

فرصت‌های اجتماعی اشتغال زنان در گردشگری مورد مطالعه: زنان راهنمای تور شهر تهران

الهام حبیبی^۱، محمد صادق مهدوی^۲، مصطفی ازکیا^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۱۶

چکیده

اشتغال زنان، به‌عنوان نیمی از نیروی کار فعال، در فرایند توسعه بسیار ضروری و مهم در نظر گرفته می‌شود. از دیگر سو، گردشگری صنعتی سودآور است که زمینه ایجاد شغل‌هایی متنوع را در زمینه‌های گوناگون فراهم می‌آورد. با توجه به نقش مؤثر صنعت گردشگری در ایجاد اشتغال زنان، در این پژوهش تلاش شده تا با بهره‌گیری از تجارب زنان راهنمای تور به فرصت‌هایی که این شغل برایشان فراهم آورده پرداخته شود. روش این پژوهش کیفی و به روش نظریه بنیانی (گراندد تئوری) است و داده‌ها از طریق مصاحبه و مشاهده گردآوری شده است. نمونه‌گیری هدفمند با حداکثر تنوع (زنان راهنمای تور ورودی، خروجی، داخلی و مجرد، متأهل، متأهل دارای فرزند، مطلقه) و با معیار اشباع نظری انجام شده است. یافته‌های مصاحبه‌ها کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) شده و مفاهیم و مقوله‌های به‌دست‌آمده تجزیه و تحلیل شده‌اند. مقوله محوری این بررسی «پدیده فرصت‌های اجتماعی ناشی از شغل راهنمای تور برای زنان» است که مقولات دیگر را دربر می‌گیرد. یافته‌های پژوهش حاکی از تدوین ده گزاره درخصوص این پدیده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت که فضای باز محیط شغلی امکان دورشدن از برساخت‌های زنانگی و رهایی از شرایط بحرانی زندگی را فراهم ساخته و موجب رهایی از روزمرگی، کسب امتیازات مالی، خودشکوفایی، افزایش منزلت و کارایی اجتماعی، تعدیل کلیشه‌های جنسیتی و بازتعریف نقش مادری و همسری می‌شود.

واژه‌های کلیدی: زنان راهنمای تور، اشتغال زنان، فرصت‌های اجتماعی، گردشگری، تئوری بنیانی (گراندد تئوری).

۱- دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- نویسنده مسئول: استاد گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
(m.mahdavi54@yahoo.com)

۳- استاد گروه جامعه‌شناسی واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش توسعه‌یافتگی هر کشور اهمیت و اعتبار زنان در آن کشور است. اکنون نگاه جهانی بیشتر به سوی زنان معطوف شده است. به‌منظور تحقق توسعه‌ی اجتماعی، تسریع فرایند توسعه‌ی اقتصادی و محقق‌شدن عدالت اجتماعی، چنانچه به زن به‌منزله‌ی نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، قطعاً تأثیر بسزایی در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی جامعه خواهد داشت. نقش زنان در توسعه مستقیماً به هدف توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی بستگی دارد، از این رو در تحول همه‌جوامع انسانی عاملی بنیادی به‌شمار می‌رود.

با وجود این که نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند و دوسوم ساعات کار را زنان به فعالیت می‌پردازند، فقط یک‌دهم از درآمد جهان و یک‌صدم از مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص یافته است (نیازی، ۱۳۹۱). بنابراین وجود نابرابری برای زنان در تمامی جوامع کم‌وبیش وجود دارد. در برخی از سازمان‌های جهانی در چند سال اخیر به این مسئله بیشتر توجه شده و در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان اقتصادی و اجتماعی سازمان‌های جهانی قرار گرفته است.

امروزه مستندات علمی و پژوهشی فراوانی دال بر تأثیر دانش، تفکر و عملکرد زنان در کلیه‌ی شئون اجتماعی، اقتصادی و سیاسی وجود دارد. صرف‌نظر از این که زنان به توانایی برنامه‌ریزی و مدیریت مسائل خرد و کلان بسیاری از جوامع دست یافته‌اند.

از سویی، گردشگری صنعتی درآمدزا و محرکی برای ازمیان‌بردن فقر و بیکاری و گسترش توسعه‌ی اجتماعی است. یکی از ویژگی‌های بارز گردشگری ظرفیت بالای آن در ایجاد اشتغال برای زنان و جوانان است. صنعت گردشگری در شش زمینه‌ی اصلی اشتغال‌زایی می‌کند: ۱. جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، صنعتی، خدماتی که اساس انگیزه و کشش گردشگران برای انتخاب مقصد و انجام سفر به‌شمار می‌روند. ۲. حمل‌ونقل و خدمات مسافری در ابعاد هوایی، زمینی، ریلی و دریایی که جابه‌جایی گردشگران داخلی و خارجی به آن وابسته است و کمیت و کیفیت ارائه‌ی خدمات آن نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه‌ی صنعت گردشگری دارد. ۳. اقامت و هتل که اساس عرضه‌ی محصولات گردشگری و انتخاب مقصد است. گردشگر با این امید از محل زندگی خود (مبدأ) حرکت می‌کند که در مقصد برایش زمینه‌ی آسایش و ارائه‌ی خدمات اقامتی و رفاهی فراهم باشد. ۴. پذیرایی و رستوران؛ تأمین خوراکی و نوشیدنی مطابق سلیقه‌ی گردشگران و کیفیت ارائه‌ی آن از سوی میزبان در مقصد، چه در اقامتگاه و چه در بیرون از آن، اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. برخی از کشورها با نوع غذا و پذیرایی مخصوص خود معرفی می‌شوند. ۵. بازار؛ خرید سوغات و صنایع‌دستی بخش قابل‌ملاحظه‌ای از هزینه‌ی سفر و گردش را به خود اختصاص می‌دهد. ۶. خدمات اختصاصی گردشگری؛ علاوه بر خدماتی که معمولاً در جامعه‌ی میزبان ارائه می‌شود، ضروری است برخی از خدمات مثل مدیریت خاص گردشگری، تورگردانی، استفاده از راهنمایان تور حرفه‌ای و آشنا به زبان میهمان، آموزش و استفاده از کارکنان حرفه‌ای به‌ویژه در بخش‌های اقامتی و پذیرایی و حمل‌ونقل، برنامه‌ریزی به‌ویژه برای تعطیلات و اوقات فراغت و فرار از یکنواختی، تبلیغات، بازاریابی، چگونگی استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)،

بانک، بیمه، رعایت احترام و حقوق خاص میهمانان و گردشگران و دیگر خدمات مخصوص به گردشگران ارائه شود (ابراهیم بایسلامی، ۱۳۹۵، ص ۱۱).

با توجه به نقش مؤثر صنعت گردشگری در ایجاد اشتغال زنان، در این مقاله به این پرسش پاسخ داده خواهد شد که اشتغال در حوزه گردشگری برای زنان راهنمای تور چه فرصتهایی را به وجود آورده است.

