

تأثیر مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه بر توانمندسازی زنان

مرجان صفاری^۱، کلثوم حیدری^۲، مهدی لطیفی فرد^۳

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران (نویسنده مسئول)

۲. کارشناسی ارشد مدیریت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی، دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷

چکیده

هدف این پژوهش تعیین تأثیر مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه بر توانمندسازی زنان بود. روش‌شناسی پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی-همبستگی بود و همچنین، بر مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بود و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس. سه انجام شد. جامعه آماری این مطالعه تمام زنان ایرانی بودند که در فعالیت‌های گردشگری ماجراجویانه مشارکت داشتند که ۲۲۳ نفر به‌عنوان نمونه به‌صورت در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه از اریک بکمن (۲۰۱۳) و پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته‌ای برای سنجش توانمندسازی زنان بود. روایی این پرسش‌نامه‌ها با کمک نظرهای اصلاحی اساتید جامعه‌شناسی و مدیریت ورزشی بررسی شد و پایایی پرسش‌نامه‌ها با تعیین ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تأیید شد. نتایج نشان داد که در ایران امکان توانمندسازی زنان در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و سیاسی از طریق مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های ماجراجویانه وجود دارد. همچنین، توانمندسازی از طریق مشارکت در گردشگری ماجراجویانه با توجه به ویژگی‌های این نوع فعالیت‌های جسمانی در فضاهای آزاد، به زنان ایرانی این فرصت را می‌دهد که ظرفیت‌های خود را در کنترل و اثرگذاری بر تصمیم‌هایی ارتقا دهند که بر فضای زندگی شخصی آنان تأثیر می‌گذارند و به سود آن‌ها هستند. به سازمان‌های متولی امور زنان پیشنهاد می‌شود به‌عنوان راهبردی جدید برای توانمندسازی زنان، به فراهم‌کردن فرصت‌های مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های جسمانی و به‌طور خاص، ورزش‌های ماجراجویانه اقدام کنند.

واژگان کلیدی: مشارکت پایدار، گردشگری ماجراجویانه، توانمندسازی زنان، خودبیانگری، توانمندسازی اجتماعی.

1. Email: saffari.marjan@modares.ac.ir

2. Email: heidari.k70@gmail.com

3. Email: mahdi_latifi2001@yahoo.com

مقدمه

پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تراکم با شاخص جنسیت در سازمان‌های ورزشی نشان می‌دهند که این سازمان‌ها به دلایل متعددی از برابری جنسیتی فاصله دارند (شاو و فریزی^۱، ۲۰۰۶، ۴۸۴). هیئت اجرایی کمیته بین‌المللی المپیک^۲ به‌تازگی برای المپیک ۲۰۲۰ توکیو طرح‌هایی در راستای ایجاد برابری جنسیتی مطرح کرده است. باخ^۳، رئیس این سازمان، افزایش تعداد زنان مشارکت‌کننده در المپیک ۲۰۲۰ را به‌عنوان المپیکی زنانه‌تر نام‌گذاری نموده است (باخ، ۲۰۱۷). این مطلب تأیید می‌کند که توجه به برابری جنسیتی حتی در سازمان‌های بزرگ ورزشی مانند کمیته بین‌المللی و رویدادی مانند المپیک مشاهده می‌شود. این موضوع صرفاً به سازمان‌های ورزشی بر نمی‌گردد، اما یکی از حوزه‌هایی که به‌طور سنتی مردانه تعریف می‌شود، صنعت ورزش است (هومس و سوتن^۴، ۱۹۹۹، ۱۴۸). از دهه ۱۹۶۰ تلاش‌های عمده‌ای در بسیاری از کشورهای جهان و واحدهای سازمان ملل در جهت کاهش این نابرابری‌ها انجام شده‌اند که بسیاری از آن‌ها با موفقیت‌هایی همراه بوده‌اند. یکی از مهم‌ترین ایده‌های بین‌المللی که برای کاهش و از بین بردن این شکاف‌ها و نابرابری‌ها مطرح شد، با عنوان «توانمندسازی زنان»^۵ شهرت یافت (اقتصادی، ۲۰۰۹، ۳). بالی‌اسوین و والنیتن^۶ (۲۰۱۷) توانمندسازی زنان را به‌عنوان فرایندی تعریف می‌کنند که زنان خوب‌بودن خود را از طریق مواجهه با هنجارهای موجود و فرهنگ جامعه در جایی که زندگی می‌کنند، بهبود می‌بخشند؛ به‌بیانی‌دیگر، توانمندسازی زنان زمانی اتفاق می‌افتد که آن‌ها کیفیت زندگی خود را با مقاومت در برابر سنت‌ها و هنجارهای مبتنی بر جنسیت که تقویت‌کننده نابرابری جنسیتی هستند، بهبود می‌دهند (بالی‌اسوین و والنیتن، ۲۰۱۷، ۲). مشارکت زنان در ورزش برای توانمندسازی اجتماعی-اقتصادی در هر کشوری اهمیت دارد. از سال ۲۰۱۲ در سراسر جهان به مشارکت ورزشی زنان برای افزایش توانمندسازی آنان توجه شده است (طرح توانمندسازی زنان، ۲۰۱۲، ۱۷؛ دوران^۷، ۲۰۱۶، ۵۷؛ بالی‌اسوین و والنیتن، ۲۰۱۷، ۲). از طرف دیگر، سازمان جهانی گردشگری^۸ توانمندسازی را به‌عنوان جنبه‌ای مهم از برابری جنسیتی تعریف کرده است که زنان و مردان می‌توانند کنترل زندگی خود، مهارت‌های کسب‌شده و به‌رسمیت شناختن دانش و مهارتشان، لذت‌بردن از فرصت‌های

-
1. Shaw & Frisby
 2. International Olympic Committee (IOC)
 3. Bach
 4. Hums & Sutton
 5. Women Empowerment
 6. Bali Swain & Wallentin
 7. Doran
 8. World Tourism Organization

مساوی، افزایش اعتماد به نفس و توسعه خوداتکایی را در دست گیرند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۰). بر اساس نتایج مطالعات اخیر، توانمندسازی می‌تواند از طریق تجربه گردشگری ماجراجویانه به دست آید (دوران، ۲۰۱۶، ۵۷).

امروزه، گردشگری ماجراجویی سریع‌ترین بخش گردشگری در حال رشد در جهان است (بنتلی، پیچ، لیرد، ویکز و پیچ^۱، ۲۰۰۳، ۱۰۲؛ اسکات^۲، ۲۰۰۷، ۲۶۴). گردشگری ماجراجویی شامل فعالیت‌هایی مانند قایقرانی در آب‌های خروشان، صخره‌نوردی، کوه‌نوردی، بالن‌سواری، غواصی و دوچرخه‌سواری کوهستان است. این فعالیت‌ها اغلب در فضای آزاد انجام می‌شوند که برای شرکت‌کنندگان درصدی از خطر و هیجان را به همراه دارند (باکلی^۳، ۲۰۰۷، ۱۴۲۸). در دو دهه گذشته، ورزش‌های ماجراجویانه و پرشدت به محبوبیت زیاد و توسعه چشمگیر دست یافته‌اند و در حال حاضر ورزشکاران نخبه ماجراجو و ورزشکاران ماجراجوی تفریحی این ورزش‌ها را انجام می‌دهند (مدان و کارمانت^۴، ۲۰۱۳، ۱).

از سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲، بازار سفرهای ماجراجویی به‌طور متوسط سالانه به میزان ۶۵ درصد افزایش یافته است. مسافران ماجراجو در مقایسه با مسافران غیرماجراجو بیشتر از خدمات حرفه‌ای مانند راهنماها، مدرسان، اپراتورهای تور و سایر خدمات استفاده کردند (گزارش سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۲، ۳). موضوع جالب توجه این است که مشارکت زنان در فعالیت‌های ماجراجویانه از سال‌های ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۳ حدود ۶۲ درصد افزایش داشته است (چلسی، رز و لیت^۵، ۱۹۹۳، ۱). همچنین، انجمن تجارت گردشگری ماجراجویی^۶ (۲۰۱۴) نشان داد که ۴۳ درصد از مسافران ماجراجویانه را زنان تشکیل می‌دهند، ولی تاکنون از ورزش و فعالیت بدنی در مقیاسی بزرگ به‌عنوان راهبردی در جنبش‌های زنان استفاده نشده است. افزون‌براین، مشارکت زنان در ورزش کلیشه جنسیت و تبعیض را به‌چالش می‌کشد؛ بنابراین، مشارکت ورزشی می‌تواند انتقال‌دهنده ترویج برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان و دختران باشد. همچنین، مشارکت زنان در ورزش می‌تواند کمک درخور توجهی به زندگی عمومی و توسعه جامعه کند (آفیز و کولتمن^۷، ۲۰۰۸، ۲۶). همان‌طور که اشاره شد، مشارکت زنان در گردشگری ماجراجویانه در حال رشد است، اما تاکنون مطالعات محدودی این گروه از گردشگران را بررسی کرده‌اند و در کشور ما نیز با وجود جذابیت‌ها،

