

## مطالعه ادراک روستاییان از غذاهای محلی و چرایی استقبال نکردن از آن

(مطالعه موردی: جوامع روستایی شهرستان دشتستان)<sup>۱</sup>

فرشاد رزم‌آورا، مسلم سواری<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۶/۵

### چکیده

غذای محلی نماد فرهنگ و سبک زندگی مردم یک منطقه است که از نظر ارزش تغذیه‌ای و سلامت غذایی جایگاه بالایی دارد، اما در چند سال اخیر به دلایل مختلف، مصرف این غذاها به فراموشی سپرده شده و بخش اعظمی از آن‌ها منسوخ شده‌اند. در این راستا، برای حفظ و نگهداری آن‌ها در فرهنگ غذایی مردم نیاز است به دلایل و چرایی حذف آن‌ها پرداخته شود تا برنامه اصولی برای احیای غذاهای سنتی و بومی فراموش شده تدارک دیده شود. هدف این مطالعه که در پارادایم تحقیقات کیفی قرار دارد، بررسی تعاریف و موانع ترویج و مصرف غذاهای محلی در جوامع روستایی شهرستان دشتستان است. از این‌رو افراد مطلع و خبرگان نظری در مناطق روستایی شهرستان دشتستان، میدان مورد مطالعه تحقیق را تشکیل دادند که در این میدان مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. به منظور تعیین تعداد نمونه‌ها، از تکنیک گلوله‌برفی استفاده شد و مصاحبه‌ها تا اشباع داده‌ها ادامه یافت. در نهایت شمار شرکت‌کنندگان در تحقیق به ۲۵ نفر رسید. داده‌ها براساس دو روش پدیدارشناسی و گرند تئوری گردآوری و تجزیه و تحلیل شدند. بر پایه نتایج، جوامع روستایی مورد مطالعه درک متفاوتی از مفهوم غذای محلی داشتند. پس از جمع‌آوری تعاریف و دانسته‌ها، بحث درمورد موانع استفاده و ترویج غذاهای محلی موجب شناسایی ۵۳ مفهوم شد. فراموش شدن آداب و رسوم، فراموش شدن دست‌وپخت‌های قدیمی، تغییر ذائقه فرهنگی، ازبین‌رفتن نسل برخی از گیاهان، نکردن استقبال نسل جدید، زندگی مدرنیته، آشنانیدن نسل جدید با طرز تهیه غذاهای قدیمی، پذیرش نکردن غذاهای محلی توسط فرزندان و پیدایش غذاهای نیمه‌آماده و فست فود به‌عنوان مهم‌ترین موانع از دیدگاه جوامع روستایی شناسایی شدند. در نهایت دوازده سازوکار به‌منظور برون‌رفت از این موضوع طراحی شد. این سازوکارها شامل سازوکار دولتی، رسانه‌ای، تکنولوژیکی، آموزشی، اطلاعاتی، اقتصادی، انگیزشی، محیطی، فرهنگی، اجتماعی و انسانی بودند که در قالب نظریه استراوس و کوربین جایگذاری شدند.

**واژه‌های کلیدی:** پدیدارشناسی، جامعه روستایی، شهرستان دشتستان، غذای محلی، گرند تئوری.

\* مقاله علمی-پژوهشی، تألیف مستقل

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد توسعه روستایی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران. [razmavar.farshad@gmail.com](mailto:razmavar.farshad@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران (نویسنده مسئول). [savari@asnrukh.ac.ir](mailto:savari@asnrukh.ac.ir)

# Journal of Community Development

(Rural and Urban Communities)

Vol. 13, No. 2, Autumn and Winter 2022

## The Study of Villagers' Perception of Local Food and Why It Is Not Welcomed (Case Study of Rural Communities in Dashtestan County)\*

Farshad Razmavar<sup>1</sup>, Moslem Savari<sup>2</sup>

Received August 27, 2021

Accepted February 4, 2022

### Abstract

Local food is a mixture of culture and lifestyle of the people of a region, which has a high value in terms of nutritional value and health of food. But in recent years, the use of these foods has been forgotten for various reasons and most of them are outdated. Therefore, in order to keep them in people's food culture, it is necessary to study the reasons of their elimination in order to develop a basic program to revive the forgotten traditional and local foods. In this regard, the aim of this study, in the paradigm of qualitative research, is to investigate the definitions and obstacles to the use and promotion of local foods in rural communities of Dashtestan County. Therefore, knowledgeable individuals and theoretical experts in the rural areas of Dashtestan County formed the statistical population of the study, which was subjected to in-depth semi-structured interviews. To determine the number of samples, the snowball technique was used and interviews continued until data saturation. Finally, the number of participants in the study reached 25 subjects. Data were collected and analyzed based on both phenomenology and grounded theory methods. The results show that the rural communities studied have different understandings of the concept of local food. After collecting definitions and knowledge, barriers to the use and promotion of local food were discussed, leading to the identification of 53 concepts. The forgetting of customs, the forgetting of old recipes, the change of cultural tastes, the disappearance of some plants, the unwillingness of the new generation to live in modernity, the unfamiliarity of the new generation with the way of preparing old foods, the rejection of local foods by children, and the emergence of semi-prepared foods Prepared foods and fast foods were identified as the most important obstacles from the point of view of rural communities. Finally, 12 mechanisms were designed to get out of this problem. These mechanisms included governmental, media, technological, educational, informational, economic, motivational, environmental, cultural, social, and human mechanisms, which were put in the form of Strauss and Corbin's theory.

**Keywords:** Phenomenology, Rural community, Local food, Grounded Theory, Dashtestan County

---

\*Scientific-research article, independent writing.

<sup>1</sup>. Master of Rural Development, Faculty of Agricultural Engineering and Rural Development, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollasani, Iran, razmavar.farshad@gmail.com

<sup>2</sup>. Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Engineering and Rural Development, agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan (Corresponding authr), Mollasani, Iran. savari@asnruk.ac.ir

### مقدمه و طرح مسئله

امروزه غذا تا حدودی به همه جنبه‌های زندگی فردی مرتبط می‌شود (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۶) و دسترسی به آن به‌عنوان مهم‌ترین نیاز اساسی در زندگی، ابتدایی‌ترین حق همه انسان‌ها است (دزانکو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۲۶). غذا بخش مهمی از زندگی انسان به‌شمار می‌رود؛ زیرا در حفظ زندگی و پایداری انسان بسیار حائز اهمیت است (سرور و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۶). همچنین غذا با جنبه‌های مختلف اقتصادی، محلی و سیاسی زندگی مردم سروکار دارد (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۸)؛ بنابراین مصرف‌کنندگان برای مصرف خود حق انتخاب غذاهای سالم و باکیفیت دارند (بسطامی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). در کنار اکسیژن (هوا)، آب و خاک، مطالعات غذا و تغذیه به‌علل گوناگونی در دسته مهم‌ترین منابع طبیعی قرار دارد و به‌دلیل اینکه نقش حیاتی آن در زندگی انسان غیرقابل‌انکار است، در مرکز توجه قرار گرفته است (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۸). با مروری گذرا بر گذشته‌ها چندین دور افراد و جوامع، شکل‌های دیگر تغذیه از جمله استفاده از غذاهای محلی به چشم می‌خورد (شفقی و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۷) که با گذر زمان چهره‌ای فرهنگی به خود گرفته است (نیک‌رفتار و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۱). ادبیات مربوط به سیستم غذاهای محلی در سال‌های اخیر به‌ویژه در زمینه‌های جامعه‌شناسی روستایی و جغرافیای روستایی به‌سرعت گسترش یافته است (اسکالرود<sup>۲</sup> و وین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹: ۷۹).

غذای محلی بخشی از سرمایه فرهنگی یک منطقه (بیرچ<sup>۴</sup> و ممری<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰: ۵۴) و قسمت مهمی از فرهنگ محلی است که مورد توجه جوامع محلی است (اسکالرود و وین، ۲۰۱۹: ۷۹). همچنین بیانگر هویت ملی، منطقه‌ای و شخصی است (چو<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۸: ۱). غذاهای محلی مزایای فراوانی را از جمله شفافیت تولید، محتوای طبیعی محصول، آگاهی در مورد زنجیره ارزش و ریشه محصولات به مصرف‌کنندگان می‌رسانند (کومار<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۲۱: ۱). همچنین می‌توان آن را نیاز زندگی یا کالایی ممتاز دانست که در بین افراد با فرهنگ‌ها و زبان‌های گوناگون و در مکان‌های مختلف متمایز است (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۶). مطالعه

1. Dzanku  
2. Skallerud  
3. Wien  
4. Birch  
5. Memery  
6. Choe  
7. Kumar

غذای محلی و پخت‌وپز آن یک شاخه فرعی رو به رشد از مطالعات جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی را طی سال‌های اخیر شکل می‌دهد (جعفری مهرآبادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۸۵). اگرچه هیچ تعریف رسمی از غذای محلی وجود ندارد (کومار و همکاران، ۲۰۲۱)، اصطلاح غذای محلی دارای تعاریف متفاوتی است. در یک تعریف کلی، غذای محلی غذایی است که در یک منطقه محلی تولید می‌شود (حسنی، ۱۳۹۸: ۹۳) یا زنجیره‌های غذایی کوتاهی است که در آن مصرف‌کننده غذا را تولید می‌کند (بیرچ و ممری، ۲۰۲۰: ۵۴). برخی معتقدند غذایی که ویژگی‌های منحصربه‌فردی از یک مکان خاص را دارا باشد یا ارزش و معنای فرهنگ محلی را با خود حمل کند، غذای محلی است (حسنی، ۱۳۹۸: ۹۳). غذای محلی به غذای تهیه‌شده به شیوه‌های سنتی در یک منطقه خاص اشاره دارد؛ هرچند ممکن است مواد لازم برای تهیه آن محلی نباشد (باسامی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۴). این غذاها سلامت فردی را تقویت می‌کنند، برای محیط‌زیست مفید هستند، از اقتصاد جوامع محلی حمایت می‌کنند و موجب تقویت جامعه می‌شوند (دلر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷: ۶۱۴). به‌طورکلی غذاهای محلی یک غذای سالم و تازه را برای جامعه فراهم می‌کنند (بسظامی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). همچنین به‌دلیل آنکه غذای محلی نشان‌دهنده جغرافیا، تاریخ و هویت مردم یک کشور است، می‌توان آن را به‌عنوان ابزاری برای کشف فرهنگ آن کشور مورد توجه قرار داد (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۵). با این تفاسیر می‌توان گفت غذای محلی به‌عنوان اولین نیاز بشر صرفاً در مصرف مواد غذایی خلاصه نمی‌شود، بلکه یک خوراک مغذی فرهنگی نیز هست که جای خود را در میان فرهنگ، آداب و رسوم مردم بومی هر منطقه پیدا کرده است (سرور و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۵). بسیاری از طرفداران غذاهای محلی اظهار دارند که از طریق ترویج سیستم‌های غذایی محلی، جامعه‌ای سالم‌تر، عدالت اجتماعی و اقتصادی، و پایداری محیط‌زیست حاصل می‌شود (دلر و همکاران، ۲۰۱۷: ۶۱۴)؛ این در حالی است که تقاضای مصرف‌کنندگان برای غذاهای محلی به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته افزایش یافته است (بیانچی<sup>۲</sup> و مورتیمر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵: ۲۲۸۲). در ایران نیز سنت‌های غذاخوردن از ماندگارترین میراث‌های فرهنگی و تمدن ایرانیان است و هر منطقه با غذای سنتی و محلی خاص خود شناخته می‌شود و تنوع غذایی در هر ناحیه متناسب با فرهنگ و طبیعت آن

1. Deller

2. Bianchi

3. Mortimer

است. همچنین کشور ما با توجه به قومیت‌های مختلفی که دارد، در غذا از فرهنگ و پیشینه‌ای قوی برخوردار است و در هر نقطه از ایران می‌توانیم غذاهای محلی خوشمزه، خاص و فوق‌العاده‌ای پیدا کنیم.

