

غذا، به منزله نمایه‌ی هویتی فرهنگ بومی در گردشگری: رویکردی معناگرا

راضیه خزاعی*؛ پژوهشگر دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۹۷/۴/۳۱

پذیرش نهایی: ۹۷/۵/۳

چکیده

غذا یکی از عناصر مهم زندگی اجتماعی است. در این مقاله، غذا از منظر یک عنصر فرهنگی-اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است و تلاش شده تا نشان داده شود که نظام غذایی چگونه حیات اجتماعی انسان را با تاکید بر کنشگران گردشگری، تحت تأثیر قرار می‌دهد و در تولید معنا برای کنشگران گردشگری به مثابه یک ابژه‌ی زیبایی‌شناسانه، فراغتی، لذت‌جویانه و هویتی عمل می‌کند.

در این مقاله، با ایجاد پیوند بین غذا، فراغت و لذت، همچنین تلاش شده است تا برساخت فرهنگی - معنایی غذا و نظام غذایی از منظر فراغت و لذت توضیح داده شود. در عین حال با ملاحظه‌ی گردشگری به عنوان یک عنصر بنیادی فراغت در جهان مدرن، تلاش شده تا غذای بومی با تاکید بر عناصر اقلیمی - فرهنگی و تاریخی با عنوان یک میانجی و تقویت‌کننده عناصر فرهنگ میزبان، به عنوان یکی از عناصر جهاتن مدرن برای تقویت گردشگری و تقویت عناصر فرهنگ بومی مورد توجه و ملاحظه قرار بگیرد.

این مطالعه با رویکرد به جامعه‌شناسی فرهنگی سامان یافته است و در چارچوب توصیفی عمیق برخی از این عناصر مورد واکاوی و تعمق قرار گرفته‌اند.

رویکرد روش‌شناسانه‌ی این مطالعه با توجه به رویکرد مفهومی و نظری بحث، که مبتنی بر جامعه‌شناسی فرهنگی است، تعمیق در تجارب زیسته و مشاهدات، با تاکید بر تجربه جهان اجتماعی و روایت‌ها، بوده است.

واژه‌های کلیدی: غذا، گردشگری غذایی، فرهنگ بومی، کنشگران گردشگری، زیبایی‌شناسی گردشگری، جامعه‌شناسی فرهنگی.

مقدمه

غذا یکی از عناصر مهم زندگی اجتماعی است. اگرچه در بدو امر اینگونه به نظر می‌رسد که غذا به علت پیوند داشتن آن با حیات بیولوژیک و زیستی انسان، و به این علت که مواد سازنده آن همچنان از طبیعت به دست می‌آیند عمدتاً مقوله‌ای طبیعی است تا اجتماعی و فرهنگی (کاوینی^۱، ۲۰۱۴؛ کانیهان^۲، ۱۹۹۹؛ خزاعی، ۱۳۸۳)، اما به تدریج و با فاصله‌گرفتن تدریجی بشر از مرحله گردآوری و شکار - که غذا در طبیعی‌ترین صورت آن و با کم‌ترین دستکاری تهیه می‌شد و مورد مصرف قرار می‌گرفت (کوتاک^۳، ۱۳۸۶؛ بیتس و پلاگ، ۱۳۷۵) - با مداخله سایر عناصر، غذا به یک عنصر مهم فرهنگی، و به نمایه قدرتمندی از فرهنگ در نظام اجتماعی تبدیل شده است. بشر با مداخله در فرایند ساخت غذا، غذا را از ساحت یک مقوله کاملاً طبیعی به ساحت یک مقوله فرهنگی برکشانده است (کنیهان، ۱۹۹۹).

لوی استراوس به درستی فرایندی را توضیح می‌دهد که با افزوده شدن کنش پخت غذا به فرایند تهیه و مصرف غذا، غذا از طبیعت فاصله گرفته و ماهیتی فرهنگی یافته است. در این فرایند لوی استراوس توضیح می‌دهد که با پخت غذا، چگونه غذا از یک عنصر طبیعی به یک عنصر فرهنگی تغییر ماهیت داده است. لوی استراس در بحث خود پیرامون دوگانه فرهنگ/طبیعت، پخت غذا را به عنوان یک عنصر مهم در این تفکیک معرفی می‌کند و این بحث را مطرح می‌کند که فرهنگ غذایی که او در قالب غذای پخته شده مطرح می‌کند، عنصر شاخص و متمایز کننده‌ای است برای تفکیک طبیعت از فرهنگ و تفکیک انسان فرهنگی از انسان طبیعی (ریتزر، ۱۳۷۶). بر اساس رویکرد لوی استراوس، پختن غذا، شناسه‌ی انتقال و ارتقای غذا از سطح طبیعت به سطح فرهنگ است.

اما فرایند تحول خوراک از ساحت امر طبیعی به عنصر فرهنگی با افزوده شدن مرحله پخت، به فرایند تهیه و مصرف غذا، خاتمه نمی‌یابد. این فرایند، یک فرایند استمراری و مداوم است، و پختن تنها عنصری نیست که طی روندی تاریخی، خوراک را از ساحت طبیعت به سطح فرهنگی و اجتماعی برکشانده است. همه عناصر نظام اجتماعی و فرهنگی در تطور تاریخی غذا تأثیر داشته و دارند و هرکدام از عناصر نظام اجتماعی بر فرهنگی تر شدن غذا تأثیر داشته‌اند و به تدریج و با مداخله‌ی عناصر متعدد، نظام‌های غذایی متنوع و چندگونه مبتنی بر عناصر فرهنگی و اجتماعی متعدد بر ساخته شده‌اند و به نمایه‌های فرهنگی و هویتی نظام‌های اجتماعی گوناگون تبدیل شده‌اند.