1. Bentley, Page, Laird, Wilks & Page
2. Schott
3. Buckley
4. Mei-Dan & Carmont
5. Celsi, Rose & Leig
6. ATTA
7. Aafjes & Coltman

ظرفیت‌ها و فرصت‌های فراوانی که دارد، پژوهشگران کمتر به آن توجه کرده‌اند. به‌طور کلی، مشارکت در این نوع فعالیت‌های تفریحی-ورزشی ویژگی‌های منحصر به فرد و درخور تأملی دارد. بکمن^۱ (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای این موضوع را بررسی کرده و بیان نموده است که مشارکت پایدار^۲ سفر یکی از مفاهیم مهم در گردشگری ماجراجویانه است و به معنی تعهد و درگیری مصرف‌کننده (گردشگر) با محصول (سفر و اوقات فراغت) است (بکمن، ۲۰۱۳، ۲۲) و شامل سه بعد می‌شود: لذت^۳ که به میزان احساس لذت بردن فرد از فعالیت‌های انجام شده در طول سفر اشاره دارد، اهمیت^۴ که بر میزان اهمیت فعالیت‌های انجام شده در طول سفر برای گردشگر تأکید می‌کند و خودبیانگری^۵ که شامل درجه مشارکت فرد برای اینکه تا چه حد فرد (گردشگر) خواهان ابراز وجود از طریق فعالیت‌های گردشگری می‌شود (بکمن، ۲۰۱۳، ۲۲).

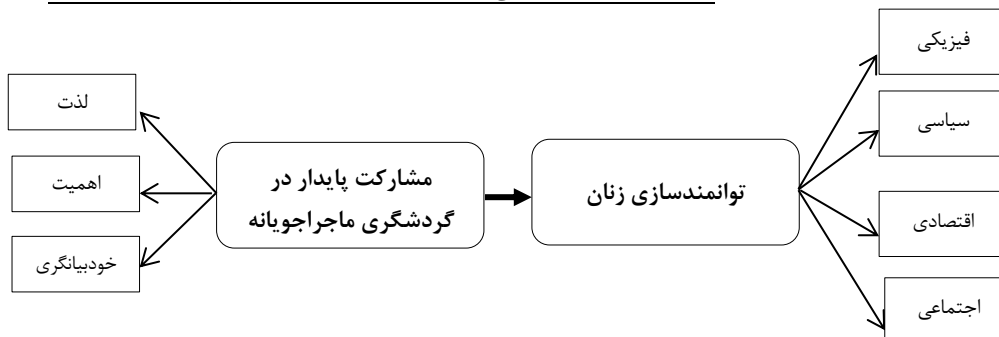
یافته‌های پژوهش دوران (۲۰۱۶) نشان داد که زنان با تجربه سفرهای گردشگری ماجراجویانه می‌توانند درک کنند که مستقل، قوی و متعهد هستند که این فرایند می‌تواند به‌عنوان عامل توانمندسازی زنان از طریق تجربه گردشگری ماجراجویانه دیده شود. همچنین، موونو و دالس^۶ (۲۰۱۷) در پژوهش خود بر توانمندسازی زنان و گردشگری تأکید داشتند. آن‌ها استدلال کردند که کارآفرینی مبتنی بر گردشگری نه تنها باعث توانمندسازی زنان در حوزه اقتصادی می‌شود، بلکه توانمندی روان‌شناختی، اجتماعی و سیاسی را نیز به همراه دارد.

بنابر تأکید سازمان ملل متحد، دختران در ورزش شرکت می‌کنند تا بتوانند توانمندی زیاد خود را با کمک ورزش به جامعه عرضه کنند. توانمندسازی احتمالاً زمانی بیشتر معنی پیدا می‌کند که زنان و دختران بتوانند در زمین‌های بازی حضور داشته باشند و جزو هیئت‌مدیره و رهبران اجتماعی باشند. به‌طور عمده، زنان فرستادگان طیفی وسیع از ورزش به هر گوشه‌ای از جهان هستند. علاوه بر این، توانمندسازی زنان با کمک دولت از طریق ابتکارهای ورزشی، طرحی الهام‌بخش برای تمام شرکت‌کنندگان در ورزش در سراسر جهان است (طرح توانمندسازی زنان و دختران از طریق ورزش، ۲۰۱۲، ۲۶). افزایش توانمندسازی از طریق گردشگری ماجراجویانه به چگونگی درک ما از زنان می‌تواند کمک کند. علاوه بر این، پردازش محدودیت و مزایا می‌تواند قبل، در حین و بعد از تجربه گردشگری ماجراجویانه آموخته شود (هیمتون و جوردن^۷، ۲۰۱۱، ۲۷۸).

-
1. Beckman
 2. Sustainable Participation
 3. Enjoyment
 4. Importance
 5. Self-Expression
 6. Movono & Dahles
 7. Heimtun & Jordan

براساس گزارش سازمان ملل متحد و منابع دیگر، مشارکت زنان و دختران در ورزش به‌عنوان ابزار توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی مهم است (طرح توانمندسازی زنان از طریق ورزش، ۲۰۱۲، ۳۵). طبق گزارش پژوهشی دانشگاه واخینگن^۱ هلند (۲۰۰۸)، توانمندسازی زنان در چهار بعد توانمندسازی فیزیکی^۲، سیاسی^۳، اقتصادی^۴ و اجتماعی^۵ تعریف می‌شود. در توانمندسازی فیزیکی، زنان با محیط فیزیکی جامعه ارتباط نزدیکی برقرار می‌کنند. شرکت‌های گردشگری با آموزش و ظرفیت‌سازی زنان را قادر می‌کنند تا به توانمندسازی فیزیکی برسند. توانمندسازی سیاسی به موضوع برابری زنان با مردان اشاره دارد که هنوز در بسیاری از نهادهای اجتماعی و قانونی تضمین نشده است. این امر بر کیفیت و اجرای حقوق اساسی حقوق بشر، دسترسی یا کنترل زمین، اشتغال و درآمد و مشارکت در روند تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد. گردشگری ماجراجویانه با دادن قدرت کنترل بیشتر بر جامعه و خود و دخالت در امرار معاش به زنان، می‌تواند توانمندسازی سیاسی را فراهم کند. بعد بعدی توانمندسازی اقتصادی است. در این بعد به وضعیت اقتصادی زنان توجه می‌شود؛ زیرا، زنان بیشتر از مردان در فقر زندگی می‌کنند (صندوق جمعیت ملل متحد، ۲۰۰۸). فعالیت‌های متعدد بدون حقوق در خانواده و جوامع معمولاً بر دوش زنان هستند. زنان یا باید هر روز در معرض تبعیض در حوزه اقتصادی قرار گیرند یا برای استقلال اقتصادی تلاش کنند. محدود کردن شکاف میان مردان و زنان در حوزه اقتصادی، مثلاً از طریق توانمندسازی با برنامه‌های اعتباری کوچک می‌تواند تاحدزیادی به بهبود برابری جنسیتی کمک کند. گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی اقتصادی با باز کردن بازارهای جدید برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عمل کند. زنان با مشارکت در برنامه‌های گردشگری فرصت‌های اشتغال پیدا می‌کنند و این خود دلیلی بر قدرتمندی اقتصادی آنان است. در بعد توانمندسازی اجتماعی، توانمندسازی زنان از طریق گردشگری می‌تواند بر محدودیت‌های اجتماعی که قرن‌هاست آنها را در پشت درها نگه داشته شده است؛ غلبه کند. توانمندسازی اجتماعی وضعیتی را توصیف می‌کند که در آن حس انسجام و یکپارچگی و همچنین، اعتمادبه‌نفس در جامعه تأیید و تقویت شده است که به بهبود وضعیت جامعه برای زنان و دادن فرصت‌های اجرای بیشتر منجر می‌شود. در مطالعه حاضر و مطابق شکل شماره یک، تلاش بر این است تا نشان داده شود که چگونه مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه می‌تواند بر ابعاد توانمندسازی تأثیر گذارد.