غذاهای محلی شامل خوراکی‌های اصلی، میان‌وعده‌ها، نان‌ها، شیرینی‌ها، عرقیجات، دمنوش‌ها، ترشی‌ها، مرباها و پیش‌غذاها هستند که با فرهنگ مردم آن جغرافیا و تنوع گیاهی و جانوری یک منطقه ارتباط مستقیمی دارند. با پیشرفت فناوری و ماشینی‌شدن، ترویج غذاهای غربی و تغییرات فرهنگی و بی‌توجهی به غذاهای محلی و کم‌اهمیت تلقی کردن ارزش این غذاها و غفلت از ترویج فرهنگ مصرف آن، در سال‌های اخیر فست‌فودها با وجود مضرات بی‌شمار به شکل چشمگیری در برنامه غذایی مردم راه یابند و جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص دهند. این مسئله ناشی از رشد فرهنگ غلط تغذیه و غفلت دستگاه‌های فرهنگ‌ساز است. امروزه در بیشتر جوامع حتی جوامع روستایی غذاهای محلی به دست فراموشی سپرده شده‌اند یا کمتر مصرف می‌شوند. از این رو پژوهش حاضر با هدف مطالعه ادراک روستاییان از غذاهای محلی و چرایی استقبال نکردن از آن در جوامع روستایی شهرستان دشتستان از توابع استان بوشهر انجام شده است.

شهرستان دشتستان به‌عنوان منطقه مورد مطالعه پژوهش، بزرگ‌ترین شهرستان استان بوشهر با ۲۲،۳۶۲ خانوار در مناطق روستایی (سالنامه آماری استان بوشهر، ۱۳۹۶)، دارای شش بخش شامل مرکزی، سعدآباد، آب‌پخش، شبانکاره، ارم و بوشکان، و دوازده دهستان (دالکی، حومه، زیارت، وحدتیه، زیراه، درواهی، دشتی اسماعیل‌خانی، شبانکاره، دهرود، ارم، پشتکوه و بوشکان) است. کشاورزی، باغداری و دامداری شغل رایج افراد جوامع روستایی این شهرستان است. مردم این منطقه به زبان فارسی با گویش دشتستانی سخن می‌گویند که به دلیل همجواری سرزمینی با مردم لرزبان با زبان لری نزدیکی زیادی دارد و دربرگیرنده واژه‌های لری است. همچنین در مناطق روستایی این شهرستان به‌طور پراکنده اقوام مختلفی نظیر ترک‌های قشقایی، لرها و عرب‌ها نیز زندگی می‌کنند.

### چارچوب مفهومی و پیشینه تحقیق

مفهوم غذای محلی به طور فزاینده‌ای به عنوان یک پدیده اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی در جوامع مختلف مورد توجه واقع شده است (ساندبو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳: ۶۶) که از نظر جوامع محلی بسیار مهم است (کومار و همکاران، ۲۰۲۱: ۱). بسیاری از آداب و رسوم با سنت‌های غذایی محلی مرتبط هستند که این پیوندها اصالت غذا را نشان می‌دهد (آنجلوپولوس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹: ۶۳). نظام غذایی محلی، پدیده‌ای یگانه یا جدا از فرهنگ یک اجتماع نیست، بلکه مؤلفه‌ای در رابطه با سایر ابعاد و مؤلفه‌های زندگی اجتماعی-فرهنگی است. این بعد از زندگی درون تار و پود فرهنگ هر جامعه‌ای حائز ویژگی‌هایی است که آن را در پیوند با سایر ابعاد جامعه قرار می‌دهد (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۳-۷۴). مصرف‌کنندگان ممکن است به دلایل مختلفی از غذاهای محلی استفاده کنند. از یک سو مصرف‌کنندگان، غذای محلی را به دلیل تازه، سالم و خوشمزه بودن مصرف می‌کنند و از سوی دیگر، تحقیقات نشان داده که دلایل اجتماعی مانند تمایل به سنت، تعلق و حمایت از جامعه نیز مصرف‌کنندگان را به سمت مصرف غذای محلی سوق می‌دهد (ژانگ<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۲: ۲). همچنین غذاهای محلی مانند زبان ابزاری برای برقراری ارتباط و به اشتراک گذاشتن احساسات هستند. لذت بردن از غذا نه فقط در طعم و مزه، بلکه در اشتراک‌گذاری آن با دیگران است و می‌توان از آن به منزله تاریخ فرهنگ یاد کرد (غفاری و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۰۳). به بیانی ساده می‌توان گفت غذای محلی، غذایی است که در فاصله کمی از جایی که مصرف می‌شود، تولید و اغلب همراه با یک ساختار اجتماعی و زنجیره تأمین متفاوت از سیستم سوپرمارکتی است (گرکانی و علیرضایی، ۱۴۰۰: ۱۰۱). در این راستا، اصطلاح نظام غذایی بومی و محلی برای شناسایی و تعریف همه غذاهایی به کار می‌رود که در یک فرهنگ با استفاده از منابع محلی طبیعی به دست می‌آیند و دارای پذیرش یا مقبولیت فرهنگی نیز هستند. این اصطلاح همچنین شامل معانی اجتماعی و فرهنگی، دسترسی و نحوه تدارک، استفاده، ترکیبات و پیامدهای تغذیه‌ای برای مردمانی که از آن استفاده می‌کنند، می‌شود (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۵). در مورد غذاهای محلی مطالعات گوناگونی صورت گرفته که در ادامه به نتایج برخی از آنها اشاره می‌شود.

1. Sundbo

2. Angelopoulos

3. Zhang

نتایج مطالعه‌ای در گناباد نشان داد عواملی نظیر رایج نبودن غذاهای محلی در جامعه فعلی، آشنابودن با طرز تهیه و دسترسی نداشتن به مواد اولیه و ابزار لازم، از علل اصلی مصرف نکردن این نوع غذاها هستند. همچنین روی آوردن به غذاهای آماده و مدرن و به فراموشی سپردن غذاهای سنتی و بومی یکی از چالش‌های مهم تغذیه است و بیشتر خانواده‌های مورد بررسی به دلیل رایج نبودن غذاهای بومی مصرف این نوع غذاهای مفید را رها کرده‌اند (شفقی و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۶-۵۳). نتایج پژوهشی در ایلام با هدف بررسی انگیزه‌های مؤثر بر مصرف غذای محلی نشان داد انگیزه‌های سلامتی، محتوای طبیعی، خلق و خوی، راحتی، جاذبه حسی، قیمت، آشنایی و پرستیژ با مصرف غذای محلی رابطه مثبت و معنادار دارند. براساس نتایج رگرسیون تک‌متغیره، این انگیزه‌ها اثر معناداری بر مصرف غذای محلی دارند (بسطامی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱-۹). نیک‌رفتار و همکاران (۱۳۹۷) طی تحقیقی در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان نشان دادند فرهنگ پذیرایی خاص محلی، شخصیت گردشگر و عوامل انگیزشی و سلامت چهار عامل مؤثر بر گردشگری غذای محلی هستند. همچنین فرهنگ پذیرایی خاص محلی و عوامل انگیزشی به ترتیب بیشترین اثر را در مصرف غذاهای محلی توسط گردشگران داشتند. نتایج پژوهش حسنی (۱۳۹۸) با عنوان بررسی نگرش گردشگران نسبت به غذاهای محلی در مازندران بیانگر آن بود که غذاهای محلی می‌توانند نقش زیادی در گرایش گردشگران به سفر داشته باشد و برای اقتصاد محلی و حفظ فرهنگ محلی بسیار کارآمد هستند. همچنین گردشگران غذا را به عنوان فاکتور اصلی سفر و ابزاری برای تجربه مصرف غذای محلی در منطقه مورد بررسی می‌دانند. یافته‌های مطالعه باسامی و همکاران (۱۳۹۹) در مناطق نمونه گردشگری روستایی اورامانات در استان کردستان نشان داد تجربه غذای محلی توسط گردشگران بر مبنای نظریه ارزش مصرف تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش آن‌ها به غذای محلی دارد و همه ابعاد نظریه ارزش مصرف شامل ارزش سلامتی، کیفیت و طعم، قیمت، عاطفی، اجتماعی و شناختی در سطح ۹۹ درصد اطمینان، در ایجاد نگرش مثبت به غذای محلی تأثیرگذار بودند. در مجموع این ارزش‌ها، ۶۱/۷ درصد تغییرات واریانس نگرش به غذای محلی را تبیین کردند. همچنین یافته‌ها بیانگر آن بود که نگرش به غذای محلی بر قصد رفتاری گردشگران با نقش میانجی تصویر مقصد گردشگری غذا تأثیرگذار بوده است. نتایج تحقیقی در تبریز با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای غذای محلی در جذب گردشگران

غذایی نشان داد عوامل انگیزشی، جمعیت‌شناختی و روان‌شناختی نقش بسیار مهمی در جذب گردشگران غذایی دارند (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۵-۱۰۶). ماک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۲) طی مطالعه‌ای عوامل فرهنگی و مذهبی، عوامل جمعیتی-اجتماعی، عوامل انگیزشی، شخصیت و تجربیات گذشته را به‌عنوان عوامل مؤثر بر مصرف غذاهای محلی معرفی کردند. نتایج پژوهشی در نروژ نشان داد نگرانی همدلانه و نگرانی اجتماعی، بر نگرش مردم نسبت به غذای محلی و ترجیح آن‌ها تأثیرگذار است (اسکالرود و وین، ۲۰۱۹: ۷۹-۸۸). نتایج مطالعه دیگری نشان داد عواملی نظیر درک دانش، باورها و تجربیات مربیان تغذیه درمورد غذاهای محلی به‌عنوان مهم‌ترین راهبردها در راستای ترویج غذاهای محلی و بهبود سیستم‌های غذایی محلی هستند (سگوین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۵۱-۲۶۳).