¹ Coveney

² Counihan

³ kottak

غذا، یکی از عناصر فرهنگ است و مراجعه به فرهنگ، بدون توجه به نظام غذایی و تأثیراتی که ساختار فرهنگی غذا (مشمول بر شیوه‌های آماده‌سازی، تهیه، و مصرف غذا)، بر نظام اجتماعی بر جای می‌گذارد ممکن نیست. از این منظر که غذا متغیری وابسته به فرهنگ است، و شاخص‌های فرهنگی هر جامعه، بر ساختار غذایی آن جامعه و شکل‌گیری نظام غذایی آن جامعه تأثیر دارند.

به تدریج با آمیختگی بیشتر فرهنگ با غذا، همه‌ی فرایندهای مرتبط با عمل غذا خوردن، به تدریج به بخش مهمی از فرهنگ تبدیل شده و کنش‌های غذایی هم به تدریج با فرهنگ آمیخته شده‌اند. در این روند، غذا خوردن دیگر فقط عملی برای سیرکردن شکم و رفع جوع نیست (منبع). افزوده شدن امکان پخت به غذا، امکان فرآوری فرهنگی غذا را نیز فراهم کرده و انسان این امکان را یافته است تا با ایجاد تنوع در فرایند تولید و ساخت غذا و بعدتر در چگونگی مصرف غذا، مستمرا عنصر فرهنگ را در نظام غذایی مداخله دهد و در این فرایند خلاقیت‌های ذهنی و فرهنگی خود را در غذا نیز به ظهور برساند.

طی فرگشت تاریخی-فرهنگی نظام غذایی از ساحت طبیعت به فرهنگ، اقلیم و امکانات طبیعی و زیستی منطقه نیز به کمک آمده‌اند و غذا را علاوه بر فرهنگ، به یک عنصر وابسته به اقلیم نیز تبدیل کرده‌اند. خصوصیت‌های اقلیمی که تا پیش از این، خصلت‌هایی فقط جغرافیایی بودند، با مداخله در فرایندهای مربوط به غذا، به عنصری تعیین‌کننده در فرهنگی‌ترشدن فرایند ساخت و مصرف غذا تبدیل شدند. همه‌ی این عناصر، غذا را به تدریج به یک نشانه‌ی فرهنگی تبدیل کرده و بر اساس نظام نشانه‌شناسی، در قالب یک نشانه‌ی فرهنگی برساخته است؛ نشانه‌ای که برساخته‌ی تمدن، فرهنگ، تاریخ، اقلیم و خصلت‌های زیبایی‌شناسانه‌ی سازنده‌ها و مصرف‌کننده‌های آن است.

ملاحظات مفهومی

نظام غذا

بحث حاضر، مبتنی بر رویکرد نشانه‌شناسانه‌ی رونالد بارت توسعه یافته است. بر اساس ایده نشانه‌شناسانه‌ی بارت درباره غذا، او نظام نشانه‌ای غذا را مبتنی بر مجموعه‌ای از مواد غذایی می‌داند که قرابت‌ها و تفاوت‌هایی دارند که یک فرد در محدوده آنها و در پناه یک مفهوم مشخص به انتخاب بخشی از آن می‌پردازد (بارت، ۱۳۷۰). نظام غذای شامل همه‌ی اجزای غذا از مواد اولیه سازنده گرفته تا عناصر فرهنگی، اجتماعی، اقلیمی است که در ایجاد و ساخت غذا موثر هستند. بسیاری پختن را فرایند تحول از طبیعت به فرهنگ می‌دانند. اما با توسعه نشانه‌های شناختی فرهنگی در حوزه غذا، که غذاهای خام را نیز در بر گرفته است، اکنون دیگر نمی‌توان فقط پخته بودن را معرف نظام غذایی

مبتنی بر فرهنگ دانست. در فرایند تهیه غذا و بر اساس الگوهای فرهنگی و اقلیمی، افراد بنا بر آموخته‌های فرهنگی، اجزای تشکیل‌دهنده غذا را با هم ترکیب می‌کنند و مجموعه واحدی را به نام غذا تولید می‌کنند.

فراغت

پیوند ناگسستنی و فزاینده فراغت و مصرف به واسطه مصرفی شدن و تجاری شدن فراغت و رواج الگوها و سبک‌های زندگی، هرگونه ارزیابی از مصرف را بدون توجه به فلسفه و شناخت فرهنگ فراغتی ناممکن می‌سازد.

انتخاب‌گری و عاملیت افراد در تنظیم زمان آزاد و فراغت و فعالیت‌های موردانتخاب و جهت‌گیری نسبت به آن در فهم فراغت موثر است.

مفهوم زمان فراغت در برابر درگیری‌ها و کار روزمره که اغلب عامل خستگی است، به کار می‌رود. فراغت با بیکاری متفاوت است و پدیده‌ای است که با دوران صنعتی پیوند دارد. در دوران صنعتی، دو شرط برای تحقق فراغت لازم بوده است: نخست، کار از شکل اجبار فرهنگی و اجتماعی خارج شده، و به صورت مسئولیت آزادانه‌ی فردی نمود یافته است. دوم، جدا شدن کار از فعالیت‌های دیگر انسان در تحقق فراغت نقش داشته است. سازمان‌یافتگی کار به شکلی است که چه از لحاظ عملی و چه از جنبه‌ی نظری از وقت آزاد، جدا شده است و این امر به تحقق فراغت کمک کرده است (ذکایی، ۱۳۹۱؛ هریس، ۱۳۹۱؛ ویلن، ۱۳۸۶).