پیشینه پژوهش

بنابر جست‌وجوهای صورت‌گرفته پیرامون موضوع پژوهش، مطالعات منتشرشده عمدتاً بر تأثیر گردشگری بر اشتغال‌زایی و ابعاد اقتصادی آن تمرکز دارند. برای نمونه می‌توان به پژوهش‌های داخلی از جمله پژوهش بینایی (۱۳۹۴) با عنوان «نقش توسعه گردشگری روستایی در اشتغال‌زایی، مطالعه موردی روستای چاشم شهرستان مهدی‌شهر»، ادیبی (۱۳۹۲) با عنوان «بررسی نقش صنعت گردشگری در توسعه اشتغال استان مازندران»، رفعت‌جاه (۱۳۹۲) با عنوان «مسائل و چالش‌های اشتغال زنان در ایران»، خواجه شاهکویی و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان «نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی»، طیبی و همکاران (۱۳۸۶) با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی» و پژوهش‌های خارجی از جمله پژوهش کادیالیا و کزواب^۱ (۲۰۱۳) با عنوان «بررسی میزان اشتغال حاصل از سرریزهای بخش گردشگری در سایر صنایع»، آتانا و ارسلانترک^۲ (۲۰۱۲) با عنوان «بررسی رابطه رشد اقتصادی و گردشگری در کشور ترکیه با استفاده از الگوی جدول داده - ستانده»، آکمیک^۳ (۲۰۱۲) با عنوان «ارزیابی اهمیت گردشگری بین‌المللی در کشور ترکیه»، مازومدر (۲۰۱۱) با عنوان «نقش گردشگری در اقتصاد مالزی»، رومرو و تاجادا^۴ (۲۰۱۱) با عنوان «بررسی زنجیره تولید در گردشگری»، پولو و واله^۵ (۲۰۰۸) با عنوان «ارزیابی تأثیرات گردشگری در جزیره بالریک کشور اسپانیا»، کوکا^۶ و همکاران (۲۰۰۳) با عنوان «تحلیل گردشگری در تولید، درآمد، اشتغال» و کوکیر^۷ و همکارانش (۲۰۰۲) با عنوان «اشتغال غیررسمی گردشگری فروشندگان در بالی اندونزی» اشاره کرد. این در حالی است که بررسی و مطالعه فرصت‌های اجتماعی ناشی از اشتغال زنان راهنمای تور، به‌عنوان سفیران فرهنگی کشورها، در حوزه مطالعات جامعه‌شناختی جای می‌گیرد.

همچنین، در مطالعات گسترده در حوزه جامعه‌شناسی زنان و اشتغال زنان، جامعه آماری زنان راهنمای تور به‌طور اخص بررسی نشده است. درحالی‌که اشتغال در صنعت گردشگری ویژگی‌های خاص خود را دارد و نیاز به مطالعه‌ای جامع در این حوزه کاملاً مشهود است.

فقدان مطالعات کافی در این زمینه سبب شده تا در بررسی این موضع از روش گراندد تئوری بهره

1- Kadiyalia and Kosovab

2- Atana and Arslanturkb

3- Akkemik

4- Romero and Tejada

5- Polo and Valle

6- Kweka

7- Cukier-snow

گیریم. واژه گراند (زمینه‌ای) در این عبارت نشانگر آن است که هر نظریه و گزاره‌ای که براساس این روش تدوین می‌شود بر زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی بنیان نهاده شده است. در واقع نظریه بنیانی روشی است برای کسب شناخت درباره موضوع مورد مطالعه یا موضوعاتی که پیش‌تر درباره آن‌ها پژوهش جامع و عمده‌ای صورت نگرفته و دانش موجود در آن زمینه محدود است (ازکیا و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲۷۰). با روش تئوری بنیانی (گراند تئوری)، نگرش و تجارب و آرای مشارکت‌جویان (زنان شاغل راهنمای تور) درباره موضوع پژوهش بررسی خواهد شد.

مروری بر ادبیات موضوع

تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی:

۱-۱-۱- گردشگری^۱

گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه‌ها، دولت‌ها، جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی در فرایند جذب، حمل‌ونقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (Weaver and Oppermann, 2000, p. 3). درعین‌حال، گردشگری را می‌توان صنعت دانست (یا مجموعه‌ای متشکل از صنایع مرتبط به یکدیگر)، همچنین مجموعه‌ای پیچیده و متشکل از پدیده‌های اجتماعی (برنز، ۱۳۸۵، ص ۶۳). گردشگری از بزرگ‌ترین و گسترده‌ترین صنایع جهان است که به سرعت در حال رشد است و منبع مهم درآمد، اشتغال و سرمایه در بسیاری از کشورهاست. هرچند توسعه سریع آن آثار زیان‌بار محیطی در بسیاری از نقاط جهان به همراه دارد (Filipović, 2007, p. 44). گردشگری یکی از ابزارهای رایج برای به حرکت درآوردن اقتصادهای بحرانی و ارتقای سطح توسعه از طریق مشاغل و سرمایه‌هاست که آن‌ها را توسعه می‌دهد. تجارب گردشگری متفاوت است؛ بخشی از آن برگرفته از اشکال گوناگون گردشگری است و بخشی مربوط به توانایی‌های متفاوت مقصد برای جذب گردشگران و برطرف کردن نیازهای آن‌هاست (Ngamsomsuke et al., 2011, p. 516).

۱-۱-۲- راهنمای تور^۲

براساس تعریف انجمن راهنمایان تور اروپا،^۳ راهنمای تور کسی است که گروه‌ها یا بازدیدکنندگان انفرادی داخلی یا خارجی را در مکان‌های تاریخی، موزه‌ها و بناهای یادبود یک شهر یا منطقه راهنمایی می‌کند و تفسیری الهام‌بخش و سرگرم‌کننده از میراث فرهنگی و طبیعی و محیط‌زیست، به زبان انتخابی بازدیدکننده، ارائه می‌دهد.

همچنین براساس تعریف فدراسیون جهانی انجمن راهنمایان تور،^۴ راهنمای تور «شخصی است که بازدیدکنندگان را براساس زبان انتخابی آن‌ها راهنمایی می‌کند و میراث فرهنگی و طبیعی یک ناحیه

1- Tourism
2- Tour leader
3- EFTGA
4- WFTGA

را تفسیر می‌کند. این شخص معمولاً صلاحیت راهنمایی در منطقه‌ای خاص را دارد که عموماً از طرف مسئولان به رسمیت شناخته می‌شود».

۳-۱-۱- انواع راهنمایان تور

۱. راهنمای داخلی: کسی است که گردشگران و مسافران ایرانی را در بازدید از اماکن تاریخی، فرهنگی، طبیعی، زیارتی، سلامت و سایر جاذبه و نقاط دیدنی کشور راهنمایی کند.
۲. راهنمای بین‌المللی (ورودی و خروجی): کسی است که راهنمایی گردشگران ورودی به کشور و ایرانیان علاقمند به بازدید از سایر کشورها را برعهده دارد و تسلط و اطلاعات کافی درباره میراث فرهنگی و طبیعی، آداب و رسوم و مقررات کشور خود و کشور مقصد را دارد و اطلاعات لازم را به زبان قابل‌درک برای گردشگران توضیح می‌دهد (آیین‌نامه راهنمایان گردشگری).

اشتغال زنان^۱

کار را می‌توان ادای وظایفی تعریف کرد که مستلزم صرف کوشش‌های فکری و جسمی است، با هدف تولید کالاها و خدماتی که نیازهای انسانی را برآورده می‌سازد. شغل یا پیشه کاری است که در مقابل مزد یا حقوق منظمی انجام می‌شود. کار در همه فرهنگ‌ها اساس نظام اقتصادی یا اقتصاد است که دربردارنده نهادهایی است که با تولید و توزیع کالاها و خدمات سروکار دارند (گیدنز، ۱۳۷۶، ص ۵۱۶-۵۱۷). در صورتی که اشتغال از سوی زنان باشد، اشتغال زنان گفته می‌شود. اگرچه کار زنان در مشاغل مدیریت یا حرفه‌ای نبوده، بلکه بیشتر در بازارهای کار درجه دوم تمرکز یافته است (همان، ص ۵۴۶).

پیشینه نظری

از آنجاکه کار کیفی از نظریه آغاز نمی‌شود، در تدوین فرضیات نیز چارچوب نظری به کار نمی‌رود، بلکه برای استخراج پرسش‌های پژوهش از چارچوب مفهومی بهره‌گیری می‌شود. چارچوب مفهومی مجموعه مفاهیم مرتبطی است که بر مفاهیم اصلی مطالعه تمرکز دارد. در این روش، برای تولید داده‌های تجربی، جذب پژوهشگر در میدان پژوهش، جلب اعتماد افراد مورد بررسی و به‌کارگیری هر نوع روش مناسب برای جمع‌آوری اطلاعات، بر مشاهده و مصاحبه تأکید می‌شود (ازکیا و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۰، ص ۲۱).