با توجه به بررسی پژوهش‌های صورت‌گرفته در رابطه با غذاهای محلی، بیشتر مطالعات درمورد تأثیر غذاهای محلی بر قصد و نگرش گردشگران انجام شده و مطالعات جامعی در زمینه درک مفهومی جوامع روستایی و شناسایی موانع استفاده از غذاهای محلی صورت نگرفته است. در این راستا، اهداف تیم پژوهش در این تحقیق عبارت‌اند از: ۱. درک جوامع روستایی از مفهوم غذای محلی؛ ۲. شناسایی غذاهای محلی منطقه دشتستان؛ ۳. شناسایی غذاهای منسوخ‌شده؛ ۴. شناسایی دلایل مصرف‌نکردن غذاهای محلی.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با هدف مطالعه ادراک روستاییان از غذاهای محلی و چرایی استقبال‌نکردن از آن در جوامع روستایی شهرستان دشتستان انجام شد. این مطالعه بر مبنای رویکرد کیفی و با استفاده از دو روش پدیدارشناسی<sup>۳</sup> و گرند تئوری<sup>۴</sup> صورت گرفت. هدف پدیدارشناسی، فهم تجربه‌ها و به بیان دیگر، کشف جوهره و معنای تجربه‌ها به‌منظور دستیابی به فهمی عمیق از پدیده مورد بررسی است که باید بدون هیچ فرضی کندوکاو شود و دور از پیش‌داوری باشد تا بنیان خوبی برای دانش ایجاد شود (عارف و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۷۹). به‌طور خلاصه، پدیدارشناسی به

1. Mak

2. Seguin

3. Phenomenology

4. Grand Theory



توصیف معانی یک مفهوم یا پدیده از دیدگاه عده‌ای از مردم و برحسب تجارب زیسته آن‌ها در آن مورد می‌پردازد؛ بنابراین در پی فهم تجارب مشترک عده‌ای از مردم است (سواری و سوختانلو، ۱۳۹۸: ۲۴۵). مهم‌ترین دلیل استفاده از پدیدارشناسی در این مطالعه، درک معانی و تعاریفی است که افراد مطلع و خبرگان نظری از موضوع در جامعه روستایی دارند و اینکه تجاربی که بسیاری از آنان خود به چشم دیده و بسیاری از گذشتگان شنیده‌اند را در مورد غذاهای محلی منطقه بیان کنند.

پس از انجام پدیدارشناسی جامعه روستایی از مفهوم غذای محلی و شناسایی غذاهای محلی منطقه مورد مطالعه، با عمیق‌شدن پاسخگویان در موضوع مورد بررسی، به شناسایی موانع استفاده از غذاهای محلی با استفاده از روش گرند تئوری در قالب مدل استراوس و کوربین پرداختیم (سواری و همکاران، ۱۳۹۷: ۵). هدف گرند تئوری، ایجاد روشی است که بتواند بینش جدیدی ایجاد کند (آلبرشت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۱۰۷) و درک انتزاعی از یک یا چند نگرانی اصلی را مورد مطالعه قرار دهد (چرماز<sup>۲</sup> و تورنبرگ<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰: ۲). به عبارت دیگر، روشی کیفی و نظام‌مند است که از آن برای تولید یک نظریه به‌منظور تبیین یک فرایند، کنش‌ها یا تعاملات درباره یک موضوع مهم استفاده می‌شود. در این روش، تحقیق هرگز از یک نقطه شروع نمی‌شود که بعد از آن به اثبات برسد، بلکه پژوهش از یک دوره مطالعاتی شروع و مهلت داده می‌شود تا آنچه درخور و مرتبط با آن است، نشان دهد. به عبارت دیگر، گرند تئوری برای موقعیتی مناسب است که دانش ما در مورد موضوع مورد بررسی محدود باشد و برای آن تئوری قابل‌اعتنا موجود نیست که بتوان براساس آن فرضیه‌هایی برای آزمون تدوین کرد. در این مطالعه هدف استفاده از گرند تئوری، بررسی دلایل استفاده نکردن از غذاهای محلی است تا محققان بتوانند با استفاده از این ابزار سازوکار مناسبی برای حل این چالش طراحی کنند. به‌طورکلی مطالعات گرند تئوری شامل سه مرحله زیر است.

**الف) کدگذاری باز:** در این مرحله نتایج روی کاغذ پیاده و درنهایت واژه‌ها و عبارات

اصلی نقل‌قول‌ها برای کدگذاری استخراج شدند.

1. Albrecht

2. Charmaz

3. Thornberg

ب) **کدگذاری محوری:** در مرحله کدگذاری محوری کدهایی که ماهیت مشابه داشتند، در یک طبقه قرار گرفتند که در مجموع طبقات موانع را تشکیل دادند.

ج) **کدگذاری انتخابی:** این مرحله، فرایند ادغام و تصحیح نظریه است که طی آن، طبقات به طبقه محوری مرتبط شدند و نظریه را تشکیل دادند (سواری و همکاران، ۱۳۹۷: ۶).

برای انتخاب مشارکت‌کنندگان در میدان مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی (ارجاع زنجیره‌ای) استفاده شد. قدرت نمونه‌گیری هدفمند در انتخاب نمونه‌های غنی از لحاظ اطلاعات برای مطالعات عمیق است (شیردل و محمدی، ۱۴۰۰: ۵۱۱). از این رو در پژوهش حاضر، نمونه‌های غنی از لحاظ اطلاعات، افراد مطلع و خبرگان نظری در منطقه هستند که در مورد موضوع محوری، اطلاعات زیادی از آن‌ها به دست آمد. با مصاحبه‌شوندگان مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختارمند صورت گرفت تا بتوانند آزادانه به ابراز نظرات و تجربیات خود پردازند و دانسته‌ها و نظریات خود را برجسته سازند. مصاحبه‌ها تا اشباع نظری ادامه یافت (یعنی زمانی که پاسخ‌های افراد مصاحبه‌شونده تکراری بود و دیگر کد جدیدی به دست نیامد) که این اتفاق در مصاحبه ۲۲ رخ داد، ولی تیم پژوهش برای افزایش دقت کار، فرایند جمع‌آوری داده‌ها را ادامه داد. در نهایت این مطالعه با مصاحبه از ۲۵ نفر زن و مرد از افراد مطلع و خبرگان نظری که تحت مصاحبه‌های حضوری و مجازی قرار گرفتند، به اشباع نظری رسید. مدت انجام مصاحبه‌ها بیش از ۴۵ دقیقه بود. از شرکت‌کنندگان رضایت کامل گرفته شد و تعهد داده شد که هویت و پاسخ‌های آن‌ها کاملاً محرمانه بماند؛ بنابراین کلیه مصاحبه‌ها با تلفن همراه ضبط و سپس به طور کامل روی کاغذ پیاده‌سازی و نسخه‌برداری شد. جمع‌آوری اطلاعات در بازه زمانی ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ لغایت ۱۴۰۰/۰۶/۲۶ انجام گرفت.

به منظور تأمین روایی و پایایی داده‌ها، از رویکردهای چندگانه قابلیت اعتبار (میزان بازنمایی مناسب ساختار و معنی پدیده)، قابلیت انتقال (میزان تعمیم‌پذیری یافته‌ها به دیگر مناطق)، قابلیت اعتماد (دقیق‌بودن یافته‌ها از منظر پژوهشگر، مصاحبه‌شوندگان یا خوانندگان گزارش تحقیق) و قابلیت تأیید (میزان درک‌پذیری پدیده مشابه برای دیگر پژوهشگران) و (سواری و سوختانلو، ۱۳۹۸: ۲۴۷) همچنین به منظور بهبود روایی و پایایی ابزار تحقیق از آیت‌های روشنی و مثلث‌سازی استفاده شد.

**روشنی:** بیشتر مفاهیم و متغیرهایی که مدل‌های تحقیق را شکل داده‌اند، در قالب موضوع غذای محلی درک می‌شوند. همچنین تعاریف صورت گرفته برای هر یک از متغیرهای اصلی، به روشنی تعریف و سعی بر روشنی متغیرها نیز به خوبی رعایت شد تا روایی آن‌ها ضمانت شود. بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند به منظور اضافه کردن جزئیات و توضیحات بیشتر، روایی همگرایی مد را افزایش داده و نیز شناسایی متغیرها در قالب افراد مختلف شامل زنان و مردان ساکن در جوامع روستایی موجب افزایش روایی تشخیصی شده است.

**مثلث‌سازی:** از آنجا که نتایج مطالعات کیفی، همواره مبتنی بر واقعیت هستند، پس از بررسی کامل موضوع و تحلیل داده‌ها برای اطمینان بیشتر از نتایج پژوهش و تعمیم‌پذیری آن، نتایج در اختیار دو نفر از دهیاران، یک نفر پزشک و یک نفر معلم که از حاضران در تحقیق بودند، قرار داده شد و پس از اطمینان از نظر آنان نتایج ارائه شد.

### یافته‌های تحقیق

#### الف) نتایج آمار توصیفی

براساس نتایج آمار توصیفی، شرکت‌کنندگان در تحقیق به لحاظ جنسیت، ۱۱ نفر مرد و ۱۴ نفر زن که ۲۱ نفر متأهل و ۴ نفر مجرد با میانگین سنی ۴۸ و انحراف معیار ۱۱/۷۸ سال در بازه ۲۸ تا ۶۹ سال بودند. همچنین ۳ نفر دارای تحصیلات ابتدایی، ۳ نفر سیکل، ۸ نفر دیپلم، ۵ نفر کارشناسی، ۳ نفر کارشناسی ارشد و ۳ نفر دکتری بودند. ۴۴ درصد از افراد مصاحبه‌شونده تحصیلات دانشگاهی داشتند (جدول ۱).