گردشگری

گردشگری یا توریسم به‌طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هر چند در سال‌های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. به کسی که گردشگری می‌کند گردشگر یا توریست گفته می‌شود، که در این مبحث ما آنها را کنشگران گردشگری نیز نامیده‌ایم. واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. این واژه هم متناظر با دوران صنعتی شدن و رفاه نسبی در جامعه است و همچنین تسهیل در استفاده از وسایل حمل و نقل و جابجایی. تا پیش از آن خارج شدن از محل زندگی مستلزم انجام رفتارهای پرمشقت بود و دیدن نقاط دیگر نه به‌عنوان بخشی از فراغت، بلکه به عنوان اصل زندگی محسوب می‌شود. جهانگردی یک شیوه زندگی بود و فرد ناگزیر بود که بخش مهمی از زندگی و عمر خود را وقف آن کند. اما هم با توسعه وسایل جابجایی، و هم با توسعه رفاه، گردشگری به بخشی دائمی و تکرارشونده در زندگی اجتماعی افراد تبدیل شده است. سفر اکنون دیگر

یک رفتار ویژه خواص نیست، بلکه به خاطر همگانی و عمومی شدن آن، به امری عمومی در فراغت تبدیل شده است. عادی شدن به تعدد و تنوع نشانه‌ها انجامیده و به فرد این امکان را داده تا برای اجرای آن، ابژه‌های نشانه‌شناسانه‌ی گسترده‌ای را نیز بپرورد و برسازد.

از زمانی که مردم توانایی مالی و فراغت بیشتری پیدا کردند، این امر ممکن شد. اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقه‌مند هستند. ثروتمندان همیشه به مناطق دوردست سفر کرده‌اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص. به‌طور مثال برای دیدن ساختمان‌های معروف و آثار هنری، آموختن زبان‌های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت. گردشگری سازمان‌یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است.

ملاحظات روش‌شناختی

این مطالعه با رویکرد مطالعات فرهنگی انجام شده است و لذا در انجام آن از رویکردهای اصلی که به عنوان روش‌های پژوهشی در مطالعات فرهنگی مطرح است، استفاده شده است.

۱- تجربه زیسته شامل تجربه جهان اجتماعی و روایت‌ها، ۲- مصرف فرهنگی، ۳- مشاهده، ۴- تحلیل تجربه‌های بصری، تحلیل گفتمان، از روش‌های اصلی در مطالعات فرهنگی هستند. که در این پژوهش تجربه‌ی زیسته و مشاهدات، با تاکید بر تجربه جهان اجتماعی و روایت‌ها، مبنای روش‌شناختی این مطالعه قرار گرفته است (پیکرینگ، ۲۰۰۸).

یافته‌های مفهومی و تحلیلی

یافته‌های این مطالعه، با رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی، و مبتنی بر معناکاوی موضوع بحث قرار گرفته‌اند. لذا دریافته‌های تحلیلی و عناصر کلیدی این بحث نیز در همین چارچوب مطرح و بر ساخته شده‌اند. بر اساس یافته‌های مبتنی بر تجربه زیسته که از جهان اجتماعی دریافت شده‌اند، در کنار یافته‌های تحلیلی، یافته‌های مفهومی این بحث نیز مطرح و معرفی شده‌اند. یافته‌ها مبتنی بر فهم از چگونگی بر ساخت پیوند بین غذای بومی، گردشگری، و عناصر هویتی جامعه میزبان، در قالب مفاهیم نظری بسط یافته‌اند.

- غذا، فراغت و اقلیم

در سیر تکاملی زندگی اجتماعی بشر، به تدریج و با توسعه یافته‌تر شدن زندگی اجتماعی و افزایش فراغت انسان، انسان در کنار بقیه فعالیت‌های فراغتی که شرایط جدید زندگی برای او فراهم می‌کرد و بیشتر ناشی از تقسیم کار و ارتقای زمان فراغت بشر بود، او توانست وقت بیشتری را نیز به فرایند تهیه، و مصرف غذا اختصاص دهد.

پیوند فراغت و غذا، ریشه در تاریخ حیات اجتماعی انسان دارد. افزایش هرچه بیشتر زمان فراغت که به واسطه‌ی بهبود شرایط زندگی فراهم شده بود، موجب شد تا انسان بتواند وقت بیشتری را به غذا اختصاص دهد و غذا را به یک عنصر معنابخش در زندگی خود و نیز عنصری مهم در حوزه فراغت تبدیل کند.

غذا یکی از ارکان مهم فراغت است. مناسک مربوط به غذا، چه خوردن و نوشیدن و چه تهیه غذا و چه کنش‌های مربوط به سرو، ساخت و صرف غذا، بخشی از عناصر مربوط به حوزه غذا هستند که به عنوان عناصر حوزه فراغت نیز بر ساخت شده‌اند.

آمیختگی عناصر مربوط به نظام غذایی با لذت، شامل تهیه، مصرف و سرو غذا، آن را به عنصری مهم در فعالیت‌های فراغتی تبدیل کرده است. در این مجادله، غذا در کانون هم‌پیوندی فراغت و لذت قرار می‌گیرد. عناصر فرهنگی، معنایی، و فراغتی که با زندگی بشر آمیخته‌اند، موجب شده‌اند تا او، هم مصرف غذا را به عنوان یک عنصر فراغتی، به امری لذتبخش تبدیل کند و هم در کنار لذت‌افزایی ناشی از مصرف غذا، فرایندهای مربوط به تهیه و صورت‌بندی غذا را نیز با لذت حاصل از فراغت درآمیزد و غذا را به میانجی لذت و فراغت بدل سازد. انسان با مداخله عناصر فرهنگی در فرایند بر ساخت نظام غذایی - اقلیمی، غذا آن را به امری لذت‌بخش تبدیل کرده و از این رهگذر فراغت را به واسطه تقویت نظام غذایی، توسعه داده و لذتبخش‌تر کرده است.

در عین حال، به میانجی‌گری عنصر فراغت، تنوع اقلیمی و تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری نیز که عناصری وابسته به اقلیم و جغرافیای ویژه زیستی هستند، در توسعه نظام‌های غذایی مداخله کرده‌اند. آنچه که امروزه به عنوان غذای بومی می‌شناسیم، بر ایند تحولی تاریخی، فرهنگی، تمدنی و زیبایی‌شناسانه است.