-
1. Wageningen
 2. Physical Empowerment
 3. Political Empowerment
 4. Economic Empowerment
 5. Social Empowerment
 6. UNFPA



شکل ۱- چارچوب مفهومی توانمندسازی زنان از طریق مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه (برگرفته از پیشینه پژوهش)

انجمن بین‌المللی مطالعات گردشگری^۱ (۲۰۱۶) برای نخستین بار به رتبه‌بندی توانایی و آمادگی کشورها برای رقابت در بازار جهانی گردشگری ماجراجویی در ۱۰ طبقه پرداخت. داده‌های کارت امتیازی در ۱۹۱ کشور که توسط این انجمن و دانشگاه جورج واشنگتن^۲ جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شدند، نشان می‌دهند که در این عرصه ۲۸ کشور توسعه‌یافته و ۱۶۳ کشور در حال توسعه وجود دارند. همچنین، پژوهشی در زمینه بررسی شاخص‌های دموکراسی توانمندسازی زنان به سرپرستی دانشگاه گوتنبرگ^۳ (ساندسترا، پکستون، ونگ و لیندبرگ^۴، ۲۰۱۷) انجام شد و توانمندسازی سیاسی-اقتصادی زنان در ۱۷۰ کشور جهان در سال‌های ۱۹۵۰، ۱۹۷۰، ۱۹۹۰ و ۲۰۱۰ بررسی شد. براساس نتایج، در سال ۲۰۱۰ بالاترین شاخص توانمندسازی در کشورهایی از قبیل دانمارک با شاخص ۰/۹۶۶، آلمان با ۰/۹۶۵، بلژیک با ۰/۹۵۵، لتونی با ۰/۹۵۲ و فرانسه با شاخص ۰/۹۴۳ بود و پایین‌تری شاخص توانمندسازی در کشورهایی مانند یمن، عربستان سعودی و لیبی با شاخص‌های ۰/۲۲۸، ۰/۲۰۳ و ۰/۲۳۴ بود. این گزارش نشان داد که شاخص توانمندسازی زنان در ایران در طی این سال‌ها برابر با ۰/۲۰۵، ۰/۳۳۴، ۰/۲۷۸ و ۰/۳۵۰ بوده است و در سال ۲۰۱۰، از بین ۱۷۰ کشور، ایران در رتبه صد و شصت و ششم قرار گرفت (ساندسترا، پکستون، ونگ و لیندبرگ، ۲۰۱۷، ۴۱).

در عصر حاضر، زنان در بسیاری از فعالیت‌ها از تصاحب صندلی‌های دانشگاه گرفته تا عرصه‌های علمی و پزشکی و میدان‌های ورزشی گوی سبقت را از مردان ربوده‌اند (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۵)، اما آمارهای رسمی بیانگر آن است که در سال‌های گذشته هرچند نرخ مشارکت زنان در عرصه‌های

1. ATDI
2. George Washington
3. Gothenburg
4. Sundström, Paxton, Wang & Lindberg
5. ISNA

متعدد افزایش داشته است، آن طور که باید ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آن‌ها به کار گرفته نشده‌اند. براساس گزارش مرکز آمار ایران، نرخ مشارکت زنان در مشاغل در بهار سال ۱۳۹۴ به میزان ۱۳/۲ درصد بوده است که در بهار ۱۳۹۵ به ۱۵/۲ درصد رسیده و تنها دو درصد رشد داشته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). از سوی دیگر، در سال‌های اخیر، ورزش‌های ماجراجویانه نرخ رشد بالایی در سراسر جهان داشته‌اند. انقلاب صنعت ورزش‌های ماجراجویانه حوزه جالب توجهی برای پژوهش کردن است. طبیعت سودمند این صنعت که بر شمار زیاد مشارکت‌کنندگان (شرکت‌کننده، حامیان و سرمایه‌گذاران) استوار است، ضرورت درک بیشتر ماهیت این بخش را به همراه دارد (کلت و راسل^۱، ۲۰۰۹)؛ بنابراین، با توجه به نسبتاً نوظهور بودن پدیده ورزش‌های ماجراجویانه و گسترش بسیار سریع این حوزه در چند سال اخیر در کشورمان، آمار قابل‌استنادی در این زمینه در دسترس نیست، ولی مشاهده‌های پژوهشگران مطالعه حاضر بیانگر علاقه و اشتیاق گروهی از مردان و حتی زنان به این نوع فعالیت‌هاست. با توجه به ویژگی‌های مشارکت در این نوع فعالیت‌ها و پیامدهای مثبت احتمالی که می‌توانند داشته باشند (مجیدی و محرم‌زاده، ۲۰۱۷؛ چانگ^۲، ۲۰۱۷)، در این مطالعه قصد داریم قدمی در راه شناخت بیشتر این ورزش‌ها برداریم و از این راه راهکارهایی برای توانمندسازی زنان در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فیزیکی و سیاسی از طریق مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه ارائه دهیم. افزون‌براین، ضرورت گسترش و ارتقای منابع کمیاب توسعه تاحدامکان، چه به صورت منابع مالی یا چه به صورت توصیه‌های حقوقی، سیاسی و کمک‌های فنی از دغدغه‌های اصلی توسعه قلمداد می‌شود (اسگس^۳، ۲۰۱۵). باید تأکید کرد که توانمندسازی باعث گسترش دامنه انتخاب مردم می‌شود و این آزادی به آنان اجازه می‌دهد زندگی خود را شکل دهند؛ به همین دلیل، توانمندسازی ابزاری برای رسیدن به سایر اهداف نیز قلمداد می‌شود. یافته‌های این پژوهش می‌توانند برای معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، معاونت بانوان وزارت ورزش و جوانان، رؤسای اداره کل‌های ورزش و جوانان، مدیران اماکن و فضاهای ورزشی-تفریحی و شرکت‌کنندگان در گردشگری ماجراجویانه مفید باشند و راهنمایی برای پژوهشگران آینده در این حوزه باشند.

-
1. Kellett & Russel
 2. Chang
 3. Skaggs

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه علی مشارکت پایدار در گردشگری و توانمندسازی زنان پرداخته شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت، از نوع پژوهش‌های همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری این مطالعه تمام زنان ایرانی بودند که در فعالیتهای گردشگری ماجراجویانه مشارکت داشته‌اند. با توجه به مشخص نبودن حجم جامعه و ویژگی‌های خاص جامعه آماری و امکان دسترسی به زنان ماجراجو، روش نمونه‌گیری به صورت غیرتصادفی و دردسترس بود؛ براین اساس، ابتدا پرسش‌نامه مطالعه در سندگار گوگل تنظیم شد و پرسش‌نامه‌ها با قراردادن لینک آن‌ها طی دو ماه در چهار صفحه اینستاگرام و بیش از ۱۰ کانال تلگرام مربوط به گروه‌های گردشگری ماجراجویانه توزیع شدند. در این فاصله زمانی تعداد مشارکت‌کنندگان در پژوهش ۲۳۰ نفر بودند که پس از بررسی دقیق پرسش‌نامه‌ها، ۲۲۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در نهایت، برای سامان‌دادن به داده‌های جمع‌آوری شده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.^۱ نسخه ۲۳ و برای مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس.^۲ نسخه سه استفاده شد. از دلایل انتخاب نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس می‌توان به قابلیت کشف گروه‌های متجانس در نمونه‌های ناهمگن اشاره کرد که این قابلیت یکی از جدیدترین قابلیت‌های نرم‌افزاری آماری است که امروزه در بسیاری از پژوهش‌های به‌روز نیز استفاده می‌شود (مندخارخیمنز، سگارائونا، پیرو سیگنس، پایامارتینز و سائزمارتینز^۳، ۲۰۱۵؛ کورب^۴، ۲۰۱۸).

در این پژوهش، ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که با استفاده از یک فرم جمعیت‌شناختی و دو پرسش‌نامه انجام شد. در فرم جمعیت‌شناخت سن، تحصیلات، همراهان سفر، وضعیت اشتغال، وضعیت درآمد، تعداد سفرهای ماجراجویانه در سال و میزان مسافت تا مقصد گردشگری مورد پرسش قرار گرفتند و برای مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه از پرسش‌نامه استاندارد «مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه» متعلق به بکمن (۲۰۱۳) استفاده شد. روایی محتوایی و صوری این پرسش‌نامه با کمک نظرهای اصلاحی هشت استاد جامعه‌شناسی و مدیریت ورزشی بررسی شد و نظرهای اصلاحی آن‌ها در پرسش‌نامه‌ها اعمال شدند. این پرسش‌نامه در سه بعد لذت (سه گویه)، اهمیت (سه گویه) و خودبیینگری (چهار گویه) تنظیم شده است.