جدول ۱. نتایج آمار توصیفی شرکت‌کنندگان در مصاحبه

کد پاسخگو	سن	جنسیت	وضعیت تأهل	تحصیلات
۱	۵۷	مرد	متأهل	سیکل
۲	۴۹	مرد	متأهل	دیپلم
۳	۳۷	زن	مجرد	کارشناسی ارشد
۴	۶۱	مرد	متأهل	دیپلم
۵	۳۶	زن	متأهل	کارشناسی
۶	۳۹	مرد	متأهل	کارشناسی

## ادامه جدول ۱. نتایج آمار توصیفی شرکت کنندگان در مصاحبه

کد پاسخگو	سن	جنسیت	وضعیت تأهل	تحصیلات
۷	۲۹	زن	متاهل	دکتری
۸	۵۳	زن	متاهل	ابتدایی
۹	۶۹	مرد	متاهل	دیپلم
۱۰	۲۸	زن	متاهل	دیپلم
۱۱	۳۰	زن	متاهل	دیپلم
۱۲	۴۵	مرد	متاهل	کارشناسی
۱۳	۶۴	زن	متاهل	ابتدایی
۱۴	۶۲	مرد	متاهل	دیپلم
۱۵	۵۹	مرد	مجرد	دیپلم
۱۶	۵۱	زن	متاهل	سیکل
۱۷	۴۴	زن	متاهل	کارشناسی
۱۸	۵۶	زن	متاهل	ابتدایی
۱۹	۳۸	زن	مجرد	کارشناسی ارشد
۲۰	۳۷	زن	مجرد	دکتری
۲۱	۴۳	مرد	متاهل	کارشناسی ارشد
۲۲	۵۷	مرد	متاهل	کارشناسی
۲۳	۶۱	مرد	متاهل	سیکل
۲۴	۴۷	زن	متاهل	دیپلم
۲۵	۵۲	زن	متاهل	دکتری

## ب) نتایج پدیدارشناسی

پس از آمار توصیفی اولین سؤالی که از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد این بود که آیا از غذاهای محلی استفاده می‌کنید. بیشتر پاسخگویان و خانواده‌های آنها از غذاهای محلی در برنامه غذای هفتگی، به‌عنوان میان‌وعده یا دسر استفاده می‌کردند. در این راستا، یکی از پاسخگویان گفت: «در مناطق روستایی شهرستان اغلب خانوارها حداقل از نان محلی، گرده، مُشْتَنک، رشته و لبنیات محلی استفاده می‌کنند. به نظر من کمتر خانوارهایی هستند که مصرف غذای محلی آنها صفر باشد، ولی در مناطق شهری به‌شدت استفاده‌نکردن از این نوع غذاها به چشم می‌خورد» (مرد،

۴۹ ساله). دومین سؤالی که از پاسخگویان پرسیده شد این بود که آیا به استفاده از غذاهای محلی تمایل دارید. همه پاسخگویان (۱۰۰ درصد) به این سؤال پاسخ مثبت دادند و به مصرف غذاهای محلی تمایل نشان دادند، ولی معتقد بودند که در شرایط فعلی دلایل بسیاری مانع استفاده مداوم و همیشگی از غذاهای محلی است. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه گفت:

«به نظر من مصرف غذاهای محلی که سالم و مغذی هستند، سبب می‌شود کمتر به بیماری و ضعف بدنی دچار شویم» (مرد، ۶۲ ساله).

دیگری گفت:

«به نظر من اگر نسل امروزی به استفاده از غذاهای محلی رو بیاورند، دیگر شاهد قندخون، چربی خون، سکت و... در سنین پایین نخواهیم بود» (مرد، ۵۹ ساله).

سومین سؤالی که پرسیده شد: تعریف شما از غذای محلی چیست؟ تیم تحقیق در ابتدا پیش از آنکه دلایل استفاده نکردن از غذاهای محلی از دیدگاه مردم جوامع روستایی را بررسی کند، به منظور عمیق‌شدن مسئله غذای محلی و ساده‌سازی این موضوع به مطالعه تعاریف، پنداره‌ها و دانسته‌های این واژه از دیدگاه جوامع روستایی پرداخت. در بیشتر تعاریف، غذاهای محلی به غذاهای سالم، مقوی، مربوط به منطقه جغرافیایی خاص، با مواد طبیعی، مربوط به فرهنگ مناطق و با استفاده از گیاهان منطقه اشاره می‌کند؛ بنابراین مردم جوامع محلی مورد مطالعه موضوع مورد بررسی را به خوبی درک کردند و از زوایای مختلف به تعریف این مفهوم پرداخته‌اند (جدول ۲). در این قسمت یکی از روستاییان گفت:

«ما از زمان کودکی از غذاهای محلی استفاده می‌کردیم؛ از لبنیاتی که توسط اعضای خانواده از گاو و گوسفندان تولید می‌شد تا اوداغک، قلیه خاک با لک، تلیت یخنی، رشته تپک و... (غذاهای محلی منطقه دشتستان که امروزه کمتر مصرف می‌شود). این غذاها در هر منطقه‌ای متفاوت است که به نظر من بستگی به شرایط فرهنگی و نحوه پخت و پز نیز دارد» (مرد، ۵۷ ساله). پاسخگوی دیگری گفت: «بیشتر غذاهای محلی با مواد ساده و در دسترس تهیه می‌شوند، برای بدن بسیار مفیدند و ریشه در تاریخ یک منطقه دارند که آماده‌سازی آنها هزینه چندانی ندارد، بیشتر وابسته به گیاهان بومی منطقه مانند جیکه، پونه، دُنبل، و... هستند» (مرد، ۶۱ ساله).

## جدول ۲. تعاریف جوامع محلی از مفهوم غذای محلی

ردیف	جملات منتخب پاسخگویان
۱	غذاهایی که در زیست‌بوم‌های فرهنگی و جغرافیایی متفاوت با در دست‌ترین مواد ارگانیک و همچنین سالم‌ترین و مغذی‌ترین محصولات تهیه شده‌اند و دارای تاریخچه خاص خود هستند.
۲	غذاهایی که از دیرباز با توجه به فرهنگ موجود و نیاز غذایی بدن و وجود مواد اولیه در دسترس طبخ می‌شدند.
۳	غذاهایی که در یک منطقه جغرافیایی از گذشته پخت شده و نسل به نسل انتقال پیدا کرده است.
۴	غذاهایی که مخصوص منطقه جغرافیایی و مواد اولیه‌اش در دسترس و از زمان‌های قدیم طبخ می‌شدند.
۵	غذاهایی که ریشه در قدمت دارند و از مواد اولیه سالم تهیه و موجب سلامت جامعه می‌شوند.
۶	غذاهایی که به سبک و سیاق روستا یا شهری خاص تهیه و سرو می‌شوند.
۷	غذاهای ساده‌ای که از مواد مغذی و طبیعی و به دست زنان قدیمی پخت می‌شوند.
۸	غذاهایی که از قدیم‌الایام جزو غذاهای اصلی و با مواد اولیه موجود در منطقه خاصی تهیه و در خانواده و اهالی محل بیشتر تهیه و مصرف می‌شوند.
۹	غذاهای یک منطقه خاص جغرافیایی که با توجه به محصولات کشاورزی یا موادی که در اختیار دارند، تهیه می‌شوند و پیوند عمیقی با فرهنگ و آداب و رسوم آن منطقه دارند.
۱۰	غذای محلی به غذایی گفته می‌شود که براساس هر اقلیم و فرهنگ اجتماع همان محل و همچنین براساس رویش گیاهان و محصولات کشاورزی هر مکان تهیه و طبخ می‌شود.
۱۱	غذاهای بومی و محلی غذاهایی است که تقریباً مختص محل زندگی خودمان است و بیشتر ما دستور تهیه آن‌ها را از مادران یا دیگر بزرگ‌ترها به‌طور سنتی یاد گرفته‌ایم.
۱۲	غذاهایی که میان عموم مردم یک منطقه به رسمیت شناخته شده و از محصولات ساده و ارگانیک تهیه می‌شود.
۱۳	غذاهای محلی سالم‌ترین نوع از غذاهای مورد استفاده در سید خانوارها است که بدون استفاده از مواد شیمیایی تهیه شده است و نشان از هویت منطقه‌ای دارد که در آن سکونت داریم.
۱۴	غذاهایی که ریشه در تاریخ کهن و بومی دارد و اغلب با گیاهان مخصوص منطقه تهیه می‌شود و برای بدن بسیار مفید است.

پس از ارائه تعاریف و مفاهیم درک‌شده، محققان در سؤال چهارم پرسیدند: غذاهای محلی منطقه شما کدام‌اند؟ در این قسمت ۴۲ غذای محلی در منطقه دشتستان شناسایی شد که شامل غذاها، دسرها و میان‌وعده‌ها و نان‌ها بودند. این غذاهای محلی در جدول ۳ ارائه شده‌اند. در سؤال پنجم نیز از پاسخگویان پرسیده شد کدام غذاها امروزه منسوخ شده‌اند. از ۴۲ غذایی که

در جدول ۳ ارائه شده‌اند، برخی از آن‌ها در بیشتر نواحی شهرستان دشتستان کاملاً منسوخ شده‌اند (در جدول با علامت \* مشخص شده‌اند) و شاید امروزه به‌ندرت در برخی خانوارها تهیه شوند. در این زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت:

«امروزه در صحرای روستای ما دیگر گیاهی مانند دُئیل رشد نمی‌کند و نبود این گیاه مفید که در گذشته به صورت‌های مختلف از آن تغذیه می‌شد، سبب از بین رفتن دوپیازه و خورشت دُئیل شده است» (زن، ۵۲ ساله).

پاسخگوی دیگری گفت:

«ماست و مُندر متشکل از ماست محلی و گیاه مُندر و گنه متشکل از گیاه گنه و آب و رشته، غذاهای محلی در بخش شبانکاره بود که امروزه به دلیل منقرض شدن نسل گیاهانی نظیر گنه و مُندر، این غذا نیز از بین رفته است» (مرد، ۳۹ ساله).

جدول ۳. غذاهای محلی شهرستان دشتستان

نماد	غذای محلی	ترکیب
F1	شله خرمایی*	ترکیب آرد، خرما و روغن
F2	شله تماشای	برنج و گوجه پخته
F3	شله مجکی	بادام وحشی (آلوک) و آب
F4	شله موتو	گندم، ماهی کوچک خشک‌شده و آب
F5	مشتک	ترکیب آرد گندم، آب و ماست که با تابه‌های بزرگ یا تنور پخته می‌شود.
F6	مشتک جیک‌های	آرد گندم و گیاه جیکه (گیاه در برخی مناطق منقرض شده است).
F7	مشتک پیازی	ترکیب آرد گندم، آب، ماست و پیاز سرخ‌شده با ادویه‌جات که با تابه‌های بزرگ یا تنور پخته می‌شود.
F8	توه رمن*	آرد گندم و نمک
F9	تیرمال	آرد گندم و خرما
F10	گرده	خمیر رسیده و خرما که با تنور پخت می‌شود.
F11	نون تیری	خمیر آرد گندم
F12	شلشک*	آرد گندم، پیاز و روغن
F13	او بادنگون	پیاز سرخ‌شده، گوجه، بادمجان، نخود، آب، ادویه‌جات و رب
F14	او چُنڈر	پیاز سرخ‌شده، چغندر، تمر و آب
F15	او موتو	ماهی خشک‌شده کوچک، پیازداغ، سبزی ماهی، تمبر، آب و ادویه