فرایندی که طی آن بشر تحت تأثیر عناصر زیبایی‌شناسانه و بر محوریت لذت و فراغت، غذا را به عنصری وابسته به اقلیم تبدیل کرده و آن را به نمایه هویتی ساکنان یک اقلیم بدل ساخته است.

- غذا و عناصر زیبایی‌شناسانه

قوت یافتن عناصر فرهنگی در نظام غذایی، غذا را از ساحت یک عنصر مصرفی برای سیر شدن، به یک عنصر زیبایی‌شناسانه ارتقا داده است. از این منظر، غذا دیگر حتی مرز بین فرهنگ و طبیعت هم نیست. با مداخله عناصر زیبایی‌شناسانه در فرایند بر ساخت نظام غذایی، غذا به یک عنصر هنری تبدیل شده است.

رویکرد زیبایی‌شناسانه به غذا، آن را به عنصری تبدیل کرده که علاوه بر ایجاد لذت، واجد عناصر زیبایی‌شناختی نیز است و کمک می‌کند تا انسان به واسطه غذا، در وجه زیبایی‌شناسانه‌ی حیات روزمره خود نیز مداخله کند. به این ترتیب، غذا تبدیل به یک اثر هنری، هویت‌بخش و لذت‌آفرین شده که قادر به خلق لذت و زیبایی در زندگی انسان است. با پیوندیافتن غذا با اقلیم، و به میانجی‌گری فراغت و عناصر زیبایی‌شناسانه در فرایند ایجاد و مصرف آن، جغرافیا به یک عامل هویت‌بخش غذایی تبدیل شده و غذای مبتنی بر جغرافیا، شاخص فرهنگی و هویتی مردمانی غذا مبتنی بر اقلیم آنها تهیه و مصرف شده است.

– غذا، فراغت و گردشگری

در جهان مدرن، فراغت پیوند استواری با موضوع گردشگری یافته است و کنشگری گردشگرانه‌ی انسان مدرن را می‌توان از دو وجه کنشی و معنایی با فراغت مرتبط کرد و توضیح داد. پیوند فراغت و گردشگری، بر اساس توجه به مقوله رفاه، برساخته شده است. چه رویکردهای کلاسیک در حوزه اوقات فراغت و چه رویکردهای جدید در این حوزه، تاکید دارند که موضوع فراغت و گردشگری ذیل بهره‌مندی نسبی از عناصر اصلی زندگی و سطحی از رفاه و آسودگی که وبلن آن را ذیل تن‌آسایی قرار می‌دهد، قابل توضیح است. رفاه نسبی بشر و فراغت پیوسته با آن، انسان را به سوی خلق معناهای جدید در زندگی روزمره کشانده، که اهمیت‌بخشی به گردشگری و توسعه‌ی کنش‌های گردشگرانه، یکی از آن است.

عناصر فراغت علاوه بر مداخله در برساخت کنش‌های گردشگرانه، نظام غذایی بومی و اقلیمی را نیز به امری کانونی در کنش‌های گردشگرانه فراغتی تبدیل کرده است. نظام غذایی بومی و اقلیمی همواره به عنوان یکی از عناصر متمایزکننده‌ی مقصد از مبدا در سفر مطرح بوده است، اما امروزه از سطح متمایزکننده‌گی فراتر رفته و علاوه بر برساخت فراغت و سفر، و توضیح معنای فراغت در سفر، به یک عنصر هویتی و معنایی در گردشگری نیز تبدیل شده است.

غذا شاید جزو معدود عناصر فرهنگی باشد که در عین حال که یک عنصر فرهنگی و اجتماعی است، به یک عنصر کنشی نیز تبدیل شده است. ملاحظه غذا و فرایندهای مرتبط با آن، غذا را به کنش تبدیل کرده و اجرای آن، نمایه‌ی فرهنگ، تمدن، اقلیم، و نظام اجتماعی و فرهنگی است. غذا یک کنش اقلیمی، تاریخی، فرهنگی و سیاسی است و علاوه بر، دربردارنده‌گی و شمول فرهنگی، معنایی، تاریخی و اقلیمی، خود آن نیز است.

– غذا، گردشگری و بومی‌گرایی

اهمیت اقلیم در فرایندهای برساخته شدن نظام‌های غذایی، از شاخص‌های اقلیمی موثر بر تهیه غذا و مواد اولیه مورد استفاده برای تهیه غذا گرفته تا عناصر فرهنگی مداخله‌گر در شیوه‌های تهیه، سرو و مصرف غذا، از جمله مواردی هستند که غذای بومی را در پیوند گردشگری با غذا، به امری با اهمیت تبدیل کرده است.

گردشگری با عناصر لذت، جذابیت، تازگی، گوناگونی، بدیع بودن و تمایل به شناخت و «تجربه امر تازه» همراه است. شوق و علاقمندی کنشگران سفر به شناخت امر جدید، و تجربه‌های جدید، ساحت‌های جدیدی را در عرصه گردشگری و غذا می‌گشاید و افراد را به میل به تجربه‌ی «امر تازه» بر می‌انگیزد.

کنشگر گردشگری تمایل دارد محل مورد بازدید خودش را در متن محلی آن ببیند. تجربه سفر برای کنشگران سفر از وجهی به این علت لذتبخش است که فرصت تجربه کردن فرصت‌های ناب و جدیدی را به آنها می‌دهد که قبلاً تجربه نکرده‌اند. سفر به کنشگران گردشگری این امکان را می‌دهد که خودشان را در فضای فرهنگی محلی آمیخته احساس کنند و برای خود معناهای تازه تولید کنند، تجربه‌های جدید خلق کنند و حس و حال تازه‌ای بیابند.