در این پژوهش، تدوین چارچوب مفهومی با رویکرد جامعه‌شناسی تفسیری صورت گرفته است. این رویکرد به درک و تفسیر مردم در جایگاه عاملانی فعال در برساخت زندگی روزمره می‌پردازد. همچنین بر اصالت انسان در برابر محیط تأکید دارد (Lincoln and Guba, 1985). به نقل از بوستانی و محمدپور، ۱۳۸۸: ۴۵) با توجه به اهداف پژوهش، تجربه زنان راهنمای تور هنگام مواجهه با فرصت‌های اشتغال در حوزه گردشگری بررسی شده است.

1- Women's Employment

روش پژوهش و ابزار گردآوری اطلاعات

از آنجاکه موضوع این پژوهش فرصت‌هایی است که اشتغال در حوزه گردشگری برای زنان راهنمای تور فراهم می‌آورد (و مطالعات کافی در حوزه زنان راهنمای تور انجام نشده و لازم است پژوهشگر، برای کسب دانش نظری در مورد پدیده، به بررسی عمیق و کامل موضوع بپردازد)، گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات با روش تئوری بنیانی صورت گرفته است. مصاحبه با سؤالاتی کلی درباره زندگی روزمره مصاحبه‌شونده از قبیل توصیف شرایط زندگی و شغلی آغاز شده است. سپس، سؤالات عمیق‌تری درباره کنش‌ها و واکنش‌های آنان و ارتباطات روزمره و نیز نحوه واکنش خانواده، مسافران و گردشگران و کارفرمایان پرسیده شده است. سؤالات به صورت نیمه‌ساختاریافته و به گونه‌ای پرسیده شده که مصاحبه‌شونده توانایی جهت‌دادن به مسیر بحث را داشته باشد و ذهنیت وی کمتر در روند مصاحبه تأثیر گذارد. مصاحبه‌ها گاه یک تا دو ساعت و گاه در طی برگزاری تورهای یک‌روزه انجام شده تا محقق به عمق یافته‌های مورد نظر دست یابد.

مکان مصاحبه‌های حضوری اغلب فضاهای شغلی (آژانس یا دفاتر خدمات گردشگری) مشارکت-کنندگان بوده است. پس از هر جلسه، مصاحبه‌ها نوشته شده و قسمت‌هایی از متن مصاحبه برگزیده شده است. پژوهشگر، تا حد ممکن، مفاهیم را انتخاب و استخراج کرده است (یعنی همان کدگذاری برای متن مصاحبه که به هدف پژوهش نزدیک بود). سپس مجموعه‌ای از مفاهیم نزدیک به هم به منظور حرکت به سمت انتزاع نظری مقولات استخراج شده و نامی جامع‌تر بر این مفاهیم گذاشته شده که هم به لحاظ نظری تمام آن مجموعه را دربرگیرد و هم انتزاعی‌تر باشد (کدگذاری محوری). در نهایت، با در نظر گرفتن این نکته که تمام مقولات و مفاهیم را بتوان حول یک محور و در راستای یک نظریه شرح داد، مقوله محوری استخراج شده است (کدگذاری انتخابی).

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ۲۱ نفر از زنان راهنمای تور در شهر تهران هستند. در این پژوهش روش نمونه‌گیری هدفمند با حداکثر تنوع به کار رفته و کوشش شده نمونه از تمام گروه‌های راهنمایان (ورودی، خروجی و داخلی) و راهنمایان مجرد، متأهل، متأهل دارای فرزند و مطلقه انتخاب شود تا پراکندگی و ویژگی‌های مختلف جامعه هدف را دربرگیرد و صرفاً با نمونه‌هایی مصاحبه نشود که پایگاه و ویژگی‌های مشترک دارند.

علاوه بر نمونه‌گیری هدفمند، پس از شکل‌گیری مفاهیم اولیه و آشکار شدن ابعادی از موضوع برای پژوهشگر، شکل‌دهی بخشی از سؤالات در مصاحبه‌های بعدی براساس تمرکز بر این ابعاد صورت گرفته که به غنی‌سازی مفاهیم قبلی و همچنین شکل‌گیری مفاهیم جدید انجامیده است. این روند در مراحل بعدی، هنگام مقوله‌بندی‌ها، ادامه یافته و به حذف، ادغام و تغییر بعضی مفاهیم منجر شده است. پژوهشگر، هنگام گزارش نویسی، متن‌ها و قسمت‌هایی از مصاحبه‌ها و نظرهای مرتبط با آن‌ها را انتخاب کرده (نمونه‌گیری نظری) تا در نهایت، با مصاحبه با ۲۱ نفر، اشباع نظری (دست‌یافتن به نوعی از تکرار در داده‌ها) حاصل شده است.

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کنندگان

| شماره | نام | سن | وضعیت تأهل | مقطع و رشته تحصیلی |
|-------|--------|----|-------------------|--|
| ۱ | فخری | ۶۵ | مطلقه | کارشناسی ارشد روان‌شناسی |
| ۲ | فروزان | ۵۷ | مجرد | دکتری جامعه‌شناسی |
| ۳ | همیمیا | ۳۷ | مجرد | کارشناسی ارشد مترجمی زبان انگلیسی |
| ۴ | هدیه | ۲۸ | مجرد | کارشناسی ارشد مترجمی زبان آلمانی |
| ۵ | آمیتیس | ۳۶ | مجرد | مهندسی عمران |
| ۶ | الهام | ۴۵ | متأهل دارای فرزند | کارشناسی گردشگری |
| ۷ | مهرناز | ۳۳ | مجرد | کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی |
| ۸ | معصومه | ۴۳ | مجرد | کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-بازاریابی |
| ۹ | مهسا | ۳۵ | متأهل | کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری |
| ۱۰ | ژاله | ۳۸ | متأهل دارای فرزند | دانشجوی کارشناسی ارشد تاریخ |
| ۱۱ | پروین | ۵۸ | متأهل دارای فرزند | کارشناسی فیزیک |
| ۱۲ | یلدا | ۲۹ | مجرد | کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-بازاریابی |
| ۱۳ | سپیده | ۳۲ | مجرد | مهندسی علوم و صنایع غذایی |
| ۱۴ | مهرانه | ۴۰ | مجرد | کارشناسی ارشد میکروبی‌شناسی |
| ۱۵ | غزاله | ۳۲ | مجرد | کارشناس زیست‌شناسی |
| ۱۶ | فریده | ۴۵ | مطلقه | کارشناس مترجمی زبان انگلیسی |
| ۱۷ | سارا | ۳۹ | متأهل دارای فرزند | کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی |
| ۱۸ | مهرنوش | ۳۴ | مجرد | کارشناس حسابداری |
| ۱۹ | رویا | ۳۱ | مجرد | مترجمی زبان انگلیسی |
| ۲۰ | فرزانه | ۴۲ | مطلقه | کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، پژوهشگری اجتماعی |
| ۲۱ | شکوه | ۴۹ | متأهل دارای فرزند | کارشناس زبان انگلیسی |

روش‌های ارزیابی پژوهش

درحالی‌که «هدف تئوری بنیانی مشخص کردن شرایطی است که موجب یک سلسله کنش متقابل ویژه مربوط به پدیده و پیامدهای حاصل از آن می‌شود، یافته‌ها فقط به آن شرایط خاص قابل‌تعمیم‌اند» (Strauss and Corbin, 1990, p. 87). برای رسیدن به معیار قابلیت‌اعتماد^۱ (معادل پایایی و روایی در تحقیقات کمی)، از سه روش متعارف و مرسوم (پاتن^۲، سیلورمن^۳، کوال و برینمن^۴ (۲۰۰۹) استفاده شده است:

– کنترل یا اعتباریابی از سوی اعضا: در این روش از مشارکت‌کنندگان خواسته شده تا

- 1- Trustworthiness
- 2- Patton
- 3- Silverman
- 4 -Kval and Brinckman

یافته‌های کلی را ارزیابی کنند و درباره آن نظر دهند.