## ادامه جدول ۳. غذاهای محلی شهرستان دشتستان

نماد	غذای محلی	ترکیب
F16	او لوبیا	آب و لوبیای پخته شده
F17	او داغک	گوجه، پیاز و ادویه
F18	او کودی	پیاز سرخ شده، گوجه، کدو تنبل، لوبیای چشم بلبلی و آب تمبر
F19	او ماشک	حبوبات (ماش)، پیاز، رب، آب و ادویه
F20	دال عدس	ترکیب عدس، سیب زمینی، ادویه جات با آب
F21	رشته اویی	خمیر گندم، سبزیجات معطر و حبوبات
F22	تلیت یخنی	پیاز، گوجه، آب، سیب زمینی، نخود، ادویه و نان
F23	تلیت ماست	ماست، آب، نان خشک محلی، خیار، پونه، سبزی مَنگک
F24	تلیت کشک	کشک محلی ساییده شده با آب و نان
F25	ماست و مُندر*	ماست و گیاه مُندر (گیاه منقرض شده است)
F26	گنه*	نوعی گیاه که با آب و رشته پخته می شود (گیاه منقرض شده است)
F27	للك	گندم خرد شده و آب
F28	رشته یتیک	رشته پخته که وسط آن گوجه و بادمجان یا سیب زمینی و تخم مرغ آب پز می گذارند. (رشته: خمیر آرد گندم به صورت خشک شده و چرخ شده)
F29	سَرده بُندو	للك، آب، کره یا آب دوغ
F30	قلیة خاگ	تخم مرغ، تمبر هندی، شوید و گشنیز
F31	مچک	بادام وحشی و گندم
F32	آغوذ	شیر اول پخته شده گاو یا گوسفند
F33	یه غلی	ترکیبی از گوجه و پیاز سرخ شده به همراه للك پخته
F34	یتیمکی	ترکیب بادمجان، گوجه و پیاز پخته
F35	موتو	ماهی های ریز به صورت کبابی، بین برنج یا خورشتی پخت می شوند.
F36	مرغ مندی	مرغ نمک سود شده در تنور پخته می شود.
F37	ماهی مندی	ماهی نمک سود شده در تنور پخته می شود.
F38	تنداز ماهی	برنج، ماهی و سبزیجات معطر
F39	رنگینگ	آرد گندم، خرما و گردو
F40	خشکو	پودر کشک میش
F41	مُسمی	گوشت، تمبر، شکر، پیاز، ادویه جات، آب و آلو بخارا
F42	دنبُل	گیاهی که بیشتر در مناطق کوهستانی می روید و به صورت دو پیازه و خورشتی سرو می شود.

(منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۰)





شکل ۱. برخی از غذاهای محلی شناسایی شده در منطقه دشتستان

### ج) نتایج گرند تئوری

پنجمین و آخرین سؤالی که از پاسخگویان پرسیده شد این بود که به نظر شما مهم‌ترین دلایل و موانع استقبال نکردن و استفاده نسل امروزی از غذاهای محلی چیست. پس از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته این قسمت و بازنویسی مصاحبه‌ها روی کاغذ و چندبار مرور جمله به جمله نتایج این بخش در قسمت اول کدگذاری (کدگذاری اولیه) با استخراج ۵۳ مانع (مفهوم) همراه بود. با توجه به فراوانی موانع استخراجی از نظر جوامع روستایی به ترتیب، فراموش شدن آداب و رسوم، فراموش شدن دستورپخت‌های قدیمی، تغییر ذائقه فرهنگی، از بین رفتن نسل برخی از گیاهان، استقبال نکردن نسل جدید، زندگی مدرنیته، آشنابودن نسل جدید با طرز تهیه غذاهای قدیمی، عدم پذیرش غذاهای محلی توسط فرزندان و پیدایش غذاهای نیمه‌آماده و فست‌فود به‌عنوان مهم‌ترین موانع از دیدگاه جوامع روستایی شناسایی شدند که در جدول ۴ آمده‌اند. سپس با توجه به ماهیت مفاهیم مشابه، کدها در ۱۲ مقوله شامل بی‌توجهی نهادهای مسئول، موانع رسانه‌ای، موانع تکنولوژیکی، موانع آموزشی، موانع اطلاعاتی، موانع اقتصادی، موانع انگیزشی، موانع محیطی، موانع فرهنگی، موانع اجتماعی و موانع انسانی دسته‌بندی شدند (جدول ۴).

جدول ۴. کدگذاری محوری موانع استفاده از غذاهای محلی

نماد	کدهای اولیه (مفاهیم)	فراوانی	مقولات (طبقه‌بندی موانع)
R1	عدم فرهنگ‌سازی و معرفی غذاهای محلی توسط متولیان امر مانند میراث فرهنگی	۱۲	بی توجهی نهادهای مسئول
R2	عدم برگزاری جشنواره‌های غذاهای بومی محلی	۱۷	
R3	تبلیغات تلویزیونی اشتباه	۹	موانع رسانه‌ای
R4	سیستم آموزشی رسانه‌ای و فرهنگی حاکم بر جامعه	۵	
R5	عدم تبلیغات برای غذاهای محلی	۱۱	
R6	وجود رسانه ملی و بین‌المللی	۳	
R7	پیشرفت اینترنت و دنیای مجازی	۱۳	موانع تکنولوژیکی
R8	ماشینی شدن زندگی	۹	
R9	پیشرفت تکنولوژی (ماکروفر، هواپز و...)	۱۰	
R10	عدم برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی	۱۸	موانع آموزشی
R11	تربیت اشتباه تغذیه‌ای خانوارها	۴	
R12	عدم آموزش در برنامه‌ها و شبکه‌های آشپزی	۹	
R13	پایین بودن اطلاعات مربوط به تغذیه	۱۲	موانع اطلاعاتی
R14	نداشتن آگاهی	۱۴	
R15	فراموش شدن دست‌ریخت‌های قدیمی	۲۲	
R16	آشنانبودن با اصول تغذیه	۶	
R17	افزایش قیمت مواد غذایی	۱۸	موانع اقتصادی
R18	پایین بودن درآمد	۸	
R19	فروش بسیاری از گله‌ها و تغییر شغل گله‌داری	۷	
R20	آشنانبودن نسل جدید با طرز تهیه غذاهای قدیمی	۱۹	موانع حرفه‌ای
R21	دشواری در تهیه و پخت	۶	
R22	عدم توان فرآوری محصولات تولیدی	۱۲	
R23	استقبال نکردن نسل جدید از این غذاها	۱۹	موانع انگیزشی
R24	عدم پذیرش غذاهای محلی توسط فرزندان	۱۹	
R25	تنوع و در دسترس بودن مواد غذایی متنوع در تمام طول سال	۷	موانع محیطی
R26	مشکلات دسترسی به مواد اولیه و وسایل تهیه	۹	

ادامه جدول ۴. کدگذاری محوری موانع استفاده از غذاهای محلی

نماد	کدهای اولیه (مفاهیم)	فراوانی	مقولات (طبقه‌بندی موانع)
R27	از میان رفتن تنورهای قدیمی و کاه‌گلی بر اثر تغییر بافت خانه‌ها و محیط‌های روستایی	۱۲	
R28	از بین رفتن برخی از گیاهان	۱۹	
R29	نبودن مواد اولیه برخی غذاها	۹	
R30	تغییر ذائقه فرهنگی و تأثیر آن بر کلیت سبک زندگی اعم از خوراک، پوشاک و...	۲۰	موانع فرهنگی
R31	فراموش شدن آداب و رسوم	۲۳	
R32	تقلیدهای بدون آگاهی از زندگی‌های غربی	۸	
R33	اختلاط فرهنگ‌ها	۸	
R34	رواج استفاده از غذاهای ملی و بین‌المللی	۵	
R35	افزایش ارتباطات اجتماعی و فرهنگی با سایر فرهنگ‌ها، شهرها و کشورهای مختلف در عصر جدید	۶	
R36	پیدایش غذاهای نیمه‌آماده و فست فود	۱۹	موانع اجتماعی
R37	افزایش مهاجرت و خالی شدن روستاها از سکنه	۱۳	
R38	تمایل به فرهنگ شهرنشینی غیر صحیح	۱۵	
R39	کاهش روحیه همدلی میان روستاییان	۹	
R40	زندگی مدرن	۱۹	
R41	کمرنگ شدن وابستگی‌های قبلی	۴	
R42	کاهش مشارکت در تولید غذای محلی (نان محلی، رشته و...)	۹	
R43	رایج نبودن غذاهای محلی در شرایط کنونی	۱۵	
R44	افزایش رستوران‌ها	۱۵	
R45	بی‌توجهی به تولیدات خانگی	۶	موانع انسانی
R46	مشغله‌های زندگی	۸	
R47	نبود وقت برای درست کردن بیشتر غذای محلی	۱۲	
R48	استفاده از مواد شیمیایی در تولید بیشتر مواد غذایی	۳	
R49	کمرنگ شدن نقش مواد ارگانیک در سبک غذایی	۱۴	
R50	سرو نکردن غذاهای محلی در بیشتر رستوران‌ها	۱۱	
R51	افزایش روزمرگی‌ها	۷	
R52	راحت‌طلبی زنان نسل جدید	۱۳	
R53	شغل اداری زنان خانوار	۱۳	

در سومین و آخرین مرحله کدگذاری که به کدگذاری انتخابی معروف است، مقوله اصلی مدل تحقیق انتخاب و به صورت منطقی از طریق خط سیر داستانی با سایر مقوله‌ها ارتباط می‌یابد (رحیمی فیض‌آباد و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۹). در این مرحله محققان می‌توانند مقولات را به همان شکلی که از مصاحبه‌ها استخراج شده است، بیاورند یا اینکه مدل تحقیق را به سوی برون‌رفت از موضوع مطالعه‌شده هدایت کنند. در این راستا، تیم پژوهش موضوع را به سوی برون‌رفت از مسئله استفاده‌نکردن از غذاهای محلی و حل این مشکل هدایت کرد تا بتوان سازوکارهای خروج از این چالش را طراحی کرد؛ بنابراین مقولات که در مرحله کدگذاری محوری شامل ۱۲ مانع بودند، به صورت مثبت و شامل ۱۲ سازوکار در مدل نهایی ارائه شده‌اند. طبق نظریه استراوس و کوربین، مقولات در مدل پارادایمی در قالب چندطبقه شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها قرار می‌گیرند (تاجری‌مقدم و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۹۴) و مدل نهایی تحقیق را شکل می‌دهند که در ادامه به تحلیل آن‌ها می‌پردازیم.