غذا یکی از دست‌یافتنی‌ترین عناصر محلی برای برقراری اتصال بین کنشگر گردشگری و مکان گردشگری است. غذاهای جدید محلی و تجربه‌های غذایی منحصر به فرد در مقصدهای گردشگری، شیوه‌های گاه منحصر بفرد سرو غذا در مقصد گردشگری، که عموماً با عناصر فرهنگی، تاریخی، جغرافیایی و اقلیمی محل آمیخته است، همگی نظام غذایی را به عنصری جذاب تبدیل می‌کند که به کنشگران گردشگری فرصت تجربه چیزهایی را می‌دهد که قبلاً تجربه نکرده بودند.

غذاهای محلی، حس کشف را در کنشگران گردشگری اقناع می‌کند. غذاهای محلی فقط به خاطر طعم غذا یا مواد اولیه سازنده‌ی آنها برای کنشگران سفر جذاب نیست. آنها فرهنگ محلی، تاریخ، تمدن و اقلیم را با خود حمل می‌کنند و کنشگران گردشگری با برقراری پیوند با نظام غذایی میزبان، خود را با فرهنگ محلی یگانه می‌پندارد و خود را با آن می‌آمیزند.

فرهنگ منحصر بفرد مرتبط با نظام غذایی بومی و مناسب همراه با آن، که گاه ناشی از ویژگی‌های انحصاری فرهنگ بومی و بافت اقلیمی است، غذای بومی را به عنصری جذاب و منحصر بفرد در گردشگری تبدیل کرده است.

مزه نیز یکی از این تجربه‌های منحصر بفرد گردشگری است. مزه‌های ویژه و منحصر به فرد، که بر اساس خصلت‌های تاریخی، اقلیمی و فرهنگی شکل گرفته و متغیر و متفاوت است، از جمله عناصر انتخاب‌شونده توسط گردشگرها برای تجربه امر تازه در مقصد گردشگری است. تجربه‌ی طعم‌ها و ویژگی‌های ناب و اصیل بومی، منحصر بفرد و جدید، یکی از جذابیت‌های سفر برای کنش‌گران گردشگری است.

علاوه بر تازگی و نوبودگی، عامل دیگری که غذای بومی را به امری جذاب برای کنشگران گردشگری تبدیل می‌کند، درآمیختگی آن با عناصر فرهنگی میزبان است. میل آمیختگی با فرهنگ میزبان و تجربه‌های نو و حضور در متن امر تازه، یکی از جاذبه‌های گردشگری و یکی از ویژگی‌هایی است که ساکنان را به سفر می‌کشاند. «تجربه امر نو» در سفر ممکن است و نه در حضر، و تمایل به بسط دامنه‌ی تجربه و فهم پیرامون، یکی از عناصری است که افراد را از وطن به سفر می‌کشاند. میل به آشنایی و آمیختگی با عناصر فرهنگی مقصد گردشگری و جذابیتی که مقصدهای گردشگری به لحاظ فرهنگی، هویتی برای سفرکننده‌ها دارد، از جمله دلایلی هستند که افراد را به میل به تجربه کردن مکان‌های مختلف ترغیب می‌کند.

سفر به مکان‌های خاص فقط با هدف گردش و استراحت صورت نمی‌گیرد. افراد با انجام سفر و گردشگری به مکان‌های مختلف درصدد برقراری پیوند با عناصر هویتی مقصد هم هستند. شناخت فرهنگ و عناصر هویتی مقصد، یکی از دلایل سفر به مکان‌های مختلف است و در بعضی از موارد اگر هدف آشکار گردشگری هم نباشد، یکی از کارکردها و اهداف پنهان آن است.

غذاهای بومی به علت آمیختگی با فرهنگ بومی، و اینکه شناسه‌ی فرهنگ بومی به شمار می‌روند، امکان پیوستن و درآمیختن (ولو موقت) مسافران را با فرهنگ میزبان فراهم می‌کنند. کنشگران گردشگری نسبت به شناسایی و درآمیختگی با فرهنگ جامعه میزبان مشتاق هستند و آمیختن با فرهنگ مقصد، برای آنها بخشی از سرگرمی سفر به شمار می‌رود. حضور در مقصد گردشگری علاوه بر اینکه به فرد احساس لذت ناشی از فراغت می‌دهد و اوقات فراغتش را پر می‌کند، برای او از وجه پیوند با عناصر جدید میزبان نیز لذتبخش و جذاب است.

بنا به اینکه اقلیم یکی از متغیرهای مهم در ایجاد نظام‌های غذایی در حوزه‌های اقلیمی و جغرافیایی گوناگون است، هر مکانی بنا به ویژگی‌های اقلیمی و آب و هوایی منحصر به فرد خود و طی تاریخ توسعه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خود، گونه‌های منحصر به فردی از غذاها را انتخاب کرده و

به عنوان عناصر اصلی غذایی در محل، معرفی کرده و توسعه داده است که موجب می‌شود که غذای بومی تبدیل به یک عنصر فرهنگی منحصر بفرد و خاص بشود.

تأثیر نظام غذایی بومی بر عناصر فرهنگی جامعه

موضوع اصلی بحث، فهم پیوند بین هویت فرهنگی، غذای بومی و گردشگری است. غذای بومی در این بحث، به عنوان شناسه هویت فرهنگی - بومی، میانجی پیوند گردشگری و هویت بومی و فرهنگی قرار گرفته است و محمل نظری بحث این بوده که غذای بومی بر اساس این ساحت نظری چگونه قادر است در فرایند تولید معنا برای گردشگری از یک‌سو، و تقویت گردشگری بومی از سوی دیگر منشا اثر باشد.

لذا اثرگذاری غذای بومی بر عناصر فرهنگی جامعه که در اینجا «هویت فرهنگی - بومی»، «سرمایه فرهنگی»، «سرمایه اقتصادی»، «ظرفیت گردشگری» و «ظرفیت جهانی‌شدن» به عنوان برخی از شناسه‌های فرهنگی جامعه تلقی شده‌اند، مورد واکاوی و معناکاوای قرار گرفته است.

