختلف و مواجه شدن با موقعیت‌های جدید، این فرصت را برای زنان بلوچ مهیا می‌کند تا با حقوق زنان سایر اقوام ایرانی آشنا شوند و از آنجایی که اکثر زنان بلوچ در خانه‌هایشان کارهای صنایع دستی و هنری تولید می‌کنند، زمینه فروش مستقیم به گردشگران و احساس استقلال مالی بانوان را تقویت می‌کند.»

گردشگری قومی برای زنان در جوامع سنتی و روستایی فرصت‌هایی را فراهم می‌سازد تا با اشتغال در کسب و کارهای مرتبط با گردشگری، هویت اجتماعی آنان شکل بگیرد. زنان بلوچ از طریق فعالیتشان در زمینه صنایع دستی، نقش به‌سزایی در توسعه استان سیستان و بلوچستان ایران دارند. به علاوه با فعالیتشان در گردشگری قومی، احساس می‌کنند در حال ارتقا و معرفی فرهنگ منطقه خودشان هستند. با توجه به مشاهدات پژوهشگر اصلی این تحقیق، بانوانی که

نیز وظیفه همسری، امور خانه‌داری، کارهای هنری در درون منزل و نگاه‌داری از فرزندان را به عهده دارند. در گروه قومی بلوچ، زنان باید از همسر، پدر یا برادر خود اجازه بگیرند تا بتوانند در فضای بیرون از خانه فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشته باشند و به دلیل حفظ شرافت خانواده، مطابق سنت‌های قوم، خوش‌نامی و پرهیز از هرگونه شرمساری احتمالی، کاملاً تحت کنترل مردان جامعه خودشان هستند. رویکرد توسعه گردشگری قومی به عنوان گزینه‌ای برای تغییرات اجتماعی مثبت، این امکان را برای زنان جامعه بلوچ فراهم می‌کند تا به واسطه توانمندشدنشان، از حقوق خود آگاه شوند و با کنار زدن سنت‌ها، کیفیت زندگی خود را بهبود بخشند. به علاوه زمانی که مورد مصاحبه قرار گرفته بودند به روشنی بیان کردند که تمایل دارند تا فرهنگ‌های دیگر را نیز بشناسند و با حقوق زنان سایر فرهنگ‌ها آشنا بشوند. فراتر از این، آنها بیان کردند که به واسطه تعامل با گردشگران، از سبک زندگی دیگر زنان در فرهنگ‌های مختلف آگاهی می‌یابند و باعث می‌شود با رسوم فرهنگی سنتی خودشان، همچون چندهمسری مردان بلوچ مخالفت کنند. این نقطه نظرات مثبت زنان بلوچ که در عرصه گردشگری در استان سیستان و بلوچستان ایران فعالیت می‌کنند، با تعدادی از مباحث که در مصاحبه‌ها مطرح شد مرتبط بود. اولین مورد این است که اهمیت اقتصادی گردشگری قومی برای قوم بلوچ به عنوان فرصتی برای توسعه اقتصادی به شمار می‌رود؛ با توجه به اینکه سایر زمینه‌های فعالیت‌های اقتصادی علی‌رغم همجواری به مرزهای بین‌المللی و آب‌های آزاد با محدودیت‌های بی‌شماری مواجه است. مورد دوم این است که زنان بلوچ مایل به ارتقای صنایع دستی بلوچ هستند و از آن جایی که آثار هنری آنها در ایران بی‌نظیر است، همین فرصتی برای فراهم کردن اشتغال برای زنان است. بحث سوم در مورد آگاه‌سازی مردان بلوچ نسبت به حقوق زنان است. این مطالعه به وضوح نشان می‌دهد که تعامل بلوچ‌ها با گردشگران به واسطه توسعه گردشگری قومی، منجر به بهبود کیفیت زندگی‌شان به عنوان جامعه میزبان می‌شود که خود این امر در گذر زمان با توجه به چرخه حیات گردشگری باتلر به مرور، به برابری جنسیتی منتهی خواهد شد. با توجه به مشاهدات میدانی پژوهشگر، در روستاهای هدف گردشگری که تعامل زنان با گردشگران بیشتر است زنان از آزادی عمل بیشتری برخوردارند، و می‌توان شاخصه‌های رشد در زمینه برابری جنسیتی را تا حدودی مشاهده کرد. گردشگری قومی باعث می‌شود زنان بلوچ به واسطه اشتغال رسمی و غیر رسمی، کارآفرینی و آموزش، چرخه فقر را نیز در منطقه خود درهم شکنند. از این‌رو این پژوهش اثبات کرد که گردشگری قومی تأثیر مثبتی در ارتقای توانمندسازی زنان و ارتقای حقوقشان دارد. به طور خلاصه توسعه گردشگری قومی راه حلی حیاتی و قابل پیاده‌سازی برای کمتر کردن شکاف جنسیتی در جوامع سنتی قومی مانند استان سیستان و بلوچستان به شمار می‌رود.