**شرایط علی:** با توجه به فراوانی موانع استخراجی از مصاحبه‌های عمیق در جوامع روستایی، به ترتیب فراموش شدن آداب و رسوم، فراموش شدن دستورپخت‌های قدیمی، تغییر ذائقه فرهنگی، از بین رفتن نسل برخی از گیاهان، استقبال نکردن نسل جدید، زندگی مدرنیته، آشنابودن نسل جدید با طرز تهیه غذاهای قدیمی و پیدایش غذاهای نیمه‌آماده و فست‌فود براساس بیشترین فراوانی از دیدگاه جوامع روستایی موانع مهم‌تری بودند و در قالب شرایط علی قرار گرفتند. پاسخگویی معتقد بود: «روی آوردن به زندگی مدرن و تقلید از جوامع غربی سبب شده در بیشتر مناطق شاهد فراموش شدن آداب و سنت‌های محلی باشیم. همچنین دستورپخت‌های قدیمی فراموش شده است و زنان نسل امروزی بیشتر غذاهای جدید و فست‌فود پخت می‌کنند و کمتر شاهد طبخ غذاهای محلی در میان زنان امروزی هستیم» (زن، ۵۲ ساله). پاسخگوی دیگری گفت: «دختر من که در روستا بزرگ شده است و در روستا نیز زندگی می‌کند، نه تنها دستورپخت غذاهای محلی را بلد نیست، بلکه تمایلی به پذیرش این نوع غذاها هم ندارد. به نظر من تغییر ذائقه فرهنگی بر کلیت سبک زندگی از جمله خوراک و پوشاک تأثیر گذاشته است» (زن، ۴۷ ساله). مصاحبه‌شونده دیگری نیز معتقد بود «افزایش استفاده از غذاهای نیمه‌آماده و فست‌فود، به خصوص میان نوجوانان و جوانان سبب شده نسل امروزی اصلاً علاقه‌ای به استفاده از غذاهای محلی نداشته باشند» (زن، ۴۴ ساله).

**محور اصلی:** پدیده اصلی مورد مطالعه که در جریان کنش‌ها و واکنش‌ها به‌سوی آن رهنمون می‌شوند تا آن را اداره، کنترل یا به آن پاسخ دهند (کلامی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۵). پس از شناسایی شرایط علی، محور اصلی تحقیق (ترویج فرهنگ مصرف غذاهای محلی) تحت تأثیر شرایط علی به‌وجود آمد.

**بستر حاکم:** با توجه به ماهیت بستر حاکم، سازوکارهای تکنولوژیکی، اطلاعاتی، اقتصادی، محیطی و فرهنگی برای این طبقه در نظر گرفته شد. سازوکارهای تکنولوژیکی باید در راستای موانعی نظیر پیشرفت اینترنت و دنیای مجازی، ماشینی‌شدن زندگی و پیشرفت فناوری و روی کارآمدن وسایلی از جمله ماکروفر، هواپز، و... به‌کار گرفته شود؛ زیرا به گفته پاسخگویی، «با پیشرفت استفاده از شبکه‌های مجازی به‌ویژه اینستاگرام شاهد تبلیغات گسترده غذاهای فست‌فودی و غذاهای جدید هستیم که موجب ترغیب جوامع محلی به‌سمت استفاده از این غذاها می‌شود» (زن، ۵۲ ساله). همچنین مصاحبه‌شونده دیگری گفت: «زندگی‌ها ماشینی شده و هر چیزی که در قدیم وجود داشت، امروزه مدل برقی آن نیز به‌وجود آمده است (ماکروفر، هواپز، تنورهای گازی، و...) که همین‌ها به نظر من سبب شده دیگر نسل امروز به‌سمت پخت غذاهای محلی و قدیمی نروند و ترجیح دهند با وسایل برقی غذاهای امروزی را پخت کنند» (زن، ۵۳ ساله). سازوکارهای اطلاعاتی برای رفع موانع اطلاعاتی باید در دستور کار قرار گیرند. به گفته یکی از روستاییان، «پایین‌بودن اطلاعات مربوط به تغذیه، آشنانیدن با اصول تغذیه و ناآگاهی درمورد غذاهای محلی در میان زنان و دختران نسل امروز، از مهم‌ترین دلایل استفاده‌نکردن از غذاهای محلی است» (زن، ۴۴ ساله). دیگری گفت: «امروزه دستورپخت بسیاری از غذاهای قدیمی فراموش و جمعیت زنان قدیمی که نحوه پخت آن‌ها را بلدند نیز کم شده است و از جهتی استقبالی هم برای یادگیری صورت نمی‌گیرد» (مرد، ۳۹ ساله). افزایش قیمت مواد غذایی و پایین‌بودن درآمد در کنار فروش بسیاری از گله‌ها و تغییر شغل گله‌داری، موانعی هستند که باید سازوکارهای اقتصادی به آن‌ها پاسخ دهد. یکی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه گفت: «بسیاری از روستاییان به‌لحاظ مالی و درآمدی در مضیقه هستند و خیلی از گله‌داران نیز مجبور به فروش گله‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای دیگر شدند. به اعتقاد من مشکلات مالی اجازه نمی‌دهد که بسیاری از مردم بتوانند به محصولات ارگانیک محلی مانند لبنیات دسترسی پیدا کنند. همچنین طی چند سال اخیر به‌شدت قیمت مواد غذایی افزایش یافته

که در تهیه غذاهای محلی نیز بی‌تأثیر نیست» (مرد، ۵۷ ساله). درمورد موانع محیطی نیز برخی پاسخگویان اظهار داشتند تغییر بافت خانه‌ها و محیط‌های روستایی که سبب از میان رفتن تنورهای قدیمی و کاه‌گلی شده است، تأثیر زیادی در استفاده نکردن از برخی غذاها و نان‌ها در بیشتر خانوارها دارد. همچنین مشکلات دسترسی به مواد اولیه و وسایل تهیه‌ای، نبودن مواد اولیه برخی غذاها و از بین رفتن نسل برخی از گیاهان، از دیگر عواملی بود که بیشتر پاسخگویان درمورد آن‌ها معتقد بودند وقتی مواد اولیه در طبیعت از بین برود، خودبه‌خود برخی غذاها حذف می‌شوند و وسایل تهیه‌ای که میان چند غذا مشترک بود، در بیشتر مناطق ممکن است بی‌استفاده بمانند و کم‌کم از دور خارج شوند؛ همان‌طور که امروزه دیگر اثری از مشک‌ها و کوزه‌ها نیست و ظروف مسی جای خود را به ظروف نسوز و جدید داده‌اند. مصاحبه‌شونده‌ای اظهار داشت: «تنوع و در دسترس بودن مواد غذایی متنوع در طول سال سبب شده خانوارها کمتر به استفاده از غذاهای محلی ترغیب شوند» (زن، ۵۳ ساله). درمورد موانع فرهنگی نیز پاسخگویان معتقد بودند تغییر ذائقه فرهنگی نقش بسیار مهمی در استفاده نکردن از غذاهای محلی دارد. همچنین به گفته پاسخ‌دهنده‌ای: «در حال حاضر خانواده‌ها به شدت از فرهنگ زندگی‌های غربی پیروی و از غذاهای بین‌المللی استفاده می‌کنند که موجب به فراموشی سپردن آداب و رسوم محلی و اصیل منطقه خودمان شده است» (مرد، ۶۲ ساله).

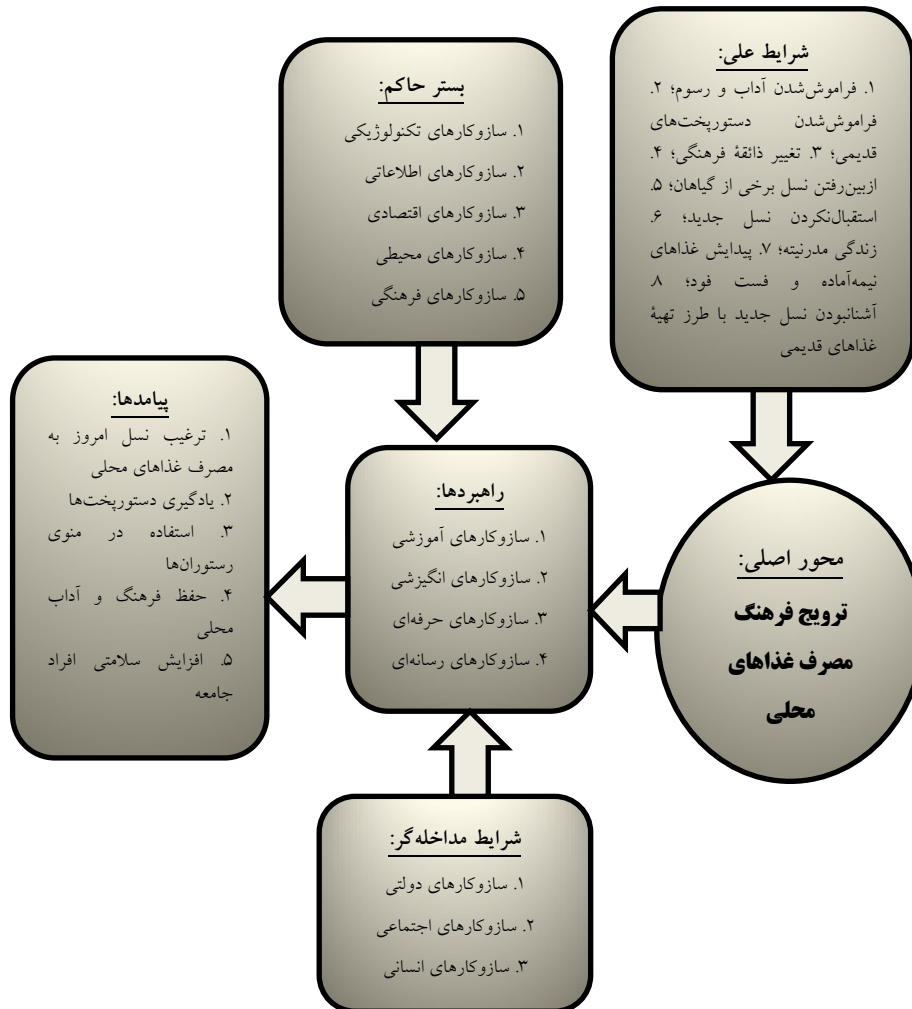
**شرایط مداخله‌گر:** از سه سازوکار دولتی، اجتماعی و انسانی تشکیل شده است. پاسخگویی در رابطه با بی‌توجهی نهادهای مسئول گفت: «عدم فرهنگ‌سازی و معرفی غذاهای محلی توسط متولیان امر به‌خصوص میراث فرهنگی موجب شده نسل امروزی بسیاری از این غذاها را نشناسند و طرز تهیه آن‌ها را ندانند» (مرد، ۴۵ ساله). همچنین بیشتر پاسخگویان معتقد بودند برگزار نشدن جشنواره غذاهای بومی و محلی در منطقه دشتستان توسط بخش‌داری‌ها نقش مهمی در استفاده نکردن و آشنایی نسل امروزی با این غذاها دارد. پاسخگویی درمورد موانع اجتماعی و انسانی گفت: «در جامعه امروزی غذاهای محلی زیاد رایج نیستند؛ زیرا رستوران‌ها و غذاهای فست‌فودی افزایش یافته‌اند که این مسئله سبب شده بسیاری به دلایلی نظیر مشغله، کمبود وقت، افزایش روزمرگی‌ها، شغل اداری و راحت‌طلبی زنان و... ترجیح دهند غذاهای خود را از رستوران‌ها و فست‌فودها تهیه کنند که در منوی رستوران‌ها نیز غذاهای محلی سرو نمی‌شود. به همین دلیل کمتر به آشپزی می‌پردازند و اگر هم آشپزی کنند، غذای محلی درست نمی‌کنند»

(مرد، ۶۹ ساله). همچنین پاسخ‌دهنده‌ای معتقد بود: «زمانی که ما نوجوان بودیم، در روستاها روحیه همدلی و مشارکت بیداد می‌کرد و خانوارها در تولید بیشتر مواد غذایی محلی مانند رشته، لک، نان، و... با یکدیگر مشارکت می‌کردند. امروزه مصرف این غذاها به شدت کاهش یافته است و اگر هم برخی استفاده می‌کنند، دیگر در تولید آن به‌ندرت به یکدیگر کمک می‌کنند» (مرد، ۴۹ ساله).