– **مقایسه‌های تحلیلی:** در این روش به داده‌های خام رجوع شده تا ساختار نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی شود.

– **استفاده از روش ممیزی:** در این زمینه پنج متخصص در حوزه تئوری بنیانی بر مراحل کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقولات نظارت داشته‌اند.

– نگارنده در پی ایده اصلی جمله یا پاراگراف مصاحبه است. این روش تحلیل بسیار زمان‌بر است و باید چندین بار متن مصاحبه خوانده شود. مثلاً مفاهیم و خرده‌مقولات و مقولات انتخاب‌شده بارها از سوی استادان حوزه جامعه‌شناسی و نیز با مراجعه به کتاب‌های تخصصی واژگان جامعه‌شناسی بازبینی و تجدیدنظر شده تا از درستی انتخاب مقوله موردنظر اطمینان نسبی به‌دست آید.

یافته‌ها (مفهوم‌ها و مقوله‌های استخراج‌شده از اطلاعات)

مطابق فرایند روش‌شناختی که شرح داده شد، طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، رمزها و مفاهیم از درون اطلاعات اولیه استخراج شده است. در مصاحبه‌های بعدی، مفاهیم جدید اضافه و به غنای مفاهیم قبلی افزوده شده تا در نهایت ۱۲۷ مفهوم به‌دست آمده است. در مرحله بعد، مفاهیم در قالب مقولات قرار داده شده و ۲۸ مقوله به‌دست آمده است. مقوله‌ها برای ارائه در الگوی پارادایمی در شش دسته ذیل حول مقوله هسته قرار گرفته‌اند:

- پدیده
- شرایط علی
- زمینه
- شرایط مداخله‌گر
- راهبردها
- پیامدها

جدول ۲: مفاهیم، مقولات و مقوله محوری استخراج‌شده از داده‌های کیفی

| فرصت‌های اجتماعی ناشی از شغل راهنمای تور برای زنان | | |
|--|---------------------|-----------------------------|
| | مقولات | مفاهیم |
| شرایط علی | تطابق با علائق شخصی | عشق به سفر |
| | | سیال‌بودن |
| | | علاقه به تغییر |
| | | علاقه به کشف دنیای جدید |
| | | پذیرا بودن |
| | | برون‌گرایی |
| | | ارتباط با فرهنگ‌های گوناگون |

| | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| آزادی فضای شغلی | تنوع محیط شغلی |
| | رهایی از قیدوبندهای رفتاری |
| سهولت جذب در شغل | امکان جذب از طریق مؤسسات آموزشی |
| | امکان جذب از طریق کسب مدرک دانشگاهی |
| | نبودن آزمون ورودی برای ورود |
| امکان بیشتر دیده شدن | جلوه‌گری |
| | موردتوجه بودن |
| | نفر اول بودن در گروه |
| امکان ایجاد حس تأثیر و تحول در دیگران | اثرگذاری بر گردشگران |
| | ایجاد تغییر در دیگران |
| امکان بروز شخصیت رهبرگونه و مدیریتی | هدایت |
| | تمایل به رهبری |
| | هدایت و رهبری فردی و جمعی |
| | اعتمادبه‌نفس |
| ارضای میل تنوع‌طلبی | سیال بودن |
| | علاقه به تغییر |
| | علاقه به تغییر محل شغل |
| تطابق با روحیه برون‌گرایی | فعال بودن |
| | علاقه به جمع و ارتباطات اجتماعی |
| | داشتن هیجان بالا |
| استفاده از ویژگی‌های ذاتی زنانه | اخلاق مراقبتی |
| | مهربانی زنانه |
| | جزئی‌نگری زنانه |
| | پذیرای دیگران بودن |
| | ظرافت زنانه |
| | دقت بیشتر زنان |
| | روحیه لطیف زنان |
| | احساس مادرانه |
| | قدرت جلب اعتماد |
| | صبوری |
| | همکاری |
| | گذشت |
| | تحمل بالا |
| | قدرت غلبه بر مشکلات |

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| | | احساس همدردی |
| | | توانایی ارتباط با روحيات و خرده‌فرهنگ‌ها |
| | | انعطاف‌پذیری بیشتر زنان در مواجهه با روحيات مختلف |
| | خودنماينده پنداری | الگو دانستن خود به‌عنوان زن ایرانی در مواجهه با گردشگران خارجی |
| | | بازتاب‌دهنده فرهنگ ایرانی |
| | | تمايل به کسب تجارب جديد |
| | لزوم یادگیری بیشتر و به‌روز کردن آگاهی (دانشی، مهارتی) | لزوم به‌روزبودن دانش و آگاهی |
| | | تأکید بر تسلط به زبان خارجی |
| | | وطن‌دوستی |
| | بازشناسی فرهنگ ایرانی | اصلاح نگرش منفي به ایران |
| | | تبليغ ملی - فرهنگي |
| | | تنوع محیط‌های طبیعی و فرهنگی در ایران |
| نپذیرفتن نقش‌های جنسیتی | | |
| شرایط مداخله‌گر | فاصله‌گرفتن از برساخت‌های زنانگی | مقابله با باورهای نادرست درباره زنان و شغل |
| | | فرصت طرد مخاطرات شغلی |
| | دورشدن از فضای بحرانی در زندگی | رهایی از روزمرگی |
| | | نگرش حمایتی از زنان |
| | حمایت همسر و خانواده | همراهی همسر |
| | | ازبین‌رفتن بعد زمان و مکان به‌واسطه فناوری‌های ارتباطی |
| | پیشرفت دستاوردهای فناوری‌های ارتباطی | کم‌شدن احساس دوری و دلتنگی |
| | | افزایش و سهولت تعاملات |
| | | آشنایی با زنان پیشرو در این شغل |
| | | آشنایی با روش‌های نوین اجرای تور |
| | | آشنایی با جاذبه‌های بکر |
| | راهبردها | ارتقای منزلت اجتماعی |
| افزایش سرمایه اجتماعی | | |
| کسب استقلال شخصیتی | | |
| مصالحه با هنجارهای فرهنگی و سنتی | | کسب پایگاه اجتماعی مناسب |
| | | مقابله با برساخت‌های فرهنگی |
| | | فائق آمدن بر کلیشه‌های جنسیتی |
| | | ایستادگی و مقاومت در برابر نگاه جنسی |
| | | قائل بودن به تساوی حقوق و برابری میان افراد |
| هدایت و رهبری گروه | | نقش کلیدی در تصمیم‌گیری |

| | | |
|------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| | | آمریت در گروه |
| | | مسئولیت پذیری |
| | | هماهنگی و متحد کردن گروه |
| | | مهارت برقراری ارتباط اجتماعی |
| | | برخورداری از اعتماد به نفس |
| پیامدها | امتیازات مالی | درآمد بالا |
| | رضایتمندی شغلی | خرسندی از رضایت مسافران |
| | | علاقه به شغل |
| | | مشارکت در شادی‌ها |
| | افزایش کارآیی اجتماعی | احساس مفید بودن |
| | | احساس توانمندی در مدیریت |
| | تعدیل کلیشه‌های جنسیتی | مقابله با تفکرات جنسیتی |
| | | ایستادگی و مقاومت در برابر نگاه جنسی |
| | بازتعریف نقش مادری - همسری | تداخل وظایف سنتی همسری با شغل |
| | | فشارهای هنجاری |
| | | ایجاد تعادل نقشی |
| | رهایی از روزمرگی | فرستی برای طرد مخاطرات زندگی |
| | | فراهم بودن فضای باز و تنوع محیطی |
| | خودشکوفایی | اتکای بخود |
| | | تلاش مضاعف برای اثبات خود |
| | | رضایت از خود |
| | | قائم به ذات بودن |
| | | استقلال شغلی |
| | بهره گیری از مهارت‌های ارتباطی | کنترل رفتار |
| | | اخلاق مداراگرایانه |
| | | ارزیابی درست از گردشگران و شناخت آنها |
| | | انطباق فرهنگی با گردشگران |
| | | تبادل فرهنگی با گردشگران |
| توانمندی مدیریتی | هدایت و رهبری | |
| | مسئولیت پذیری | |
| | داشتن روحیه خلاق | |
| | لزوم بروز بودن اطلاعات | |
| | ترجیح رضایت مشتری بر علائق شخصی | |