به حقوق اساسی خود دسترسی لازم داشته باشند. این مقاله با نگاهی جامع، توسعه گردشگری قومی مبتنی بر اصالت‌های فرهنگی جامعه بلوچ‌ها را دنبال می‌نماید تا اهداف پایدار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در استان سیستان و بلوچستان را به صورت هدفمند فراهم نماید و به شیوه غیرمستقیم نیز برای حضور پررنگ زنان در موقعیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی از طریق گردشگری قومی بستر لازم فراهم شود و با برنامه‌ریزی و پایش مداوم از هویت فرهنگی منطقه برای تداوم جریان پایدار گردشگری قومی نیز محافظت لازم صورت پذیرد. گردشگری با بین‌المللی کردن چهره سیاسی و اجتماعی گروه‌های اقلیت، به آنها کمک می‌کند. گردشگری قومی همانطور که تأثیر مثبتی در توسعه اجتماعی و فرهنگی دارد، برای توسعه اقتصادی نیز مفید خواهد بود. با تکیه بر یافته‌های میدانی این پژوهش، افراد زیادی هستند که برای کارهایی نظیر معلمی و یا دیگر ارگان‌های دولتی از استان‌هایی دیگر به بلوچستان می‌آیند و حضور همین ساکنین غیر بلوچی نیز، در تغییر نگرش زنان آن منطقه نسبت به برابری جنسیتی و گردشگر، تأثیر داشته است. نتایج نشانگر روش‌هایی بودند که به واسطه آنها توسعه گردشگری قومی می‌تواند منجر به بهبود شرایط زنان در استان سیستان و بلوچستان شود و تأثیرات مثبت بر توسعه اقتصادی و اجتماعی این استان به دنبال داشته باشد. با توجه به مشاهدات میدانی نگارنده اصلی پژوهش، فرهنگ بلوچ‌ها، سنتی و از اصالت لازم برخوردار است و از طرفی دیگر، استان سیستان و بلوچستان از فرصت‌های اقتصادی بسیار اندکی بهره‌مند است و از این جهت، جریان‌سازی پایدار گردشگری با رویکرد قومی، می‌تواند به افزایش زمینه‌های کسب و کار برای زنان بلوچ که به دلیل سنت‌ها اجازه کمتری دارند تا در بیرون از منزل کار کنند منجر شود.

نتیجه‌گیری

با توجه به بررسی پیشینه تحقیقات در ادبیات گردشگری قومی، مطالعات محدودی به نقش توسعه گردشگری قومی در برابری جنسیتی در ساختار جوامع قومی پرداخته‌اند، اما این تحقیق، با روش نوین به دنبال ارزیابی، تغییرات اجتماعی در برابری جنسیتی در ساختار جوامع سنتی قومی مانند استان سیستان و بلوچستان است که از طریق گردشگری قومی و در ارتباط‌گذاری میهمان و میزبان در بستر جامعه سنتی، به توانمندسازی زنان برای مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و همچنین برقراری تعادل میان زنان و مردان می‌پردازد. در واقع فرهنگ سنتی حاکم بر فضای استان سیستان و بلوچستان، تأثیر زیادی بر نقش زنان در نقش‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان دارد. با توجه به فرهنگ و سنت‌های قوی منطقه، به زنان اجازه کار به منظور کسب درآمد در فضای بیرون خانه را به ندرت می‌دهند و تمام فعالیت‌های اقتصادی بر عهده مردان این منطقه است و اکثراً زنان