غذاهای بومی و تقویت هویت فرهنگی-بومی

غذای بومی عنصر هویتی جامعه میزبان است. نظام غذایی در یک برآیند تاریخی اقلیمی، سیاسی و فرهنگی برساخته شده و تبدیل به نمایه و شناسه‌ی جامعه‌ی محلی شده است. نظام غذایی بومی با وجود تحمیل‌ها و فشارهای ناشی از سازوکار جهانی‌شدن، در موارد متعددی توانسته‌اند از خود در هجوم فرایندهای جهانی‌شدن محافظت کنند. لذا آنچه را که از فرهنگ بومی - که نظام غذایی بومی هم جزئی از آن است، در روند تکاملی نظام اجتماعی- فرهنگی بقا یافته است، می‌توان به عنوان شناسه نظام فرهنگی تلقی کرد.

غذاهای بومی برای جامعه‌ی محلی بخشی از نظام فرهنگی جامعه و امری تمایزنیافته است. به واسطه گردشگری است که می‌تواند پایداری خود را حفظ و تقویت کند و به عنوان شاخص و نمایه فرهنگ بومی از سایر نظام‌های فرهنگی متمایز شود.

غذاهای بومی و تقویت سرمایه فرهنگی

بودیو سرمایه فرهنگی را یکی از سرمایه‌های بنیادی در جامعه می‌دانست که بر تعیین جایگاه طبقاتی افراد دارنده موثر است و به مثابه عامل تمایزبخش در نظام اجتماعی، افراد را در طبقات خاصی قرار می‌دهد غذا - و به ویژه غذای بومی و متاثر از فرهنگ، به عنوان یکی از عناصر جامعه نیز می‌تواند در تمایزبخشی نظام اجتماعی از سایر نظام‌ها کارگر افتد و به پایداری فرهنگی مد رساند. غذا علاوه بر آنکه یک عنصر فرهنگی است، و به عنوان یکی از سرمایه‌های جامعه میزبان می‌تواند نقش

تقویت‌کننده‌ای در پایداری فرهنگی جامعه که نظام غذایی یکی از مولفه‌ها و نشانه‌های آن است کمک کند. با اهمیت یافتن غذاهای بومی برای کنشگران گردشگری، سرمایه فرهنگی جامعه میزبان به یک عنصر مهم، پایدار و قابل ارجاع تبدیل می‌شود و از این محمل به تقویت سرمایه فرهنگی جامعه میزبان کمک می‌کند.

غذاهای بومی و تقویت سرمایه اقتصادی

غذاهای بومی اقتصاد محلی را رونق می‌دهند. یکی از ویژگی‌های غذاهای بومی، حضور عناصر اقلیمی - غذایی جامعه‌ی میزبان در فرایند تهیه و مصرف آنهاست. برای ساختن غذاهای بومی باید عناصر سازنده در فرهنگ بومی نیز متنوع، متعدد و متکثر شوند. لذا توسعه‌ی غذای بومی، مستلزم توسعه مواد اولیه بومی، فرهنگی و اقلیمی جامعه میزبان است که ساخت و مصرف غذای بومی را ممکن می‌کنند. وجود تنوع غذایی در بین غذاهای بومی، می‌تواند رونق‌بخش اقتصادی در جامعه میزبان گردشگری باشد. تقویت سرمایه اقتصادی فقط از جهت توسعه غذایی نیست. نظام غذایی یک نظام ساختاریافته گسترده و بسیط است و عناصر آن از عناصر تشکیل‌دهنده غذاهای بومی گرفته تا ابزار لازم برای سرو غذای بومی را شامل می‌شود. همه اینها، همراه با توسعه غذای بومی که به واسطه توسعه گردشگری ممکن است، به تقویت اقتصاد محلی کمک می‌کند

غذاهای بومی و تقویت ظرفیت‌های گردشگری

غذا دارای جذابیت‌های ویژه و منحصر‌بفردی برای گردشگران است که مفصل مورد بحث قرار گرفت. اما علاوه بر جذابیت ذاتی غذا برای کنشگران گردشگری، غذای بومی لذت ویژه و منحصر‌بفردی برای کنشگران گردشگری تولید می‌کند که به تفصیل مورد بحث قرار گرفت. این ویژگی‌های منحصر بفرد غذای بومی برای کنشگران گردشگری، می‌تواند علاوه بر آنکه معرف فرهنگ بومی است، کنشگران گردشگری را برای تورها و سفرهای غذایی جذب کنند. غذاهای بومی معرف می‌توانند به عنوان جاذبه گردشگری، در فهرست گزینه‌های مربوط به جاذبه‌های گردشگری به کنشگران گردشگری معرفی شوند. برنامه‌ریزی گردشگری با تاکید بر این عناصر می‌تواند برنامه‌ریزی گردشگری مبتنی بر فرهنگ غذایی بومی را که یکی از عناصر مهم گردشگری پایدار است توسعه دهد.

غذاهای بومی و ظرفیت جهانی‌سازی

نمادهای غذایی به عنوان هویت و نشانه‌های فرهنگی، در ایجاد سیستم‌های غذایی پایدار موثرند. غذاهای بومی با پیوندیافتن با عناصر فراغت و لذت، و با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای و جهانی‌شدن، می‌توانند عنصر بومی را به یک عنصر جهانی تبدیل کنند. بسیاری از برندهای غذایی در دنیا، بر این

جهانی شدن غذاها، خوراکی‌ها و فرهنگ‌های غذایی بومی هستند، اما در صنعت گردشگری و با تکیه بر عناصر پیش‌گفته‌ی لذت، گردش‌گری و جهان‌گرایی، و با مداخله عناصر زیبایی‌شناسانه به عناصر غذایی بین‌المللی تبدیل شده‌اند.