پدیده فرصت‌های اجتماعی ناشی از شغل راهنمای تور برای زنان

- شرایط علی

عواملی که باعث به وجود آمدن رویکرد فرصت‌های اجتماعی ناشی از شغل راهنمای تور برای زنان شده عبارت است از:

۱. تطابق با علائق شخصی، ۲. آزادی فضای شغلی، ۳. سهولت جذب در شغل، ۴. امکان بیشتر دیده شدن، ۵. امکان ایجاد احساس تأثیر در دیگران، ۶. امکان بروز شخصیت رهبرگونه، ۷. ارضای میل تنوع‌طلبی، ۸. تطابق با روحیه برون‌گرایی، ۹. استفاده از ویژگی‌های ذاتی زنانه، ۱۰. خودنماینده پنداری، ۱۱. لزوم یادگیری بیشتر و به‌روز کردن آگاهی (دانشی، مهارتی)، ۱۲. بازشناسی فرهنگ ایرانی.

به‌عبارتی می‌توان گفت زنان، با توجه به علاقه‌مندی به سفر و ارتباطات اجتماعی (علائق شخصی)، از زندگی روزمره و فعالیت‌های تکراری گریزان‌اند و فضای آزاد این شغل به‌نوعی دلیل‌گرایش زنان به آن بوده است.

سارا: سفر و گردشگری افسردگی را درمان می‌کند (برای نمونه مادر خودم)، چون انسان را از محیط عادی دور می‌کند و با چیزهای جدیدی روبه‌رو می‌کند. آزادی و تنوع در این شغل سبب شده که آن را ادامه دهم.

همچنین زنان راهنمای تور اذعان می‌کنند که به‌علت انطباق با علائق شخصی نظیر عشق به سفر، علاقه به تغییر و کشف دنیای جدید این شغل را انتخاب کرده‌اند.

پروین: به‌علت بیماری مجبور شدم در خانه بمانم. بعد از این بیماری و درخانه ماندن خیلی خسته شده بودم، چون آدمی نبودم که بتوانم در خانه بمانم. تصمیم گرفتم کاری بکنم و از طرفی عاشق سفر بودم. به همین علت احساس کردم شغل راهنمای تور من را راضی می‌کند.

ژاله: خیلی سخت است بعد از راهنمای تور شغل دیگری را انتخاب کنی، چون آزادی و

خودت تصمیم می‌گیری.

زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش به‌آسانی توانسته‌اند به این حرفه مشغول شوند. جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی ایران باعث می‌شود زنان در رشته‌های گوناگون تور مشغول شوند و تعدد مسافران با سطح تحصیلی و فرهنگی متفاوت آن‌ها را به کسب دانش و آگاهی روز سوق می‌دهد. مشارکت-کنندگان، با داشتن آگاهی و دانش مربوط به نقاط گوناگون و کسب تجربه از طریق معاشرت و ارتباطات با فرهنگ‌های متنوع، ایجاد تأثیر و تحول در دیگران را در خود احساس می‌کنند و در طی این مصاحبه‌ها به دفعات از تجربه ایجاد تغییر در دیگران صحبت کرده‌اند.

مهرناز: صحبت کردن با ایتالیایی‌ها هم تمرین زبان است و هم مبادله فرهنگی. و این که به

کشور خود که فرهنگ غنی دارد افتخار می‌کنی، خیلی خوشایند است.

راهنمایان تور، در جایگاه نفر اول در تور، اطلاعات لازم را در اختیار مسافران می‌گذارند و تور را مدیریت و رهبری می‌کنند و همین امر موجب ارضای احساس میل به دیده شدن و کانون توجه بودن می‌شود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت مشارکت‌کنندگان امکان بروز شخصیت رهبرگونه را در این شغل یافته‌اند.

همچنین ویژگی‌های ذاتی زنانه (نظیر مراقب‌بودن، دقت به جزئیات و انعطاف و لطافت زنانه و...)، تنوع‌طلبی و روحیهٔ برون‌گرایی زنان باعث موفقیت بیشتر آنان در این شغل می‌شود.

همینا: ظرافت و دقت خانم‌ها باعث می‌شود به سرویس‌دهی هتل‌ها، بهداشت و خانه‌داری توجه بیشتری کنند. خانم‌ها برای خرید مسافران دقت بیشتری به خرج می‌دهند. چون زنان روحیهٔ لطیفی دارند، بیشتر هوای دل مسافران را دارند. حالت مادرگونهٔ آنان باعث می‌شود مراقب مسافران باشند.

مشارکت‌کنندگان خود را از دیدگاه مسافران (به‌خصوص خارجی‌ان) نمایندهٔ زن ایرانی می‌پندارند و همواره سعی می‌کنند ظاهر و رفتاری مناسب داشته باشند.

معصومه: این کار معرفی کشور ایران است. لباس‌هایی که می‌پوشیم و مرتب‌بودنمان خیلی مهم است، چون نمایندهٔ زن ایرانی هستیم. باید خیلی مراقب باشیم که خوب جلوه کنیم. چهره‌ای که رسانه‌ها از ایران و زن ایرانی ساخته‌اند با دیدن ما و نوع شغل ما عوض می‌شود. یکی دیگر از علل انتخاب این شغل از سوی زنان راهنمای تور علاقه به شناساندن فرهنگ ایران و ایرانی به مسافران خارجی و داخلی است.

فروزان: وقتی شما به غرب می‌روید، تازه دوست دارید فرهنگ خودتان را بشناسید. نگرشی منفی که دربارهٔ ایران وجود دارد من را تهییج کرد که فرهنگ خودم را بشناسم و بشناسانم.

- شرایط مداخله‌گر

علاوه‌بر زمینه‌های بروز یک رویکرد یا علل ایجاد آن، شرایطی وجود دارد که هر شخص منحصراً تجربه می‌کند. این شرایط، در کنار علل و زمینه‌های به‌وجودآمدن یک نوع نگرش خاص، به شکل‌گیری آن کمک می‌کند. به این شرایط، در روش نظریهٔ بنیانی، شرایط مداخله‌گر اطلاق می‌شود. در رویکرد فرصت‌های اجتماعی ناشی از اشتغال زنان راهنمای تور، شرایط مداخله‌گر زیر به‌دست آمده است:

۱. فاصله‌گرفتن از برساخت‌های زنانگی، ۲. رهایی از شرایط بحرانی زندگی، ۳. حمایت همسر و خانواده، ۴. پیشرفت دستاورد فناوری‌های ارتباطی (با ازبین‌بردن بعد زمان و مکان).

زنان، اشتغال در حرفهٔ راهنمای تور را راه‌گریزی از برساخت‌های زنانگی یافته‌اند. به‌واسطهٔ در سفر بودن، از زندگی عادی و وظایف تعریف‌شده برای زنان فاصله گرفته‌اند. همچنین مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، غالباً بعد از گذراندن بحران‌های عاطفی یا شکست عشقی یا بیماری و یا برای دورشدن از روزمرگی به این شغل روی آورده بودند.

همینا: گردشگری فرصت‌های خوبی برای اشتغال ایجاد می‌کند. از داشتن این شغل خیلی خوشحالم. اگر اتفاق پیش نیامده بود، الان خانه‌دار بودم.