**راهبردها:** پس از شناسایی محور اصلی تحقیق (استفاده و ترویج غذاهای محلی)، راهبردهای موردنظر در راستای رسیدن به پیامدهای حل این مشکل (استفاده‌نکردن از غذاهای محلی) به‌وجود آمد که سازوکارهای آموزشی، انگیزشی، حرفه‌ای و رسانه‌ای برای این مهم در نظر گرفته شدند. یکی از شرکت‌کنندگان در راستای موانع آموزشی معتقد بود: «عدم برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی توسط دهیاری‌ها برای زنان و دختران روستایی و عدم آموزش غذاهای محلی در برنامه‌ها و شبکه‌های آشنایی از مهم‌ترین دلایل در عدم آموزش و یادگیری این غذاها توسط زنان امروزی هستند» (مرد، ۶۹ ساله). پاسخ‌دهنده‌ای در مورد موانع انگیزشی گفت: «نسل جدید به‌ویژه فرزندان به‌دلایل مختلف از این غذاها استقبال نمی‌کنند. پسر من بارها وقتی شام مُشتک پیازی درست کرده‌ایم، غذا نخورده و به ساندویچی محل مراجعه کرده است» (مرد، ۶۲ ساله). دیگری در رابطه با موانع حرفه‌ای معتقد بود: «در کنار آشنان‌بودن نسل جدید با طرز تهیه غذاهای محلی، دشواری در تهیه و پخت نیز عامل مهمی است؛ زیرا غذاهایی که برای ناهار سرو می‌شوند، نیاز به زمان دارند تا جا بیفتند، ولی امروزه زنان تا دیروقت در دنیای مجازی هستند و روزها تا لنگ ظهر می‌خوابند و دیگر وقتی برای تهیه غذای محلی ندارند» (مرد، ۴۹ ساله). درمورد موانع رسانه‌ای دیگر، یکی از روستاییان گفت: «وقتی تلویزیون به‌جای تبلیغات از محصولات ارگانیک محلی، همه محصولات شرکتی (رب، آبلیمو، لبنیات، و...) را تبلیغ می‌کند، باید هم غذاهای محلی از یاد برود» (مرد، ۵۷ ساله). دیگری گفت: «رسانه ملی و حتی شبکه‌های استانی اصلاً از غذاهای محلی تبلیغی نمی‌کنند و حتی از فواید آن‌ها هم صحبت نمی‌کنند. ای کاش به‌جای بسیاری از برنامه‌ها، دو بار کارشناس تغذیه درمورد فواید غذای محلی صحبت می‌کرد» (زن، ۳۸ ساله).

**پیامدها:** درنهایت ترغیب نسل امروزی به استفاده از غذاهای محلی، یادگیری دستورپخت‌ها، استفاده از غذاهای محلی در رستوران‌ها، حفظ فرهنگ و آداب محلی، و افزایش سلامتی افراد

جامعه به‌عنوان پیامدهای مدل پارادایمی تحقیق بودند. در صورت اجرای صحیح و موفق مدل پارادایمی توسط همه عوامل دخیل و متولی در شهرستان دشتستان، می‌توان انتظار داشت که نتایج به استفاده و ترویج غذاهای محلی در منطقه کمک کند.



شکل ۱. مدل پارادایمی تحقیق براساس نظریه استراوس و کوربین

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰



### بحث و نتیجه‌گیری

غذاها از جمله اجزای فرهنگی هستند که در فرهنگ مردم از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. غذاهای محلی با توجه به سلیقه و ذائقه افراد مناطق مختلف پخته می‌شوند و از آن‌ها می‌توان با عنوان فرهنگ غذایی مناطق مختلف یاد کرد. این غذاها از مدت‌ها پیش در میان مردم مناطق مختلف وجود داشته است و طرز تهیه و پخت آن‌ها از طریق تجربه مادران به دختران که زنان آینده روستاها هستند، منتقل می‌شود (رزاقی چالگر، ۱۳۸۸: ۱۱۱). این پژوهش با هدف مطالعه ادراک و علل استفاده نکردن از غذاهای محلی در جوامع روستایی شهرستان دشتستان انجام شد. بر پایه نتایج، مصاحبه‌شوندگان درک متفاوتی از مفهوم غذای محلی داشتند؛ زیرا آن‌ها به خوبی مسئله را درک کرده بودند و از زوایای مختلف به تعریف مفهوم غذای محلی پرداختند. به‌طورکلی از زوایایی نظیر ارگانیک، سالم و مغذی بودن، مخصوص یک منطقه جغرافیایی، ریشه داشتن در تاریخ کهن، بسته بودن به گیاهان مخصوص منطقه و داشتن پیوند عمیق با فرهنگ و آداب و رسوم آن منطقه، و... تعریف از غذاهای محلی صورت گرفت. در ادامه ۴۵ غذای محلی در منطقه دشتستان شناسایی و در نهایت به بررسی موانع استفاده و ترویج این غذاها پرداختیم که به استخراج ۵۳ مفهوم و ۱۲ مقوله انجامید. پاسخگویان معتقد بودند که امروزه مصرف غذاهای محلی به شدت کاهش یافته است و نسل امروزی نیز تمایلی به مصرف این‌گونه غذاها ندارند. از طرفی نبود آموزش برای پخت این غذاها و از طرف دیگر نداشتن انگیزه برای مصرف غذاهای محلی سبب شده امروزه شاهد مصرف بیش از حد غذاهای نیمه‌آماده و فست‌فودها باشیم. ناآگاهی از فواید غذاهای محلی نیز از دیگر علل استفاده نکردن از آن است؛ زیرا این غذاها به صورت کاملاً ارگانیک و با تازه‌ترین مواد طبیعی پخت می‌شوند. مصرف بیش از حد غذاهای نیمه‌آماده موجب شده امروزه شاهد افزایش امراض و بیماری‌ها به خصوص در سنین پایین باشیم. مصرف غذاهای محلی نه تنها موجب حفظ فرهنگ و آداب رسوم جامعه محلی می‌شود، بلکه ابتلا به بیماری‌هایی مانند قند خون، چربی خون، سکت، و... را نیز به شدت کاهش می‌دهد. همچنین برخی پاسخگویان عقیده داشتند که امروزه با پیشرفت شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام شاهد تغییرات گسترده فرهنگی هستیم که نتیجه آن بر خوراک و پوشاک قابل لمس است. وجود بلاگرها در زمینه معرفی غذاهای غربی نقش بسزایی در گرایش نسل امروزی به سمت این غذاها دارد. به گفته برخی مصاحبه‌شوندگان، ضعف رسانه در تبلیغ

غذاهای محلی و بیان فواید آن نیز تأثیر زیادی در استفاده نکردن از این غذاها دارد. در نهایت برای حل مسئله موجود، مقولات در قالب مدل استراوس و کوربین جایگذاری و تحلیل شدند. نتایج این مطالعه مبنی بر عوامل انگیزشی با مطالعه قنبری و همکاران (۱۴۰۰) و ماک و همکاران (۲۰۱۲) و عوامل فرهنگی و اجتماعی با مطالعه ماک و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی داشت. بدین ترتیب در ادامه براساس سازوکارها به ارائه پیشنهادها به منظور ترویج فرهنگ مصرف غذاهای محلی می‌پردازیم.

۱. **سازوکارهای دولتی:** دولت و نهادهای دولتی مسئول مانند میراث فرهنگی، بخشداری‌ها و حتی دهیاری‌ها باید در راستای معرفی و آموزش غذاهای محلی اقداماتی نظیر برگزاری سالانه جشنواره غذاهای بومی و محلی، برگزاری نمایشگاه‌های غذای محلی در ایام عید نوروز، برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزش پخت و تهیه غذاهای محلی برای زنان و دختران روستایی را در دستور کار قرار دهند. بیشتر شرکت‌کنندگان در تحقیق معتقد بودند توجه نهادهای مسئول می‌تواند تا حد زیادی به ترویج فرهنگ غذای محلی در منطقه کمک کند.

۲. **سازوکارهای رسانه‌ای:** رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در فرهنگ‌سازی و ترویج غذاهای محلی داشته باشند. بیشتر پاسخ‌دهندگان معتقد بودند ضعف رسانه و عدم تبلیغات مانع بزرگی برای فراموشی یا بی‌توجهی به غذاهای محلی است؛ بنابراین رسانه ملی و استانی باید در تبلیغات و پیام‌های بازرگانی خود به غذاهای محلی و فواید استفاده از آنها نیز بپردازند. همچنین باید در شبکه‌ها از کارشناسان تغذیه دعوت شود تا در مورد مصرف و فواید غذاهای محلی صحبت کنند.

۳. **سازوکارهای تکنولوژیکی:** پیشرفت فناوری و ماشینی شدن زندگی، و پیشرفت اینترنت و دنیای مجازی سبب شده بسیاری از غذاهای محلی جای خود را با غذاهای جدید، ملی و بین‌المللی عوض کنند. در این زمینه تیم پژوهش پیشنهاد می‌کند با استفاده از اینترنت و فضای مجازی، با تشکیل گروه‌ها، کانال‌ها و پیج‌های اینستاگرامی به آموزش پخت غذاهای محلی و ترویج استفاده از آنها پرداخت. همچنین با آموزش‌های لازم در صورت لزوم،

پخت غذاهای محلی با فناوری‌های جدید را نیز در فضای مجازی و رسانه آموزش داده شود.

۴. **سازوکارهای آموزشی و حرفه‌ای:** به اعتقاد بیشتر مشارکت‌کنندگان، آموزش‌ندادن نقش غیرقابل‌انکاری در ناتوانی زنان امروزی در پخت غذاهای محلی دارد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود در شبکه‌های آشپزی، پخت غذاهای محلی استان‌های ایران را نیز آموزش دهند. همچنین می‌توان از مدارس نیز شروع کرد و در کتاب‌های درسی از غذاهای محلی ساده و انواع نان‌ها مطالب ارائه داد تا فرزندان از همان کودکی هم علاقه‌مند شوند و هم آموزش ببینند.