در غذاهای مثل مک دونالد، استارباکس و ... نمی‌توان چندان بر بومی بودن آنها تاکید کرد. این غذاها گرچه حامل فرهنگ غذایی زودآمایی هستند، که بخشی از فرهنگ امروزی جهانی را بر می‌سازند، اما نمایانده‌ی فرهنگ‌های بومی نیستند. برندهای جهانی‌شده‌ی بومی، در نظام‌های غذایی خاص مثل پنیر فرانسوی، پاستای ایتالیایی، شوکولات سوییسی و بلژیکی و ... که فرهنگ‌های غذایی پایداری را در جهان تولید و منتشر کرده‌اند، همراه با خود علاوه بر غذا، نظام غذایی جهانی‌شده‌ای را ایجاد کرده‌اند که در عین حال نمایه‌ی عناصری از فرهنگ مبدا هم است و حتی در مواردی فرهنگ پذیرنده را تحت تاثیر فرهنگ مبدا نظام غذایی مزبور قرار می‌دهد.

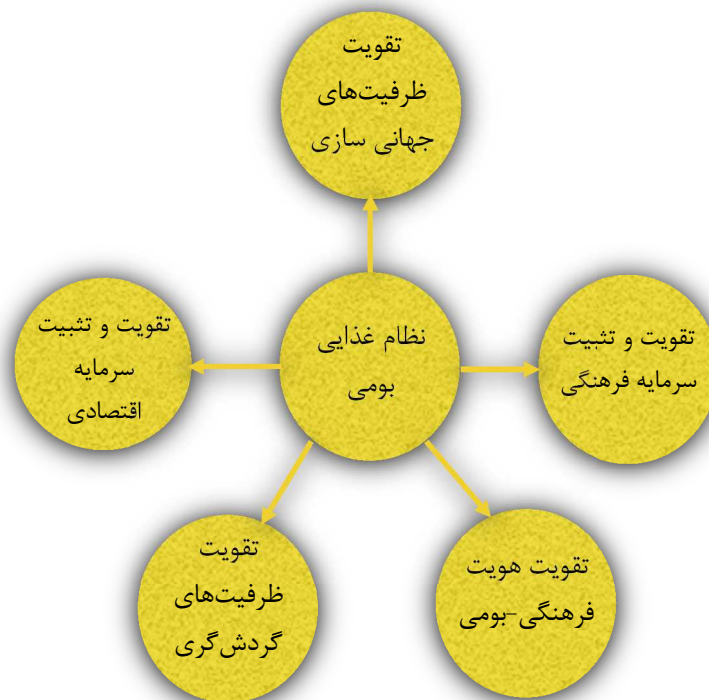
غذاهای جهانی‌شده این قابلیت را می‌یابند که در فرایند جهانی شدن، هم به پایداری حوزه گردشگری کمک کنند و اقتصاد پایداری را برای مکان مبدا ایجاد کنند، و هم آنکه با تقویت سایر عناصر فرهنگی به تقویت شبکه غذایی از محمل گردشگری - که در مدلی در ادامه بحث ارایه شده - کمک کنند.

جهانی شدن، با اهمیت دادن به ضرورت برندسازی در خوراکی‌های بومی، عناصر غذایی را تبدیل به یک عنصر شاخص برای بازنمایی هویت جوامع در سطح بین‌المللی می‌کند. شمار قابل توجهی از برندهای غذایی که در سطح بین‌المللی به عنوان شاخص‌های فرهنگی شناخته می‌شوند، در واقع خوراکی‌های بومی بوده‌اند که توانسته‌اند با استفاده از ظرفیت جهانی شدن تبدیل به یک عنصر شاخص غذایی در سطح جهان بشوند.

بسیاری از شوکولات‌ها که به عنوان خوراکی‌های پراعتبار در سطح بازارهای جهانی معرفی و عرضه می‌شوند، تنقلات بومی مناطق خاص جغرافیایی بوده‌اند و تقریباً تمام پنیرهای شاخص در سطح جهانی، خوراکی‌های بومی هستند و مربوط به دوره‌های خاص تاریخی که همچنان با همان شیوه‌های سنتی تولید، ساخته، و به عنوان یک عنصر بومی به اقتصاد جهانی معرفی و عرضه شده‌اند. ظرفیت گردشگری به این برندها، چاشنی‌ها و غذاها امکان عمومیت یافتن و جهانی شدن داده‌اند.

در ادامه‌ی این بحث، عناصر تقویت‌کننده‌ی نظام غذایی بومی که گردشگری نقش تسهیل‌کننده را در آن دارد، به شکل شماتیک نشان داده شده است.

نمودار ۱- اثر تقویت‌کننده‌گی نظام غذایی بومی بر عناصر فرهنگی جامعه، از محمل گردشگری



برخی از راه‌های عملیاتی برای تبدیل عنصر غذای بومی، به یک عنصر گردشگری بومی

۱- ایجاد کیوسک‌های مخصوص ارایه‌ی غذا

کیوسک‌هایی که قابل دسترس باشند و بتوانند غذا و خوراکی بومی را به سهولت عرضه کنند از عناصر مهم عملیاتی برای تبدیل یک عنصر غذایی بومی به یک عنصر گردشگری بومی هستند. دسترسی آسان و قیمت مناسب از مهم‌ترین عناصری است که خوراکی را به یک عنصر دست‌یافتنی و منتشرشونده تبدیل می‌کنند.

برای همگانی و عمومی کردن عناصر فرهنگی باید عنصر فرهنگی از دسترس خواص خارج شود و به امری همگانی و در دسترس برای عموم کنشگران تبدیل شود. وجود کیوسک‌های غذایی که نمونه‌های آن برای ارائه غذاها، خوراکی‌ها و تنقلات بومی در سطح جهانی معرفی شده و وجود دارند، می‌توانند نمونه روشنی باشند که در مورد غذاهای بومی در ایران هم به این شکل عرضه، معرفی و همگانی شوند.