-
1. SPSS
 2. SmartPLS
 3. Mondéjar-Jiménez, Segarra-Oña, M., Peiró-Signes, Payá-Martínez & Sáez-Martínez
 4. Grob

برای بررسی متغیر توانمندسازی زنان از پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته استفاده شد. ابتدا براساس گزارش پژوهشی دانشگاه وانخینگن^۱ هلند (۲۰۰۸)، برای توانمندسازی زنان چهار بعد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فیزیکی استخراج شدند و سپس، برای هر یک از ابعاد با مراجعه به گزارش ذکر شده و ادبیات توانمندسازی، تعاریف مناسب تنظیم شدند. پس از آن، با توجه به شاخص‌های هر بعد، پیشینه توانمندسازی و منابع مشابه، گویه‌های متناسب استخراج شدند. سپس، هشت استاد حوزه جامعه‌شناسی و مدیریت ورزش روایی صوری و محتوایی آن را بررسی کردند. پس از اعمال نظرهای آن‌ها پرسش‌نامه نهایی و تأیید شد. در نهایت، پرسش‌نامه توانمندسازی در چهار بعد توانمندسازی اقتصادی (شش گویه)، اجتماعی (۱۴ گویه)، سیاسی (شش گویه) و فیزیکی (نه گویه) تنظیم شد.

درباره پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات باید گفت که در مطالعه‌ای مقدماتی ۳۰ پرسش‌نامه بررسی شدند. همان‌طور که در جدول شماره یک مشاهده می‌شود، میزان ضریب آلفای کرونباخ با توجه به مقدار برش در نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس. (۰/۷) از سطح قابل‌قبولی برخوردار است، اما میزان این شاخص برای توانمندسازی اقتصادی ۰/۶۰۱ است که اگرچه از محدوده مطلوب ۰/۷ تا ۰/۹ خارج است، میزان پایایی آن در سطح متوسطی برآورد می‌شود؛ به‌همین دلیل، پژوهشگران مطالعه حاضر برای بررسی دقیق‌تر از شاخص ضریب پایایی ترکیبی نیز استفاده کردند. همچنین، ضریب پایایی ترکیبی برای چهار مؤلفه توانمندسازی در محدوده ۰/۷ تا ۰/۹ قرار دارد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد زیاد این پرسش‌نامه است. براساس این یافته‌ها، میزان پایایی مؤلفه توانمندسازی اقتصادی نیز تأیید می‌شود.

جدول ۱- پایایی توانمندسازی و مشارکت به‌همراه مؤلفه‌های مرتبط

مؤلفه	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی
توانمندسازی اقتصادی	۰/۶۰۱	۰/۷۸۶
توانمندسازی اجتماعی	۰/۷۹۴	۰/۸۵۰
توانمندسازی سیاسی	۰/۷۳۲	۰/۸۳۳
توانمندسازی فیزیکی	۰/۷۳۶	۰/۸۳۵
توانمندسازی (کل)	۰/۸۵۰	۰/۸۶۳
اهمیت	۰/۶۸۳	۰/۸۲۵
لذت	۰/۸۱۶	۰/۸۴۰
خودبینگری	۰/۷۴۵	۰/۸۹۱
مشارکت پایدار (کل)	۰/۸۷۱	۰/۸۹۶

نتایج

در جدول شماره دو برخی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مطالعه شده نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول شماره دو ملاحظه می‌شود، از جمله ویژگی‌های شاخص جمعیت‌شناختی زنان مشارکت‌کننده در پژوهش اشتغال حدود ۶۱ درصد از آن‌هاست. همچنین، ۸۷ درصد از آن‌ها دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. با توجه به رویکرد تحلیل عاملی تأییدی از شاخص کایزر-مایر-اولکین^۱ برای تعیین کفایت نمونه‌گیری و از آزمون بارتلت برای تعیین میزان همبستگی داده‌ها در تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. جدول شماره سه نتایج این دو آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان شرکت‌کننده در پژوهش

درصد	ویژگی
۲/۷	کمتر از ۲۰ سال
۵۱/۱۰	بین ۲۱ تا ۳۰ سال
۳۶/۳	بین ۳۱ تا ۴۰ سال
۹/۹	بیشتر از ۴۱ سال
۱/۳	دانش‌آموز
۱۱/۴	دیپلم و کاردانی
۴۶/۲	کارشناسی
۳۵/۹	کارشناسی ارشد
۴/۹	دکتری
۳۳/۲	خانواده
۴۶/۲	دوستان
۱۲/۶	تنها
۸/۱	دیگران
۱۷/۹	شاغل (سازمان‌های دولتی)
۴۳	شاغل (سازمان‌های خصوصی)
۲۲	دانش‌آموز یا دانشجو
۱۷	بدون شغل
۳۳/۲	کمتر از ۱/۵ میلیون
۲۶/۵	بین ۱/۵ تا ۲/۵ میلیون
۱۷/۹	بیشتر از ۲/۵ میلیون
۲۲/۴	بدون درآمد

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

ادامه جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان شرکت‌کننده در پژوهش

درصد	ویژگی
۶۲/۳	کمتر از پنج بار
۲۱/۵	بین پنج بار و ۱۰ بار
۷/۶	بین ۱۰ تا ۱۵
۸/۵	بیش از ۱۵ بار
۱/۳	کمتر از ۱۵ کیلومتر
۷/۲	بین ۱۵ تا ۳۰ کیلومتر
۹/۹	بین ۳۰ تا ۶۰ کیلومتر
۱۹/۷	بین ۶۰ تا ۱۰۵ کیلومتر
۶۱/۹	بیش از ۱۰۵ کیلومتر

همان‌طور که در جدول شماره سه مشاهده می‌شود، پارامتر آزمون برای شاخص کایزر-مایر-اولکین برابر با ۰/۷۵۲ است که با توجه به اینکه در محدوده ۰/۷ تا ۰/۹ قرار دارد، با سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت که حجم نمونه آماری در این پژوهش بسیار مطلوب است. از طرفی، در شاخص بارتلت با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۱، فرض صفر مبنی بر ناهمبسته بودن داده‌ها رد می‌شود و همبستگی بین داده‌ها برای تحلیل عاملی تأییدی مورد قبول است.

جدول ۳- نتایج آزمون کفایت نمونه‌گیری

شاخص	پارامتر آزمون	سطح معناداری
شاخص کایزر-مایر-اولکین	۰/۷۵۲	۰/۰۰۱
شاخص بارتلت	۲۴۲۶/۳۸۸	۰/۰۰۱

برای بررسی مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری) سازه توانمندسازی ابتدا اعتبار مدل بررسی می‌شود. برای هر گویه بارهای بیرونی در سطح عامل مرتبه اول و عامل مرتبه دوم با دقت بررسی شدند. در مورد شش گویه از مؤلفه توانمندسازی اجتماعی، یک گویه از مؤلفه توانمندسازی اقتصادی و یک گویه از مؤلفه توانمندسازی فیزیکی شرط اعتبار همگرا برقرار نبود. پس از حذف گویه‌های بدرفتار از مدل بیرونی مربوط به سازه توانمندسازی، اعتبار در سطح مؤلفه‌ها اندازه‌گیری شد. برای اندازه‌گیری اعتبار در سطح مؤلفه‌ها از ماتریس فورنل-لارکر^۱ استفاده شده است که نتایج این شاخص در جدول شماره چهار مشاهده می‌شود.

1. Fornell-Larcker

جدول ۴- ماتریس فورنل-لاکر برای بررسی اعتبار ممیز در سطح مؤلفه‌ها

مؤلفه‌های توانمندسازی	اجتماعی	اقتصادی	سیاسی	فیزیکی
اجتماعی	۰/۶۷۰			
اقتصادی	۰/۴۵۳	۰/۷۴۳		
سیاسی	۰/۲۳۴	۰/۱۹۴	۰/۷۴۶	
فیزیکی	۰/۳۷۱	۰/۳۲۶	۰/۳۶۱	۰/۷۴۸

ابتدا باید ذکر کرد پژوهشگران مطالعه حاضر پیش از حذف گویه‌های بدرفتار از مدل اندازه‌گیری، ماتریس فورنل-لاکر را بررسی کردند که بررسی دو ماتریس نشان داد میزان شاخص در قطر ماتریس پس از حذف افزایش و شاخص‌های زیر قطر ماتریس کاهش داشته است. با توجه به جدول شماره چهار، برای مثال، هر شاخص مندرج در قطر این ماتریس باید از شاخص‌های ستون و سطر مربوط به خود بیشتر باشد که این تفسیر برای هر چهار مؤلفه توانمندسازی به‌خوبی برآورد شده است.