فهرست منابع

- Tourism and Entrepreneurship; International Perspectives, Butterworth-Heinemann. United Kingdom: University of Oxford Press .
- Sheikhi, AR. (2015a). Tourism Impacts in a Multi-ethnic Society: The case of Baluchis in Iran. *Tourism Culture & Communication*, 15(1), 33-46.
 - Sheikhi A. (2015b). *Tourism, hostility in Encyclopedia of Tourism*. Retrieved from: <https://www.springer.com/gp/book/9783319013831>.
 - Spooner, B. (1967). *Religious and political leadership in Persian Baluchistan: A study in the confusion of temporal and spiritual authority*. United Kingdom: University of Oxford Press .
 - Swain, M. B. (1993). Women producers of ethnic arts. *Annals of Tourism Research*, (20), 32-51.
 - Swain, M. B. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247-266.
 - Taheri, A. R. (2013). The sociopolitical culture of Iranian Baluch elites. *Iranian Studies*, 46(6), 973.
 - Theerapappisit, P. (2009). Pro-poor ethnic tourism in the Mekong: A study of three approaches in northern Thailand, *Journal Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(2), 201-222.
 - World Tourism Organization (UNWTO) (2011). *Regional Seminar on Responsible Tourism: Opportunities for Women and Youth*. Held in conjunction with 53rd UNWTO Commission for Africa Calabar, Nigeria. Retrieved from: <https://www.unwto.org/archive/global/event/regional-seminar-responsible-tourism-opportunities-women-and-youth-nigeria-june-2012>
 - Yang, L. & Li, X. (2012). Ethnic tourism and resident quality-of-life. *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research*, 373-387
 - Yang, L. & Wall, G. (2008). Ethnic tourism and entrepreneurship: Xishuangbanna, Yunnan, china. *Tourism Geographies*, 10(4), 522-544.
 - ایمنی؛ قشلاقی، خانی؛ فضیله و هاشمی، سید سعید. (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو)، *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، (۱۸)، ۲۱۷-۲۳۸.
 - مهدوی‌نیا، طاهره. (۱۳۹۱). زنان و گردشگری، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان: دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، شرکت هم اندیشان محیط زیست فرد.
 - Afrakhteh, H. (2006). The problems of regional development and border cities: A case study of Zahedan, Iran. *Cities*, 23(6), 423-432.
 - Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5.
 - Doxey, G. (1975). *A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences*. In Conference Proceedings: Sixth Annual Conference of Travel Research Association, California: San Diego.
 - Ebrahimi, M. (2012). *One week across Iran & Pakistan Border. Travel Roads*. United States : Marco Polo Publications. Florida.
 - Flacke-Neudorfer, C. (2007). Tourism, gender and development in the third world: A case study from northern Laos. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(2), 135-147.
 - Hall, D. & Kinnaird, V. (1996). Understanding tourism processes: A gender-aware framework. *Tourism Management*, 17(2), 95-102.
 - Jafari, J. (1990). Research and scholarship: The basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies*, (1), 6.
 - Mansfeld, Y. & Winckler, O. (2008). The role of the tourism industry in transforming a rentier to a long-term viable economy: The case of Bahrain, *Journal Current Issues in Tourism*, 11(3), 237-267.
 - MCTH (2020). About Iran. Retrieved from <http://www.mcth.ir>
 - Peeters, L. W. J. & Ateljevic, I. (2009). *Women empowerment - entrepreneurship nexus in tourism: Processes of social innovation*.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

شیخی؛ احمد رضا، ابراهیمیان، صدف و وزین، نرگس. (۱۳۹۹). تأثیر توسعه گردشگری قومی بر تساوی جنسیتی (مطالعه موردی تجربه زنان بلوچ در استان سیستان و بلوچستان). *گردشگری فرهنگ*، ۱(۲)، ۴۷-۵۴.



DOI: 10.22034/toc.2020.241614.1009

URL: http://www.toc-sj.com/article_115505.html