ژاله: من خیلی شنیده‌ام که می‌گویند راهنما اگر می‌خواست رئیس داشته باشد، راهنما نمی‌شد. الان هم نمی‌توانم به‌طور کامل در خانه بمانم و کارهای دخترم را انجام دهم. با روحیه‌ام سازگار نیست و حتماً باید چند ساعت دخترم را به مهد ببرم تا به کارهای خودم برسم

پروین: به علت بیماری مجبور شدم در خانه بمانم. بعد از این بیماری و درخانه ماندن خیلی خسته شده بودم، چون آدمی نبودم که بتوانم در خانه بمانم. تصمیم گرفتم کاری بکنم و از طرفی عاشق سفر بودم؛ به همین علت احساس کردم شغل راهنمای تور من را راضی می‌کند. همچنین پیشرفت دستاوردهای فناوری‌های ارتباطی (با از بین بردن بعد زمان و مکان) باعث تسهیل شغل، خصوصاً در برقراری ارتباط با اعضای خانواده در هنگام سفر و آشنایی با شیوه‌های نوین اجرای تور، داشته است. همین امر موجب ارتقای مهارت‌های شغلی و موفقیت در اجرای تور شده است. همچنین مشارکت‌کنندگان، در صورت برخورداری از همراهی و حمایت خانواده، از فرصت ایجاد شده در این شغل بهتر و بیشتر بهره می‌برند.

– راهبردها

راهبردها سازوکارها و تدابیری است که مشارکت‌کنندگان در برخورد با یک پدیده به کار می‌گیرند. در خصوص فرصت‌های اشتغال زنان، راهبردهای متنوعی از جانب مشارکت‌کنندگان به کار رفته که عبارت‌اند از:

۱. ارتقای منزلت اجتماعی: مشارکت‌کنندگان با اشتغال در این حوزه منزلت اجتماعی خود را ارتقا می‌بخشند و کسب درآمد و استقلال شخصیتی به کسب جایگاه اجتماعی آنان منجر می‌شود.
۲. مصالحه با هنجارهای فرهنگی و سنتی: زنان راهنمای تور ناگزیر به مصالحه با هنجارهای فرهنگی و سنتی می‌شوند.

- هیمیا: وقتی به این حرفه مشغول شدم، در مقابل جامعه و خانواده هنجارشکنی کردم و سعی کردم به نوعی با فشارهای موجود کنار بیایم.
۳. هدایت و رهبری گروه: در این شغل مشارکت‌کنندگان گروه را رهبری و هدایت می‌کنند که از وظایف اصلی ایشان است.
- فروزان: شخصیتم به گونه‌ای است که در همه شغل‌هایی که انتخاب می‌کنم باید رهبر باشم و نفر اول و این در شغل راهنمای تور برای من خیلی جذاب است..

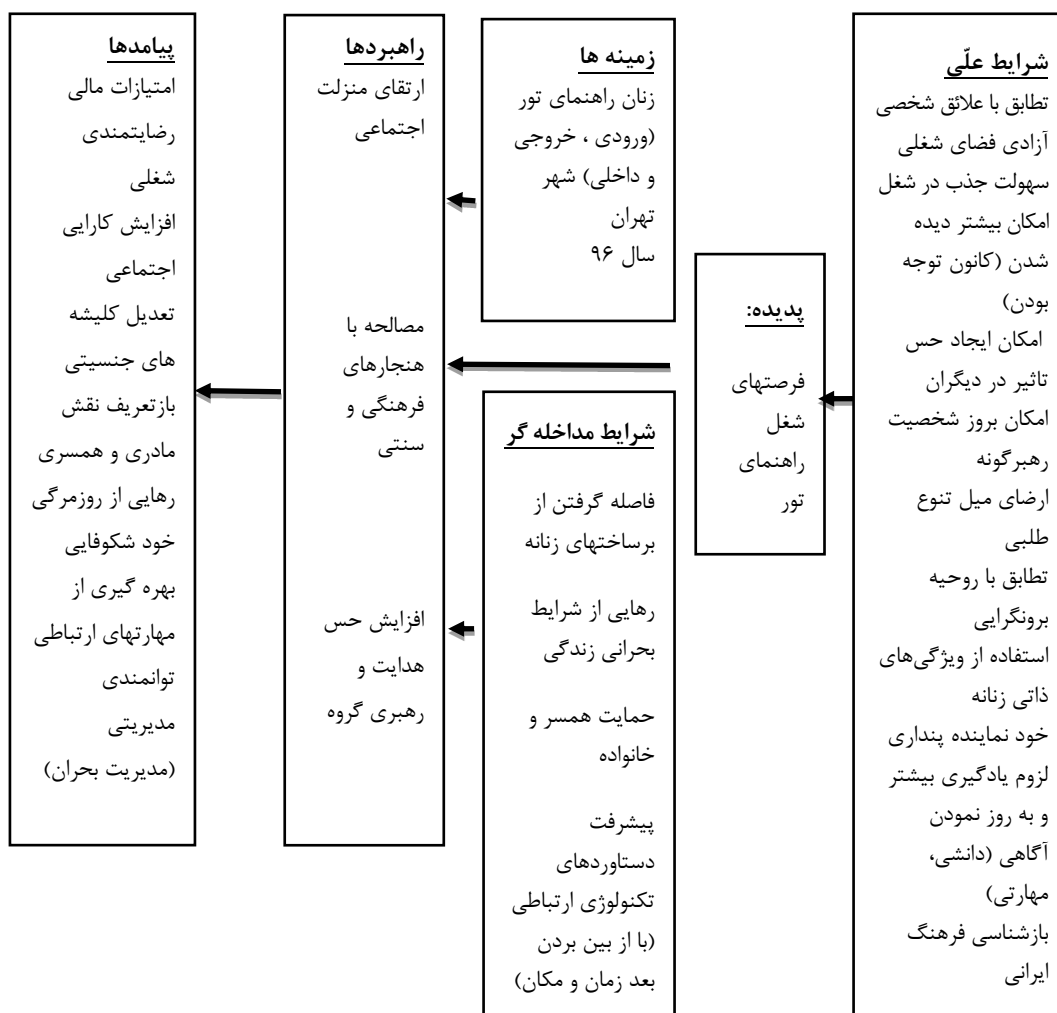
– پیامدها

اتخاذ راهبردهای فوق پیامدهایی دارد که عبارت‌اند از:

۱. امتیازات مالی، ۲. رضایتمندی شغلی، ۳. افزایش کارایی اجتماعی، ۴. تعدیل کلیشه‌های جنسیتی، ۵. بازتعریف نقش مادری و همسری، ۶. رهایی از روزمرگی، ۷. خودشکوفایی، ۸. بهره‌گیری از مهارت‌های ارتباطی، ۹. توانمندی مدیریتی.
- همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، پیامدهای راهبردهای اتخاذ شده از سوی زنان راهنمای تور نشان‌دهنده کسب امتیاز مالی و ارضای شغلی همراه با افزایش کارایی اجتماعی آنان است.
- آمیثیس: امروزه در صنعت گردشگری درآمد بالاتری برای شغل‌هایی مانند راهنمای گردشگری وجود دارد و در سال‌های اخیر افراد بیشتری را جذب کرده است.

همیما: خوشحالم که مسبب خلق لحظه‌های شاد برای مردمم. با تمامی استرس و مسئولیت‌های این شغل عاشقانه مردم را دوست دارم. من لحظه‌ای که وارد تور می‌شوم، وارد دنیای دیگر می‌شوم و زندگی خودم را در حالت توقف نگه می‌دارم. در اجرای تور بهترین حال ممکن را دارم. از این که می‌توانم فرصت جدیدی برای خوشحالی مردم به وجود بیارم، حس مفید بودن، حس مدیریت تور و حس عشق‌ورزی به مسافران را دارم.