اعتبار همگرا یکی از شاخص‌هایی است که در نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس. برای ارزیابی مدل‌های انعکاسی استفاده می‌شود. شاخص متوسط واریانس استخراج شده^۱ نشان می‌دهد گویه‌هایی که برای اندازه‌گیری یک عامل به کار می‌روند، چقدر به هم همبسته هستند. این شاخص با مقدار برش ۰/۵ بررسی می‌شود. با توجه به اینکه این شاخص در سطح عامل بررسی می‌شود، باید دقت شود که حداقل مقدار برش معرف‌هایی که وزن عاملی آن‌ها از ۰/۴ کمتر است، از مدل اندازه‌گیری حذف شوند تا حداقل مقدار برای شاخص اعتبار همگرا برآورد شود.

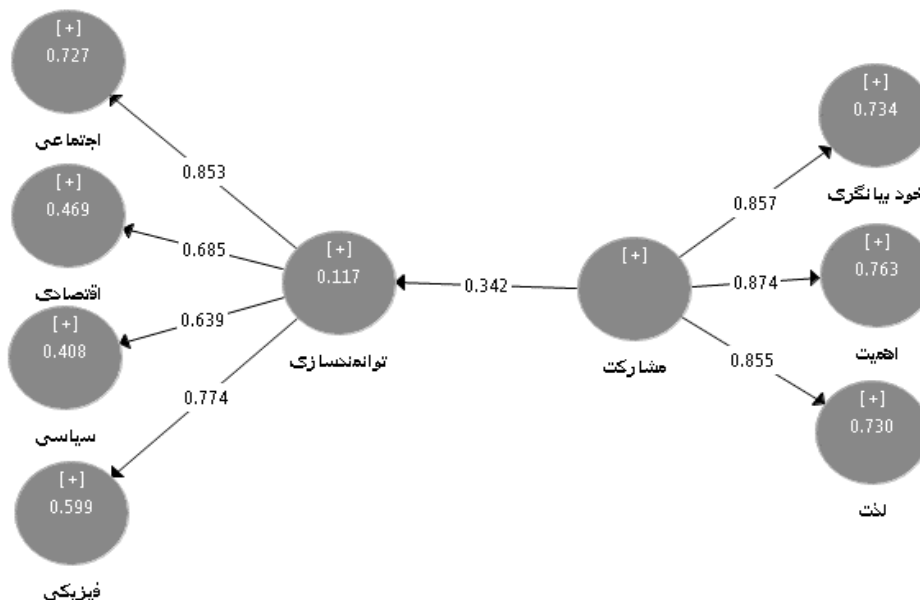
جدول ۵- شاخص‌های اعتبار همگرا در سطح گویه‌ها

نام متغیر	نام عامل	مقدار اعتبار همگرا در سطح گویه‌ها
توانمندسازی	توانمندسازی اقتصادی	۰/۵۵۱
	توانمندسازی اجتماعی	۰/۴۴۹
	توانمندسازی سیاسی	۰/۵۵۷
	توانمندسازی فیزیکی	۰/۵۵۹

بعد از اطمینان از اعتبار و قابلیت اعتماد ابزارهای اندازه‌گیری، به برازش مدل پرداخته شد. به‌طور کلی، در برازش مدل یکی از شاخص‌هایی که در نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس. گزارش می‌شود،

1. Average Variance Extracted (AVE)

شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقی مانده^۱ است. این شاخص برای مدل برازش شده پژوهش برابر با ۰/۰۹ بود. حداکثر این شاخص برای نیکویی برازش ۰/۰۸ است، اما برخی منابع تا مقدار ۰/۱ را نیز برای پذیرش کلی مدل اعلام کرده‌اند.



شکل ۲- مدل برازش شده در نرم افزار اسمارت پی. ال. اس.

رینگل، سارستد و موی^۲ (۲۰۱۰) در تحلیل مدل‌ها رویکردی جدید را ارائه داده‌اند. آن‌ها بیان کردند که معمولاً جامعه مورد مطالعه از ویژگی‌های مشترکی برخوردار است، اما جامعه کاملاً همگن نیست و در تحلیل‌ها باید رویکردهایی نو مانند آمیخته نامتناهی^۳ را برای تحلیل ناهمگنی به کار برد. از طرفی، سارستد، بکر، رینگل و شوینگر^۴ (۲۰۱۱) در معرفی این رویکرد بیان می‌کنند که یک نمونه ناهمگن با استفاده از نرم افزار به بخش‌های همگن تقسیم می‌شود و هر گروه بررسی می‌شود. پس از آنکه به بخش‌های به دست آمده با استفاده از تحلیل آماری هویت آماری بخشیده شد، پژوهشگران با استفاده از بررسی نمونه‌های مورد مطالعه خود در ارائه هویت اجتماعی و فرهنگی به بخش‌های مرتبط سعی خواهند کرد. روش کار بدین صورت است که ابتدا تحلیل‌ها با دو بخش انجام می‌شوند و

1. SRMR
2. Ringle, Sarstedt & Mooi
3. Fimix-PLS (Finite Mixture Partial Least Squares)
4. Sarstedt, Becker, Ringle & Schwaiger

سپس، بخش‌های سه‌گانه و چهارگانه و بیشتر. پس از آن، با توجه به مقایسه شاخص‌ها بین بخش‌بندی‌های دوگانه، سه‌گانه و چهارگانه مشخص می‌شود که کدام بخش‌بندی از هویت آماری برخوردار است (رینگل، ۲۰۰۶). با توجه به بررسی شاخص‌های اطلاعات بیزی^۱، اطلاعات اکائیک ثابت^۲، معیار هانان کوئین^۳ و شاخص آنتروپی هنگار شده^۴، تبدیل نمونه آماری ناهمگن به سه گروه تأیید شد و مقدار ضریب مسیر و شاخص آر. اسکوئر بین مشارکت پایدار و توانمندسازی زنان برای هر سه بخش محاسبه شد که نتایج آن در جدول شماره شش ارائه شده است. همان‌طور که در جدول شماره شش مشاهده می‌شود، میزان پیش‌بینی توانمندسازی توسط مشارکت پایدار در بخش سوم در مقدار بیشتری به میزان ۵۴/۴ درصد قرار دارد و کمترین میزان پیش‌بینی به بخش اول با مقدار ۱۱/۷ درصد مربوط است که باید با توجه به تقسیم‌بندی افراد در بخش‌های مرتبط، به تحلیل دقیق‌تر آن‌ها پرداخت.

جدول ۶- شاخص‌های ضرایب مسیر و ضریب تعیین در بخش‌های همگن نمونه

شاخص	بخش همگن اول	بخش همگن دوم	بخش همگن سوم
ضریب مسیر بین مشارکت پایدار و توانمندسازی	۰/۳۳۷	۰/۴۸۷	۰/۷۳۷
ضریب تعیین (آر. اسکوئر)	۰/۱۱۷	۰/۲۳۸	۰/۵۴۴

در جدول شماره هفت ضرایب مسیر مؤلفه‌های توانمندسازی برای هر یک از بخش‌های همگن نشان داده شده است. براساس جدول شماره هفت، ضریب مسیر مؤلفه اقتصادی برای بخش همگن سوم با مقدار ۰/۷۱۷ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده است. در مؤلفه سیاسی، بخش همگن دوم بیشترین ضریب مسیر و بخش همگن اول کمترین ضریب مسیر را دارند.

1. BIC (Bayesian Information Criterion)
2. Consistent Akaike Information Criterion
3. Hannan Quinn Criterion
4. Entropy Statistic normed

جدول ۷- ضرایب مسیر مؤلفه‌های توانمندسازی برای بخش‌های همگن

مؤلفه‌های توانمندسازی	بخش همگن اول ماجراجویان پردرآمد و پرمشغله	بخش همگن دوم ماجراجویان جوان کم‌سفر و ریسک‌جو	بخش همگن سوم ماجراجویان دوست‌جو
اقتصادی	۰/۵۷۶	۰/۵۳۸	۰/۷۱۷
اجتماعی	۰/۸۸۲	۰/۷۷۸	۰/۹۱۲
سیاسی	۰/۲۷۳	۰/۷۸۶	۰/۶۴۱
فیزیکی	۰/۵۳۹	۰/۸۵۱	۰/۷۳۹

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی تأثیر مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه بر توانمندسازی زنان بود. در دهه‌های اخیر تلاش‌های بین‌المللی زیادی برای توانمندسازی زنان شده است و به‌تازگی ورزش در برخی از کشورها به ابزاری برای توانمندسازی زنان و دختران تبدیل شده است؛ زیرا، ورزش می‌تواند فرد را قوی‌تر، سخت‌تر، دارای اعتمادبه‌نفس بالاتر و انعطاف‌پذیرتر کند (دوران، ۲۰۱۶، ۳). یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که مشارکت در گردشگری ماجراجویانه موجب توانمندسازی زنان در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فیزیکی می‌شود. یافته‌های پژوهش موونو و دالس (۲۰۱۷) نیز نشان داد که زنان از طریق فرایند مشارکت و پیگیری مداوم گردشگری، توانمند شده‌اند و شکل جدیدی از سرمایه اجتماعی، سیاسی، شخصی و اقتصادی را به‌دست آورده‌اند و با آن فضای شخصی کسب‌وکار خود را ایجاد کرده‌اند.