این کیوسک‌ها در حال حاضر در ایران وجود دارند، اما به جای معرفی، ارائه و عرضه‌ی خوراکی‌ها و غذاهای بومی به عرضه‌ی غذاهای زودآمای جهانی اختصاص یافته‌اند.

۲- استانداردسازی

وجود تضمین و اطمینان خاطر از این که افراد دارند همان چیزی را مصرف می‌کنند که انتظارش را داشتند یا قبلاً مصرف کرده‌اند، در عمومی کردن یک عنصر به عنوان یک پایه استوار فرهنگی موثر است. غذای بومی برای آنکه به عنوان یک عنصر پایدار گردشگری معرفی شود و بتواند جایگاه خود را حفظ کند، باید بتواند در هنگام عرضه، کیفیت خود را از پیش تضمین کرده باشد. این ضمانت به مدد ارائه و عرضه «کیفیت واحد» قابل دستیابی است.

۳- اتصال به متن فرهنگی

با گسترش یافتن فرصت‌های انتقال عناصر فرهنگی، حتی غذاها و خوراکی‌های بومی هم در خارج از مبدا ایجاد و تولید آنها، عناصر غیر قابل دسترسی نیستند. غذاهای بومی را هم امروزه می‌توان در جایی جدا از محل تولید بومی آنها تهیه و مصرف کرد. اما در برخی از نظام‌های غذایی، آنچه که غذا و خوراکی بومی در محل را از غذا و خوراکی محلی را در فضایی بیرون از محل تولید آن متمایز می‌کند، متن فرهنگی متصل به نظام غذایی است که در محل تولید غذاهای بومی قابل دسترسی هستند نه در محل‌ها و مکان‌هایی که این غذاها به‌آنجا اشاعه یافته‌اند.

سیاست‌های برنامه‌ریزی و راهبردی می‌توانند با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها و امتیازهای تمایزبخش، و با استفاده از عناصر و نشانه‌هایی که نظام غذایی را در متن فرهنگی آن لذت‌بخش‌تر و ناب‌تر عرضه می‌کند، برای تقویت عنصر گردشگری در مبدا استفاده کنند و کنشگران گردشگری را تحت تأثیر این متن فرهنگی قرار دهند، و نظام غذایی را به عنصری تمایزبخش در فرایند گردشگری تبدیل کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی سامان یافته است. دریافته‌های تحلیلی و عناصر کلیدی این بحث نیز در همین چارچوب مطرح و بر ساخته شدند. بر اساس یافته‌های مبتنی بر تجربه زیسته که از جهان اجتماعی دریافت شده‌اند، در کنار روایت‌ها، و یافته‌های تحلیلی، عناصری از چارچوب تحلیلی مدنظر استخراج شده و به عنوان یافته‌های مفهومی این بحث مطرح و معرفی شدند.

در این بحث تلاش شد تا چگونگی بر ساخت پیوند میان غذای بومی، گردشگری، و عناصر هویتی جامعه میزبان در قالب مفاهیم بسط‌یافته‌ای معرفی شوند و پیوند بین هویت فرهنگی، غذای بومی و گردشگری خوانده و توصیف شود. غذای بومی در این بحث، به عنوان شناسه هویت فرهنگی - بومی،

میانجی پیوند گردشگری و هویت بومی و فرهنگی قرار گرفت و محمل نظری بحث این بود که غذای بومی بر اساس این ساحت نظری چگونه قادر است در فرایند تولید معنا برای کنشگران گردشگری و از یکسو، و تقویت گردشگری بومی از سوی دیگر منشا اثر باشد.

اثرگذاری غذای بومی بر عناصر فرهنگی جامعه به واسطه و میانجی‌گری گردشگری، از چند منظر مورد واکاوی و معناکاوی قرار گرفت.

در این مقاله، نظام غذایی بومی به واسطه گردشگری، تقویت‌کننده‌ی برخی از شناسه‌های فرهنگی جامعه، شامل «هویت فرهنگی - بومی»، «سرمایه فرهنگی»، «سرمایه اقتصادی»، «ظرفیت گردشگری» و «ظرفیت جهانی‌شدن» تلقی شده است.

تاکید و رویکرد مبتنی بر جامعه‌شناسی فرهنگی این مقاله بر این مبنا صورت‌بندی شده است که این عناصر با تولید معنا برای کنشگران گردشگری، غذای بومی را به عنوان یک ایزه‌ی زیبایی‌شناسانه در فرایند تقویت شناسه‌های فرهنگی جامعه مداخله می‌دهند.

مهم‌تر این که این مقاله را می‌توان مطالعه‌ی برای ورود به بحث دانست. بحث‌های تفصیلی‌تر بایستی با تامل و واکاوی بیشتر و توصیف عمیق‌تر و پرمایه‌تر ارائه شود.

منابع و مآخذ

- بارت، رولان (۱۳۷۰). **عناصر نشانه‌شناسی**، ترجمه مجید محمدی. تهران: الهمدی.
- بیتس، دانیل و پلاگ، فرد (۱۳۷۵). **انسان‌شناسی فرهنگی**، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی
- خزاعی، راضیه (۱۳۸۳) تاریخچه شکل‌گیری انسان‌شناسی خوراک، **نامه انسان‌شناسی**، شماره ۵
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۱). **فراغت، مصرف و جامعه**، تهران: تیسرا.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۶). **نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر**، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- کتاک، کنراد فیلیپ (۱۳۸۶). **انسان‌شناسی، کشف تفاوت‌های انسانی**، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- ویلن، کریستین (۱۳۸۶). **نظریه طبقه‌تن‌آسا**، ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی.
- هریس، دیوید (۱۳۹۱). **مفاهیم کلیدی در مطالعات فراغت**، ترجمه محمدسعید ذکایی و سنا چاوشیان. تهران: تیسرا.
- C, Counihan.M. (1999). **body and food of Anthropology The Gender, Power and Meaning**,Rutledge :NY
- J, Covenet.(2014) **Food** ,NY: Routhledge.