مشارکت‌کنندگان، با ایستادگی و مقاومت در برابر نگاه جنسی و مقابله با تفکرات جنسیتی، در تعدیل کلیشه‌های جنسیتی می‌کوشند. همچنین زنان می‌توانند با بازتعریف نقش مادری - همسری و وظایف خود را انجام دهند، به گونه‌ای که از رفتارها و وظایف قالبی و از پیش تعریف شده برای مادری و همسری فاصله بگیرند و زندگی زناشویی موفق‌تری داشته باشند. تلاش در برابر نابرابری‌های موجود زنان را متکی به توانایی‌های خود می‌سازد و سبب رسیدن به خودشکوفایی و اتکای به خود می‌شود. شغل راهنمای تور برای زنان بهره‌گیری از مهارت‌های ارتباطی و توانمندی مدیریتی را به ارمغان می‌آورد.



شکل ۱: الگوی پارادایمی فرصت‌های شغلی راهنمای تور برای زنان

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، دیدگاه‌های زنان راهنمای تور درباره فرصت‌های اشتغال زنان در صنعت گردشگری با روش تحقیق کیفی تئوری بنیانی (به‌علت فقدان مطالعات جامع و نیز نیاز به بررسی دقیق و عمیق پدیده برای رسیدن به شناخت نظری) بررسی شده است. هدف از انجام این پژوهش شناخت دیدگاه‌های زنان از فرصت‌های اشتغال زنان راهنمای تور و همچنین بررسی تجارب آنان و چگونگی شکل‌گیری این شناخت در فرایند تجربه وضعیت‌های متفاوت توسط افراد مختلف از طریق مدل نظری یا الگوهای پارادایمی است.

عناصر این الگو برگرفته از داده‌های پژوهش است که براساس روش تئوری بنیانی و از طریق مصاحبه و مشاهده و مطالعات اسنادی جمع‌آوری شده است. در این روش، هیچ مفهوم و فرضیه از پیش تعیین‌شده‌ای بر داده‌ها تحمیل نشده است. تلاش شده که نظریه براساس داده‌ها ساخته شود و، با رفت‌وآمدهای مکرر و مداوم میان مقوله‌های ساخته‌شده و داده‌ها و اصلاح مقوله‌ها و جست‌وجوی اطلاعات جدید، رهیافت‌های ساخته‌شده بنیانی واقعی باشد. گردآوری اطلاعات میدانی در قالب انجام مصاحبه با مشارکت‌کنندگان - زنان راهنمای تور - یکی از مهم‌ترین ابزارهای گردآوری داده‌ها است و این مزیت را دارد که به محقق اجازه آشنایی نزدیک و عمیق با موضوع مطالعه را می‌دهد. در تئوری بنیانی، محقق به‌جای آزمودن روابط بین متغیرها بر آن است که مقولات و روابط بین آن‌ها را کشف کند و آن مقوله‌ها را به شکلی جدید، نه به شکل شناخته‌شده معمول، به هم ربط دهد. گزاره‌هایی که براساس این روش تدوین شده و بر زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی بنیان نهاده شده به شرح زیر است:

گزاره ۱: فضای باز، آزادی شغلی، تنوع فرهنگی و طبیعی و جغرافیایی در شغل راهنمای تور زمینه مناسبی برای ارضای روحیه برون‌گرایی، میل به رهایی از قیدوبند، فاصله‌گرفتن از برساخت‌های زنانه، علاقه به سفر، کشف دنیای جدید و عشق به مردم و ارتباطات اجتماعی برای مشارکت‌کنندگان فراهم می‌آورد.

گزاره ۲: زنان راهنمای تور مشارکت‌کننده اذعان می‌دارند که اگر این شغل را انتخاب نمی‌کردند، حرفه‌ای را برمی‌گزیدند که در ارتباط با مردم باشد.

گزاره ۳: علاقه به سفر و میل به سیال‌بودن باعث گرایش این زنان به شغل راهنمای تور شده است. گزاره ۴: اکثر مشارکت‌کنندگان بعد از گذراندن دوره بحرانی (نظیر طلاق، بیماری طولانی‌مدت، شکست عشقی و...) و برای دورشدن از فضای بحرانی و طرد مخاطرات زندگی این شغل را انتخاب کرده‌اند.

گزاره ۵: تطابق بالای شغل راهنمای تور با علایق شخصی زنان مشارکت‌کننده، به رضایت شغلی بالا و افزایش کارایی اجتماعی منجر شده است.

گزاره ۶: احساس هدایت و رهبری گروه و توانمندی مدیریتی این افراد، آنان را به شغل راهنمای تور سوق داده و زنان، از این‌که می‌توانند در این شغل توانمندی مدیریتی خود را به اجرا درآورند و

مدیریت و رهبری گروه را برعهده گیرند، احساس رضایت و خرسندی دارند.

گزاره ۷: خوشحالی مسافران از اجرای تور باعث رضایتمندی شغلی مشارکت کنندگان می‌شود.

گزاره ۸: زنان راهنمای تور مشارکت کننده اذعان می‌دارند که در مسافران و گردشگران تأثیر مثبت می‌گذارند و در زندگی آنان تغییر ایجاد می‌کنند.

گزاره ۹: زنان مشارکت کننده در شغل راهنمای تور، به‌عنوان نفر اول، تور را هدایت می‌کنند و این شغل زمینه دیده شدن را فراهم می‌کند.

گزاره ۱۰: مشارکت کنندگان، احساس مراقبت کردن از دیگران، پذیرش دیگران، جزئی‌نگری و دقت، مسئولیت‌پذیری - که ذاتاً در زنان وجود دارد - را در موفقیتشان در این شغل تأثیرگذار می‌دانند.

از نکات حائز اهمیت در مصاحبه‌ها این است که مشارکت کنندگان غالباً پس از پشت‌سر گذاشتن بحران و به‌نوعی برای رهایی یا از یاد بردن مشکلات به این شغل روی آورده‌اند. بحران‌هایی نظیر شکست عشقی، جدایی و طلاق، خانه‌نشینی طولانی به‌واسطه بیماری و... از جمله مسائلی است که مشارکت کنندگان به آن اشاره کرده‌اند. به‌عبارتی می‌توان گفت فضای باز، تنوع مکانی، سفرهای مداوم در شغل راهنمای تور به‌نوعی التیام‌بخش آلام زنان است و زمینه فرار از روزمرگی را فراهم می‌کند و ارتباطات گسترده و تنوع محیطی را برایشان فراهم می‌آورد. در این بین، تسلط بر زبان‌های خارجی در ایجاد ارتباط کمک شایانی به آنان خواهد کرد.

از آنجاکه گردشگران برای گذراندن اوقاتی شاد به فضایی با نشاط علاقه‌مندند، نقش روحیه مثبت راهنمای تور بیشتر به چشم می‌آید. از طرف دیگر، فعالیت در این حوزه زنان مشارکت کننده را بیشتر به سمت شادی سوق می‌دهد و از روزمرگی به دور نگه می‌دارد.

به‌طور کلی زنان راهنمای تور (مشارکت کنندگان) غالباً دارای روحیه برون‌گرا، علاقه‌مند به ارتباطات اجتماعی، دارای هیجان زیاد، علاقه‌مند به تجربه‌های جدید و فعال‌اند و از معاشرت با مردم لذت می‌برند. ویژگی‌های خاص این شغل نظیر ارتباطات گسترده، سفر به نقاط گوناگون و... تأمین‌کننده نیازهای روحی این زنان است.

اغلب مشارکت کنندگان عنوان می‌کنند که مردم را دوست دارند و، با وجود مسئولیت‌های سنگین شغلی و موانع موجود، از این‌که می‌توانند مسافران را شاد ببینند و آگاهی و دانش آنان را درباره جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و... افزایش دهند، احساس شادی و خرسندی دارند.

همچنین در میان مشارکت کنندگان وطن‌پرستی خاصی دیده می‌شود. این‌که شغل راهنمای تور مستلزم داشتن دانش و آگاهی بسیار درباره جاذبه‌ها و مکان‌های دیدنی و فرهنگ‌های گوناگون ایران است تا بتوانند آن را به سایرین انتقال دهند، برایشان ارزشمند است. همچنین از این‌که با انتقال فرهنگ و شناساندن ایران، خصوصاً به خارجی‌ان، به‌نوعی می‌توانند برای کشور مفید باشند و نگرش مثبت درباره ایران در افراد ایجاد کنند، احساس رضایت می‌کنند.