در شکل شماره دو مشاهده می‌شود که مؤلفه توانمندسازی اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۸۵۳ (معادل پیش‌بینی ۷۲/۷ درصد از تغییرات توانمندسازی توسط مؤلفه اجتماعی) بیشترین اثرگذاری و مؤلفه توانمندسازی سیاسی با ضریب مسیر ۰/۶۳۹ (معادل پیش‌بینی ۴۰/۸ درصد از تغییرات توانمندسازی توسط مؤلفه سیاسی) کمترین اثرگذاری را بر توانمندسازی داشته‌اند. احتمالاً یکی از دلایل اثرگذاری کم مؤلفه سیاسی این است که فضای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران با حضور زنان در عرصه‌های سیاسی هم‌خوانی ندارد و زنان الگوی زن موفق در عرصه سیاست کمتر می‌بینند و در حوزه‌های گوناگون چندان برابری جنسیتی مشاهده نمی‌شود. همچنین، معمولاً زنان در تصمیم‌گیری‌های مهم نقشی پررنگ ایفا نمی‌کنند. اهمیت مؤلفه اجتماعی با میزان ضریب مسیر بالا را می‌توان این‌گونه بیان کرد که بر نیاز به آموزش، تحصیلات و ایجاد آگاهی در مورد مسائل مربوط به توانمندسازی، با افزایش سرمایه‌گذاری در مداخله‌های اجتماعی تأکید بیشتر می‌شود (اسوین و والنیتن، ۲۰۱۴، ۱۳). سفرهای ماجراجویانه خطرهایی دارند و برای زنان فضایی ایجاد می‌کنند تا با

اتکا بر توانمندی خود بر مشکلات احتمالی پیش رو غلبه کنند که این امر می‌تواند به افزایش اعتمادبه‌نفس در زنان کمک بزرگی کند؛ به‌همین دلیل، این مؤلفه اجتماعی بیشترین اثر را بر توانمندسازی زنان دارد. نکته دیگر اینکه این ورزش‌ها زنان را به محیط‌های فیزیکی کمتر شناخته‌شده می‌برند. در اهمیت این مؤلفه باید اضافه کرد که توانمندسازی مفهوم ارتباطی برآمده از تعامل بین مردم محروم و محیطشان است که به‌واسطه قوانین، مقررات و مشوق‌ها و نیز از طریق هنجارها، رفتارها و فرایندهای حاکم بر تعاملات بین مردم محروم و بازیگران قدرت ایجاد می‌شود (دپا و پارکر^۱، ۲۰۰۵، ۶). با توجه به اینکه زنان ایرانی سال‌ها در خانه‌ها محصور بودند، آشنایی آن‌ها با این نوع فضاها می‌تواند اثری درخور توجه بر توانمندسازی فیزیکی آنان داشته باشد که این امر نیز در ضریب مسیر بین مؤلفه فیزیکی و توانمندسازی (ضریب مسیر ۰/۷۷۴ معادل با پیش‌بینی ۵۵/۹ درصد از تغییرات توانمندسازی توسط مؤلفه فیزیکی) درخور ملاحظه است.

نتایج یافته‌های این پژوهش نشان داد که ۱۱/۷ درصد از تغییرات توانمندسازی زنان توسط مشارکت در گردشگری ماجراجویانه پیش‌بینی‌شدنی است. این میزان کمی پایین برآورد می‌شود، اما معناداری آن در سطح قابل‌قبولی تأیید شده بود. براساس انجمن گردشگری ماجراجویی (۲۰۱۴)، نیمی از گردشگران بین‌المللی را زنان تشکیل می‌دهند؛ به‌همین دلیل، نیاز به انجام دادن پژوهش‌هایی در زمینه اثر گردشگری بر توانمندسازی زنان از اهمیت زیادی برخوردار است. درواقع، آن‌ها علل گرایش روزافزون زنان به گردشگری را اثرگذاری بر توانمندسازی آنان می‌دانند؛ اگرچه زنان، خود به این مسئله واقف نباشند. با توجه به اینکه ورزش‌های ماجراجویانه و به‌تبع آن، گردشگری ماجراجویانه نه‌تنها در ایران که در دنیا شکلی نوین از فعالیت بدنی است، می‌توان گفت یکی از دلایل کم‌بودن میزان ضریب اثر از ناشناخته‌بودن آن برای زنان ناشی می‌شود؛ با این حال، پژوهشگران پژوهش حاضر برای تحلیل نهایی این مدل از رویکرد «تقسیم جامعه ناممکن به نمونه‌های همگن» استفاده کردند. درواقع، یکی از دلایل کم‌بودن ضریب اثر، ناممکن بودن نمونه موردپژوهش است. همان‌طور که در جدول شماره شش مشاهده می‌شود، میزان ضریب تعیین برای بخش (گروه) همگن سوم تا بیش از ۵۰ درصد افزایش یافت. این تحلیل نشان می‌دهد که در این بخش (گروه) بیش از ۵۰ درصد یا به‌طور دقیق‌تر، ۵۴/۴ درصد از میزان تغییرات در توانمندسازی زنان را می‌توان با مشارکت در ورزش‌ها و گردشگری ماجراجویانه پیش‌بینی کرد که این میزان زیاد است. پژوهشگران مطالعه حاضر در تحلیل یک‌به‌یک پرسش‌نامه‌ها و به‌ویژه پاسخ‌های مربوط به سؤال‌های جمعیت‌شناختی، در پی کشف هویت اجتماعی و فرهنگی برای هر یک از بخش‌ها برآمدند که درنهایت با توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، آنان سه بخش با هویت‌های ماجراجویان

1. Deepa & Parker

پردرآمد و پرمشغله (بخش اول)، ماجراجویان جوان کم سفر و ریسک‌جو (بخش دوم) و ماجراجویان دوست‌جو (بخش سوم) یافتند.

در بخش ماجراجویان پردرآمد پرمشغله (بخش اول)، میزان تجرد بین بخش‌ها یکسان است، اما میزان تأهل در این بخش دوبرابر بخش‌های دیگر است. به دلیل تأهل و مسئولیت‌های خانوادگی که این گروه دارند، می‌توان تمایل خانواده‌های آنان به فعالیت سیاسی را کم تلقی کرد؛ به طوری که ضریب مسیر توانمندسازی سیاسی در این گروه نسبت به سایر گروه‌ها در کمترین مقدار ممکن قرار دارد (۰/۲۷۳). تمایل به تنهایی سفرکردن در این بخش از سایر گروه‌ها بیشتر است. همچنین، میزان اشتغال ماجراجویان این بخش در شرکت‌های خصوصی بیشتر است و احتمالاً درآمد نسبی بالاتر آن‌ها به همین دلیل است. میزان مشارکت این بخش در سفرهای کمتر از پنج بار در سال از سایر بخش‌ها کمتر است؛ درحالی‌که بیشترین میزان مشارکت در دفعه‌های بیشتر را می‌توان در این بخش مشاهده نمود. با توجه به تأهل بیشتر در این بخش و تمایل به تنهایی سفرکردن، منطقی است که افراد این بخش به سفرهایی با مسافت کمتر تمایل داشته باشند که این مورد نیز نسبت به سایر بخش‌ها مشاهده شد و تحلیل این مورد را می‌توان در توانمندسازی آنان یافت که در بعد توانمندسازی فیزیکی این گروه نسبت به سایر گروه‌های دیگر با مقدار ۰/۵۳۹ در سطح پایین‌تری قرار دارند (به جدول شماره هفت توجه شود).