از طرفی، به‌سبب تبادل فرهنگی و مسائل آموزشی که در این حرفه وجود دارد، مشارکت کنندگان احساس می‌کنند که توانایی ایجاد تحول در دیگران را دارند.

از دیگر علل گرایش به این شغل احساس دور شدن از برساخت‌های زنانگی است. همان‌گونه که

اشاره شد، زنان علاقه‌مند و شاغل در حرفه راهنمای تور، به علت داشتن روحیه تنوع‌طلبی و بی‌علاقگی به روزمرگی و تکرار، به واسطه این شغل از برساخت‌های زنانگی که جامعه برای زن تعریف کرده فاصله می‌گیرند.

مشارکت‌کنندگان اذعان می‌دارند به واسطه داشتن ویژگی‌های ذاتی زنانه نظیر دقیق بودن، اهمیت و دیدن جزئیات، احساس مراقبت از افراد، مدیریت، لطافت روحیه، ظرافت، مهربانی، مدارا، علاقه و تعهد به کار و مسئولیت‌پذیری در این شغل، که به نوعی خدماتی محسوب می‌شود، موفق‌ترند. این ویژگی‌ها آنان را در انجام مسئولیت راهنمای تور یاری می‌کند. از دیگر سو، موفقیت خود را منوط به تقویت ویژگی‌های منتسب به مردان (جسور بودن، مدیر بودن و قوی بودن) می‌دانند.

همچنین در معرض دید بودن، نفر اول بودن و هدایت گروه برای زنان خوشایند است و باعث می‌شود که به ظاهرشان اهمیت ویژه‌ای دهند. از این رو مرتب بودن و اهمیت به ظاهر از ملزومات این شغل به شمار می‌رود.

درواقع این شغل برای زنان مشارکت‌کننده بازنمایی^۱ شغلی ایجاد می‌کند. در رویارویی با مسافران، خود را نماینده زنان کشور می‌دانند، در نتیجه سعی می‌کنند به ظاهر خوب و مرتب اهمیت ویژه‌ای دهند.

از علل دیگر گرایش مشارکت‌کنندگان به فعالیت در این حوزه، امتیازات مادی فراوان است. راهنمایان تور، علاوه بر حقوق و مزایا، از حق کمیسیون سوغات و صنایع دستی استفاده می‌کنند که در این صنف مرسوم است. همین امر در کسب منزلت اجتماعی مشارکت‌کنندگان مهم و مؤثر است. از محدودیت‌های تحقیق می‌توان به نبود زمان کافی برای بررسی کمی گزاره‌های تدوین شده به وسیله پرسش‌نامه برای کل جامعه آماری راهنمایان زن شاغل و افزایش تعمیم‌پذیری یافته‌ها اشاره کرد. همچنین، با توجه به نوع شغل و کثرت سفرهای مشارکت‌کنندگان، امکان هماهنگی برای مصاحبه دشوار بوده و فرایند پژوهش را طولانی کرده است.

منابع

- ابراهیم بایسلامی، غلامحیدر (۱۳۹۵). *صد هتل، صد کسب و کار*. تهران: انتشارات ماهواره.
- ادیبی، ناهید (۱۳۹۲). بررسی نقش صنعت گردشگری در توسعه اشتغال استان مازندران با تأکید بر شهرستان‌های نوشهر و چالوس. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته گردشگری، دانشگاه آزاد واحد گرمسار.
- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰). *روش‌های کاربردی تحقیق کاربرد نظریه بنیانی*. تهران: انتشارات کیهان.
- ازکیا، مصطفی، احمد رش، رشید و پارتازیان، کامبیز (۱۳۹۶). *روش‌های تحقیق کیفی از نظریه تا عمل*. جلد دوم. تهران: کیهان. چاپ اول.
- برز، پیتر (۱۳۸۵). *درآمدی بر مردم‌شناسی گردشگری*. ترجمه هاجر هوشمندی. تهران: افکار، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، پژوهشکده مردم‌شناسی.
- بوستانی، داریوش و محمدپور، احمد (۱۳۸۸). «بازسازی معنایی جهت‌گیری جنسیتی پسران نسبت به دختران». *نشریه مطالعات راهبردی زنان*، دوره ۱۱، شماره ۴۴، ص ۱۴۲ تا ۱۷۲.
- بنیایی، عباس (۱۳۹۴). نقش توسعه گردشگری روستایی در اشتغال‌زایی، مطالعه موردی روستای چاشم شهرستان مهدی‌شهر. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته جغرافیا، گرایش برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد واحد گرمسار.
- خواجه شاهکویی، علیرضا (زمستان ۱۳۹۱). «نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان)». *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۱، شماره ۳، ص ۹۵ تا ۱۱۴.
- رفعت‌جاه، مریم و خیرخواه، فاطمه (۱۳۹۲). «مسائل و چالش‌های اشتغال زنان در ایران از دیدگاه شاغلان پست‌های مدیریتی». *فصل‌نامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، سال اول، شماره ۲، ص ۱۳۰ تا ۱۵۶.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، آیین‌نامه راهنمایان گردشگری. <http://rc.majlis.ir/fa/law/show/949880>.
- طیبه (۱۳۸۶). «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران طی سال‌های ۱۳۳۸-۱۳۸۳». *مجله پژوهش‌های علوم اجتماعی و اقتصادی*، سال هفتم، شماره ۲۶، ص ۸۳ تا ۱۱۰.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۶). *جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- نیازی، محسن (۱۳۹۱). «دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی». اولین همایش ملی کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی‌شهر، آبان ۹۱.

Akkemik, K. A. (2012). "Assessing the importance of international tourism for the Turkish economy: A social accounting matrix analysis". *Tourism Management*. 33(4), 790-801.

Atana, S. and Arslanturkb, Y. (2012). "Tourism and Economic Growth Nexus: An Input Output Analysis in Turkey". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 62, 952-956.

Cukier-Snow, Judith et al. (2002). "Tourism employment perspectives from Bali". *Tourism Management*, Vol. 14, No.3

Filipović, Milanka. (2007). *The Analytic Hierarchy Process AS A Support for Decision Making*. Spatum, Institute of Architecture and Urban Planning of Serbia.

Kadiyalia, V. and Kosovab, R. (2013). "Inter-industry employment spillovers from tourism inflows". *Regional Science and Urban Economics*. 43(2), 272-281.

Kvale, S. and Brinkmann, S. (2009) *Interviews learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage Publications, Los Angeles.

- Kweka, J., Morrissey, O. and Blake, A. (2003). "The economic potential of tourism in Tanzania". *Journal of international Development*. 15, 335-351.
- Lincoln, Y. S. and E. G. Guba (1985). *Naturalistic Inquiry*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mazumder, Mohammad Nurul Huda. Ahmed, Elsadig Musa. Raquib, Md. Abdur. (2011). "Estimating total contribution of tourism to Malaysian economy". *International Journal of Business, Management and Social Science*, vol. 2, no. 3, pp. 29-34.
- Ngamsomsuke, Waraporn, Hwang, Tsorng-Chyi and Huang, Chi-Jui, (2011). "Sustainable Cultural Heritage Tourism Indicators", *International Conference on Social Science and Humanity*, IACSIT Press, Vol 5.
- Patton. M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Polo, C. and Valle, E. (2008). "An assessment of the impact of tourism in the Balearic Islands". *Tourism Economics*. 14(3), 615-630.
- Romero, I. and Tejada, P. (2011). "A multi-level approach to the study of production chains in the tourism sector". *Tourism Management*. 32(2), 297-306.
- Silverman. D. *Doing qualitative research*. a practical handbook (2nd ed.). London: Sage.
- Strauss, Anselm L. and Corbin, Juliet (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage.
- Weaver, David and Martin Oppermann. (2000). *Tourism Management*. first Edition. John Wiley & Sons Australia.