بخش دوم با هویت ماجراجویان جوان کم‌سفر و ریسک‌جو، احتمالاً به دلیل نداشتن اشتغال فرصت بیشتری برای رفتن به سفرهای ماجراجویانه دارند؛ به همین دلیل، تعداد سفرهای بین یک تا پنج برای آنان نسبت به سایر بخش‌ها کمتر است. از این حیث شاید تمایل به تکرار در آن‌ها دیده شود. درعین حال، این بخش از زنان ماجراجو، ماجراجویی با ریسک بیشتر و مخاطره‌آمیزی را می‌پسندند؛ زیرا، تاکنون تمایل به مقاصد گردشگری ماجراجویانه کمتر از ۳۰ کیلومتر را نداشته‌اند. در تأیید زیاد بودن مسافت‌هایی که زنان این گروه برای گردشگری نسبت به سایر گروه‌های دیگر انتخاب می‌کنند، باید افزود که ضریب مسیر توانمندسازی فیزیکی برای این گروه با مقدار ۰/۸۵۱ در بیشترین مقدار قرار دارد (جدول شماره هفت). افزون‌براین، با توجه به جدول شماره هفت، مؤلفه توانمندسازی سیاسی برای این گروه از ضریب مسیر بیشتری (۰/۷۸۶) برخوردار است که یکی از دلایل آن این است که در بعد سیاسی نوع‌گویه‌ها بیشتر از جنس حمایتی هستند؛ یعنی بیانگر آن است که آیا خانواده یا ارکان حقوقی جامعه از مشارکت‌کنندگان در فعالیت و حضور سیاسی حمایت خواهند کرد یا خیر؟ بر همین اساس، شاید بتوان چنین تحلیل کرد که به دلیل ارتباط بسیار خوبی که این بخش با خانواده خود برای رفتن به سفرهای ماجراجویانه دارند، این دسته از مشارکت‌کنندگان

به دلیل حمایتی که خانواده‌ها از آن‌ها دارند، به گویه‌های مربوط به مؤلفه‌های سیاسی در سطح بالاتری پاسخ دادند.

بخش ماجراجویان دوست‌جوی (بخش سوم) نسبت به سایر بخش‌های دیگر به سفرهای ماجراجویانه بیشتری با دوستان نسبت به سایر بخش‌ها تمایل دارند؛ در طرف مقابل، آن‌ها نسبت به سایر بخش‌ها به سفر با خانواده تمایل کمتری دارند. به دلیل اینکه این بخش در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال بیشترین درصد مشارکت‌کنندگان را دارد و میزان تأهل کمتری نسبت به سایر بخش‌ها در پلکان دفعه‌های سفرهای ماجراجویانه در طول سال دارد، روند روبه‌رشدی دارد. با توجه به مطالبی که اشاره شد، در زنان این گروه احتمالاً به دلایل داشتن تجربه سفرهای ماجراجویانه بیشتر با دوستان، جوان بودن نسبی اعضای گروه و بالابودن تحصیلات مشارکت‌کنندگان، طبیعی به نظر می‌رسد که بعد توانمندسازی اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۹۱۲ نسبت به سایر مؤلفه‌ها اثرگذاری بیشتری داشته باشد (به جدول شماره هفت توجه شود). در تأیید یافته‌های مطرح‌شده، نتیجه مطالعه دوران (۲۰۱۶) نشان داد که احساس موفقیت و توانمندسازی از مزایای مشارکت در گردشگری ماجراجویانه برای زنان هستند و همچنین، تجارب زنان از سفر گردشگری ماجراجویانه به‌عنوان وسیله‌ای برای توانمندسازی آنان می‌تواند به‌کار برده شود. بیش از ۸۵/۲ درصد از زنان این گروه تحصیلات کارشناسی و بالاتر داشتند که نشان‌دهنده وضعیت تحصیلی مناسب زنان این گروه است و در تأیید این یافته، نتایج پژوهش خواجه شاهرکوهی، خوشفر و کریمی (۱۳۹۱) نشان داد که زنان با تحصیلات بیشتر نسبت به زنان با تحصیلات کمتر یا بی‌سواد، از منافع حاصل از گردشگری بهره بیشتری می‌برند و توانمند می‌شوند. رشد منظم در تکرار دفعه‌های سفرهای ماجراجویانه و نیز فضای لذت بخشی که احتمالاً با همسالان و دوستان خود در این سفرها تجربه می‌کنند، از دلایل محکمی هستند که توانمندسازی آنان را می‌تواند به‌چالش بکشند. نکته درخور تأمل دیگر این است که اعضای این گروه بیشترین میزان اشتغال را نسبت به سایر گروه‌ها دارند که مشارکت در سازمان‌های رسمی و غیررسمی دسترسی افراد محروم را به ایده‌ها، اطلاعات و رفاقت‌ها افزایش می‌دهد و تقویت توانایی‌های برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، حل مشکل، اقدام گروهی و مذاکره برای تعارض و توسعه روابط آن‌ها با دیگر منابع و شبکه‌ها را گسترش می‌دهد (دپا و پارکر، ۲۰۰۵، ۴۳). احتمالاً مجموع این دلایل است که این بخش بیشترین میزان پیش‌بینی‌پذیری را نسبت به توانمندسازی دارد.

ورزش و فعالیت‌های جسمانی روش‌هایی نوآورانه هستند که می‌توانند اتکا به نفس، عزت نفس و خودکارآمدی را با خود به‌ارمغان آورند و درنهایت، موجب ارتقای توانمندسازی زنان شوند؛ زیرا، مشارکت در ورزش این فرصت را فراهم می‌کند که زنان در فضاهای ورزشی متفاوتی اعم از

اجتماعی یا اقتصادی قرار گیرند و تجاربی به دست آورند که در زندگی اجتماعی‌شان کمتر امکان تجربه کردن آن‌ها را داشته‌اند. همان‌طور که دوران (۲۰۱۶) بیان کرد، گردشگری ماجراجویانه باعث ایجاد تجربیات مشترک در بین زنان و افزایش اعتماد به نفس، استقلال و خودکارآمدی می‌شود. وی زنان را عاملی فعال در سفرهای گردشگری ماجراجویانه دانست که طی این فعالیت‌ها توانمند می‌شوند. افزون‌براین، مایرز^۱ (۲۰۱۰) به این نتیجه دست یافت که فعالیت‌های ماجراجویانه به زنان این امکان را می‌دهند که محیط‌های بکر را تجربه کنند و گردشگری ماجراجویانه فرصت‌هایی از قبیل تناسب اندام، افزایش اعتماد به نفس و توانمندسازی زنان را فراهم می‌کند.

همچنین، یافته‌های این پژوهش نشان داد که امکان توانمندسازی زنان در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و سیاسی از طریق مشارکت در فعالیت‌های ماجراجویانه در ایران وجود دارد. توانمندسازی از طریق مشارکت در گردشگری ماجراجویانه با توجه به ویژگی‌های این نوع فعالیت‌های جسمانی در فضاهای آزاد، به زنان ایرانی این فرصت را می‌دهد که ظرفیت‌های خود را برای کنترل و اثرگذاری بر تصمیم‌هایی که بر فضای زندگی شخصی آنان تأثیر می‌گذارند و به سود آن‌ها هستند، ارتقا دهند؛ بنابراین، به سازمان‌های متولی امور زنان پیشنهاد می‌شود به‌عنوان یک راهبرد جدید و جذاب برای تغییر اجتماعی و توانمندسازی زنان، برای فراهم آوردن فرصت‌های مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های جسمانی و به‌طور خاص ورزش‌های ماجراجویانه اقدام کنند. همچنین، از این راه می‌توان با برخی کلیشه‌های جنسیتی مبارزه کرد و نگرش‌های تبعیض‌آمیز را در سطح جامعه کم‌رنگ کرد. با توجه به توانایی پیش‌بینی تغییرات توانمندسازی توسط مؤلفه‌های اجتماعی و همچنین، بازه سنی و سطح تحصیلات علاقه‌مندان به فعالیت‌های ماجراجویانه می‌توان در دانشگاه‌ها شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر مشارکت در فعالیت ماجراجویانه ایجاد نمود و از این راه حس هویت و اعتماد به نفس زنان را ارتقا داد و فرصت‌های جدیدی برای زندگی اجتماعی آنان فراهم کرد. همچنین، به پژوهشگران علاقه‌مند به این حوزه پیشنهاد می‌شود با توجه به نوع متفاوت مشارکت در فعالیت ماجراجویانه و اثرهای چندگانه آن بر انواع توانمندسازی، در پژوهش‌های بعدی به مشاهده مستقیم نحوه مشارکت در این نوع فعالیت‌ها و نیز مصاحبه با زنان ماجراجو اقدام کنند.

References

1. Aafjes, A., & Coltman, C. (2008). Empowering girls and women through sport and physical activity. Available at: <http://womenwin.org>. (Accessed 05 April 2017).

1. Myers

2. Adventure Travel Trade Association. (2014). ATTA values statement. Available at: <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-web.pdf>. (Accessed 18 April 2017).
3. ATDI. (2016). Adventure tourism development index: An adventure travel scorecard. Available at: <http://www.adventureindex.travel/downloads.htm>. (Accessed 18 April 2017).
4. Ateljevic, I. (2008). Women Empowerment through Tourism. Project Wageningen University the Netherlands, Available at: <http://ethics.unwto.org/publication/women-empowerment-through-tourism>. (Accessed 18 April 2017).
5. Bach, T. (2017). News: IOC Launches Bold Initiative on Gender Equality. Available at: <https://www.olympic.org/news/ioc-launches-bold-initiative-on-gender-equality>. (Accessed 05 April 2017).
6. Bali Swain, R., & Wallentin, F. Y. (2017). The impact of microfinance on factors empowering women: Differences in regional and delivery mechanisms in India's SHG programme. *The Journal of Development Studies*, 53(5), 684-99.
7. Bali Swain, R., & Yang Wallentin, F. (2014). The impact of microfinance on factors empowering women: Regional and Delivery Mechanisms in India's SHG Programme. Available at: http://globalpoverty.stanford.edu/sites/default/files/publications/492wp_0.pdf. (Accessed 24 April 2017).
8. Beckman, E. (2013). The impact of motivations and enduring involvement in an adventure tourism setting (Unpublished doctoral dissertation). University of Tennessee, Knoxville.
9. Bentley, T., Page, S., Laird, I., Wilks, J., & Page, S. J. (2003). *Managing tourist safety: The experience of the adventure tourism industry*. Oxford: Elsevier.
10. Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428-33.
11. Celsi, R. L., Rose, R. L., & Leigh, T. W. (1993). An exploration of high-risk leisure consumption through skydiving. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 1-23.
12. Chang, H. H. (2017). Gender differences in leisure involvement and flow experience in professional extreme sport activities. *World Leisure Journal*, 59(2), 124-39.
13. Deepa, N., Parker, D. (Eds.). (2005). *Measuring empowerment: Cross-disciplinary perspectives*. Washington DC: World Bank Publications.
14. Doran, A. (2016). Empowerment and women in adventure tourism: A negotiated journey. *Journal of Sport & Tourism*, 20(1), 57-80.
15. Eghtisadi, H. (2009). Investigating the status of women's empowerment dimensions in three areas of Tehran with an emphasis on functional empowerment (Unpublished master's thesis), Al-Zahra University, Tehran (Persian).
16. Empowering Women and Girls through Sports. (2012). Available at: <https://eca.state.gov/programs-initiatives/sports-diplomacy>. (Accessed 28 April 2017).
17. Groß, M. (2018). Heterogeneity in consumers' mobile shopping acceptance: A finite mixture partial least squares modelling approach for exploring and characterising different shopper segments. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 8-18.

18. Heimtun, B., & Jordan, F. (2011). 'Wish YOU weren't here!' Interpersonal conflicts and the touristic experiences of Norwegian and British women travelling with friends. *Tourist Studies*, 11(3), 271-90.
19. Hums, M. A., & Sutton, W. A. (1999). Women working in the management of professional baseball: Getting to first base? *Journal of Career Development*, 26(2), 147-58.
20. ISNA. (2016). Gender desire to enter the job market. Code: 95081510355. Available at: <http://yon.ir/4LMsI>. (Accessed 6 November 2016).
21. Kellett, P., & Russell, R. (2009). A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: A case study of the skateboarding cluster. *Sport Management Review*, 12(2), 66-78.
22. Khajehshahkoyee, A., Khoshfar, Gh., & Karimi, L. (2013). The role of Tourism on Empowerment of the Rural Women (Case Study: Ziyarat rural of Gorgan). *Arid Regions Geography Studies*, 1(3), 95-114.
23. Majidi, C., & Moharam Zadeh, M. (2017). Strategy of adventure sports development in Sanandaj city by SWOT analysis. *Sports Management and Motor Behaviour journal*, 6(12), 27-44 (Persian).
24. Mei-Dan, O., & Carmont, M. R. (2013). *The Management of the extreme sports Athlete, Adventure and Extreme Sports Injuries* (pp.1-5). London: Springer-Verlag Pub.
25. Mondéjar-Jiménez, J., Segarra-Oña, M., Peiró-Signes, Á., Payá-Martínez, A. M., & Sáez-Martínez, F. J. (2015). Segmentation of the Spanish automotive industry with respect to the environmental orientation of firms: Towards an ad-hoc vertical policy to promote eco-innovation. *Journal of Cleaner Production*, 86, 238-44.
26. Movono, A., & Dahles, H. (2017). Female empowerment and tourism: A focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681-92.
27. Myers, L. (2010). Women travellers' adventure tourism experiences in New Zealand. *Annals of Leisure Research*, 13(1-2), 116-42.
28. National Portal of Statistics of Iran. (2016). Indicator of unemployment rate in Iran. Available at: <https://www.amar.org.ir/%D8%AE%D8%A7%D9%86%D9%87/%D8%B4%D8%A7%D8%AE%D8%B5-%D9%87%D8%A7%DB%8C-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C>. (Accessed 12 April 2017).
29. Ringle, C. M. (2006). Segmentation for path models and unobserved heterogeneity: The finite mixture partial least squares approach. Available at: yon.ir/xMvwL. (Accessed 30 April 2017).
30. Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Mooi, E. A. (2010). Response-based segmentation using finite mixture partial least squares. In *Data Mining* (19-49). Springer, Boston, MA. Available at: <file:///C:/Users/venous/Downloads/9781441912794-> (Accessed 31 May 2017).
31. Sarstedt, M., Becker, J. M., Ringle, C. M., & Schwaiger, M. (2011). Uncovering and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: which model selection criterion provides an appropriate number of segments? *Schmalenbach Business Review*, 63(1), 34-62.

32. Schott, C. (2007). Selling adventure tourism: a distribution channels perspective. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 257-74.
33. Shaw, S., & Frisby, W. (2006). Can gender equity be more equitable? Promoting an alternative frame for sport management research, education, and practice. *Journal of Sport Management*, 20(4), 483-509.
34. Skaggs, A. (2015). Empowering Women and Girls through Sports: An Evaluation of a US Department of State Sports Diplomacy Initiative. Available at: http://trace.tennessee.edu/utk_bakerschol.
35. Sundström, A., Paxton, P., Wang, Y. T., & Lindberg, S. I. (2017). Women's political empowerment: A new global index, 1900–2012. *World Development*, 94, 321-35.
36. UNFPA. (2008). International and regional agreements and conventions. United Nations Population Fund. Available at: <http://www.unfpa.org/gender/rights2.htm>. (Accessed 30 April 2017).
37. World Tourism Organisation. (2010). Global report on women in tourism. Available at: http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_women_in_tourism_pdf. (Accessed 31 May 2017).
38. World Tourism Organisation. (2012). Global report on women in tourism. Available at: http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_women_in_tourism_pdf. (Accessed 31 May 2017).

استناد به مقاله

صفاری، مرجان، حیدری، کلثوم، لطیفی فرد، مهدی. (۱۳۹۹). تأثیر مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه بر توانمندسازی زنان. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲ (۵۹)، ۱۱۳-۳۴. شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2018.4942.1956

Saffari, M., Heidari, K., & Latifi Fard, M. (2020). The Effect of Enduring Involvement in Adventure Tourism on Women's Empowerment. *Sport Management Studies*, 12 (59):113-34. (Persian). DOI: 10.22089/smrj.2018.4942.1956

The Effect of Enduring Involvement in Adventure Tourism on Women's Empowerment

M. Saffari¹, K. Heidari², M. Latifi Fard³

1. Assistant Professor of Sport Management, Tarbiat Modares University, Tehran (Corresponding Author)

2. M.Sc. of Leisure Management and Recreational Sports, Shahid Chamran University of Ahvaz

3. Ph.D. Student in Sport Management, Tarbiat Modares University, Tehran

Received: 2017/10/19

Accepted: 2018/05/05

Abstract

The present study aimed to determine the effect of enduring involvement in adventure tourism on women's empowerment. The methodology of the present research has been applied in terms of purpose, and from the perspective of the method, descriptive-Correlation was specifically based on structural equation modeling using Smart PLS 3 software. The research population consisted of all Iranian women involved in adventure tourism, out of whom 223 were selected by convenience sampling. Data were collected using Beckman's (2013) Enduring Involvement in an Adventure Tourism Questionnaire and researcher-made questionnaire was used to measure the women's empowerment. The validity of the questionnaires was assessed by the opinions of Sociology and Sport Management professors, and their reliability was confirmed by Cronbach's alpha and composite reliability. The results indicated that Iranian women can be empowered in social, economic, physical, and political aspects by being involved in adventure. Furthermore, as adventure tourism involves outdoor physical activity, this type of empowerment gives Iranian women the opportunity to make important decisions which favorably influence their personal life. It is suggested that organizations in charge of women affairs give women the opportunity to participate in physical activities, especially adventure sports, as a new empowerment strategy.

Keywords: Enduring Involvement, Adventure Tourism, Women's Empowerment, Self-Expression, Social Empowerment.

1. Email: saffari.marjan@modares.ac.ir

2. Email: heidari.k70@gmail.com

3. Email: mahdi_latifi2001@yahoo.com