۵. **سازوکارهای اطلاعاتی:** پایین‌بودن اطلاعات و آگاهی درمورد غذاهای محلی و فواید استفاده از آن‌ها در کنار عادات غذایی اشتباه (استفاده زیاد از فست‌فود و غذاهایی با ارزش تغذیه‌ای پایین) و فراموش‌شدن دستوریخت‌های قدیمی، تأثیر زیادی در استفاده‌نکردن از غذاهای محلی دارند؛ بنابراین آگاهی مادران خانواده درمورد غذاهای محلی و ارتباط درست و قوی مادر با اعضای خانواده برای استفاده از این غذاها راهبرد مهمی است. همچنین مادران باید سعی کنند حداقل چند غذا و دسر را در برنامه غذایی هفتگی خانواده جای دهند تا فرزندان رفته‌رفته به غذاهای محلی علاقه‌مند شوند.

۶. **سازوکارهای اقتصادی:** در جوامع روستایی، پایین‌بودن درآمد در میان بیشتر خانوارها غیرقابل‌انکار است و این در کنار افزایش قیمت مواد غذایی طی چند سال اخیر سبب شده بسیاری در فکر مهاجرت از روستاها به شهر و روی آوردن به مشاغل شهری شوند. این مسئله به کاهش جمعیت روستایی منجر شده که یکی از عواقب آن نیز مصرف‌نکردن غذاهای محلی و فراموشی این قبیل غذا است. از این‌رو پیشنهاد می‌شود دولت با ارائه وام‌های کم‌بهره به ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ در روستاها کمک کند. همچنین دولت تمام تلاش خود را به کار گیرد تا قیمت مواد غذایی را ثابت نگه دارد یا کاهش دهد و حتی یارانه ارائه دهد تا خانوارها بتوانند به‌لحاظ مصرف غذا در امنیت باشند و به تدریج به مصرف غذاهای محلی علاقه‌مند شوند.

۷. **سازوکارهای انگیزشی:** استقبال‌نکردن و پذیرش فرزندان نسبت به غذاهای محلی در شرایط فعلی، امری طبیعی است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مادران و زنان با راهبردهایی نظیر تزئین

غذاها به شیوه جدید و مدرن، مشارکت فرزندان در طبخ غذاهای بومی و تغییرات جزئی در برخی مراحل تهیه و لذیذشدن غذا با ذائقه فرزندان، آن‌ها را به مصرف این غذاها ترغیب کنند.

۸. **سازوکارهای محیطی:** با توجه به نظرات شرکت‌کنندگان، از بین رفتن نسل برخی از گیاهان مهم‌ترین موانع محیطی است که به حذف تعدادی از غذاهای محلی در بیشتر مناطق شهرستان منجر شده است؛ بنابراین باید در مناطقی که گیاهان محلی می‌رویند (چه داخل و چه خارج از منطقه) این گیاهان را بیاورند و به کشت آن‌ها اقدام کنند.

۹. **سازوکارهای فرهنگی:** امروزه عوامل فرهنگی به شکل‌هایی نظیر تقلید از فرهنگ‌های غربی، تغییر ذائقه فرهنگی، استفاده از غذاهای بین‌المللی، و... در جامعه ما دیده می‌شود. از این رو باید اقداماتی مانند توسعه و ترویج ارزش‌ها و فرهنگ بومی، فرهنگ‌سازی تغذیه سالم در مدارس، تلاش به منظور تقویت و بازتاب سنت‌ها و آداب محلی از طریق آموزش، برنامه‌سازی و... صورت گیرد.

۱۰. **سازوکارهای اجتماعی:** تمایل به زندگی مدرن، افزایش رستوران‌ها، پیدایش غذاهای نیمه‌آماده و فست‌فود، کاهش روحیه همدلی میان روستاییان و... از مهم‌ترین موانع اجتماعی در راستای استفاده و ترویج غذاهای محلی هستند. بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود تقویت دلبستگی‌ها و حضور در جمع‌های مرتبط با هویت ما، راه‌اندازی و تشویق رستوران‌های محلی به منظور قراردادن غذاهای محلی در منوی خود (حتی به صورت بیرون‌بر) صورت گیرد. یکی از پاسخگویان گفت: «اشتغال و کمبود وقت سبب شده بیشتر خانوارها وقتی برای پخت غذاهای محلی نداشته باشند. رستوران‌هایی هم که غذاهای محلی سرو کنند در منطقه وجود ندارد؛ بنابراین وجود این قبیل رستوران‌ها بسیار حائز اهمیت است» (مرد، ۶۹ ساله).

۱۱. **سازوکارهای انسانی:** در نهایت آخرین سازوکار، مربوط به موانع انسانی است که مشغله‌های زندگی و کمبود وقت در این مهم نقش زیادی دارند. از این رو پیشنهاد می‌شود خانواده‌ها حداقل در روزهای تعطیل به پخت غذاهای محلی اقدام کنند. همچنین زنانی که شاغل هستند می‌توانند شب غذای خود را آماده کنند یا از نان‌ها و دسرهای محلی بیشتر

استفاده کنند؛ بدین صورت به نقش مواد غذایی محلی و ارگانیکی در سبد غذایی خانوار اهمیت دهند. پاسخگویی در این زمینه گفت:

«امروزه جمعیت زنان شاغل نیز زیاد شده است، ولی به نظر من برای مهمانی‌ها و دورهمی‌ها در روزهای تعطیل می‌توان از غذاهای محلی استفاده کرد» (زن، ۴۴ ساله).

## منابع

- باسامی، احمد، علم‌بیگی، امیر و مرادی، مصطفی (۱۳۹۹)، تأثیر ارزش مصرف غذای محلی بر قصد رفتاری گردشگران (مورد مطالعه: مناطق نمونه گردشگری روستایی اورامانات در استان کردستان)، *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، سال شانزدهم، شماره ۲: ۱۶۳-۱۸۰.
- بسطامی‌پور، مریم، محمدی، اسفندیار، پوراشرف، یاسان‌اله و سایه‌میری، کورش (۱۳۹۴)، بررسی انگیزه‌های مؤثر بر مصرف غذاهای محلی در شهر ایلام در سال ۱۳۹۲، *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی ایلام*، سال بیست‌وسوم، شماره ۳: ۱-۹.
- تاجری‌مقدم، مریم، راحلی، حسین، ظریفیان، شاپور و یزدان‌پناه، مسعود (۱۴۰۰)، کشف موانع رفتار حفاظت آب کشاورزی و عوامل مرتبط با استفاده از نظریه داده‌بنیان (مورد مطالعه: دشت نیشابور استان خراسان رضوی)، *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره پنجاه‌ودوم، شماره ۲: ۲۸۷-۳۰۸.
- جعفری مهرآبادی، مریم، اکبری، مجید، عطایی، فرزانه و رزاقی، فرزانه (۱۳۹۶)، مدل‌یابی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری غذا (مطالعه موردی: شهر رشت)، *فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، سال دوازدهم، شماره ۴۰: ۶۸۱-۶۹۸.
- حسینی، قاسم (۱۳۹۸)، بررسی نگرش گردشگران نسبت به غذاهای محلی بومی در مازندران، *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال هشتم، شماره ۲: ۹۱-۱۰۴.
- رحیمی فیض‌آباد، فاطمه، یزدان‌پناه، مسعود، غلامرضایی، سعید و احمدوند، مصطفی (۱۴۰۰)، واکاوی محدودیت‌های نهادی مدیریت منابع آب زیرزمینی در مناطق روستایی استان لرستان با استفاده از روش کیفی، *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، سال دوازدهم، شماره ۱: ۹۴-۱۰۹.
- رزاقی چلنگر، مطلب (۱۳۸۸)، مروری بر غذاهای محلی روستای چالگر از توابع اردبیل، *فصلنامه نجوای فرهنگ*، شماره ۱۱: ۱۱۱-۱۱۴.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان بوشهر (۱۳۹۶)، *سالنامه آماری استان بوشهر*.

- سرور، رحیم، اکبری، مجید و درویش، بهروز (۱۳۹۶)، طراحی مدل توسعه گردشگری غذا در ایران با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری، *فصلنامه جغرافیا*، سال پانزدهم، شماره ۵۳: ۷۳-۹۰.
- سواری، مسلم و سوختانلو، مجتبی (۱۳۹۸)، مطالعه درک معنایی روستاییان از مفهوم امنیت غذایی، *دوفصلنامه توسعه محلی (روستایی-شهری)*، سال یازدهم، شماره ۱: ۲۳۹-۲۶۶.
- سواری، مسلم، شعبانعلی فمی، حسین، ایروانی، هوشنگ و اسدی، علی (۱۳۹۷)، طراحی الگوی پایدارسازی معیشت کشاورزان کوچک‌مقیاس در شرایط خشکسالی استان کردستان، *فصلنامه تحلیل فضایی مخاطرات محیطی*، سال پنجم، شماره ۲: ۱-۱۸.
- شفقی، خسرو، دلشاد، علی، سالاری، هادی، خواجهی، عبدالجواد، اکرامی، علی، صنیعی، نزهت و خواجه، عصمت (۱۳۸۵)، شناسایی انواع غذاهای بومی و تعیین مواد اولیه و روش پخت آن‌ها در جمعیت تحت پوشش پایگاه تحقیقات جمعیتی شهر گناباد، *مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد*، دوره هشتم، ویژه‌نامه تحقیقات جمعیتی (ضمیمه ۱): ۴۶-۵۳.
- شیردل، الهام و محمدی، مریم (۱۴۰۰)، مطالعه کیفی شکل‌گیری احساس تعلق اجتماعی و تکرار جرم در مددجویان سابقه‌دار، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، سال دهم، شماره ۲: ۴۹۹-۵۲۸.
- عارف، هادی، بودلایی، حسن و بیگی، وحید (۱۳۹۴)، پدیدارشناسی تجربه اخراج‌شدن از کار، *فصلنامه مدیریت دولتی*، سال هفتم، شماره ۳: ۵۷۳-۵۹۴.
- غفاری، محمد، شفیع، میثم، حاتمی ورز، ابوالفضل، حیدرپور دعویسرانی، وحید و فرمانی، مهدی (۱۴۰۰)، عوامل تعیین‌کننده موفقیت بازاریابی کشتی در گردشگری غذا رهیافت فراترکیب، *فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه*، سال دهم، شماره ۳: ۲۰۱-۲۲۷.
- قنبری، ابوالفضل، فرزانه کیا، شیرین و عبدی دایلاری، خاطره (۱۴۰۰)، بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای غذای محلی در جذب گردشگران غذایی (مورد مطالعه: شهر تبریز)، *فصلنامه گردشگری و توسعه*، سال دهم، شماره ۱: ۹۵-۱۰۶.
- کلامی، عبدالحلیم، مهرانی، هرمز، سعیدی، پرویز و عباسی، ابراهیم (۱۳۹۹)، بازاریابی اجتماعی در حوزه صنعت آب و فاضلاب با رویکرد مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، *نشریه آب و توسعه پایدار*، سال هفتم، شماره ۴: ۳۱-۴۴.
- گرکانی، رکسانا و علیرضایی، ابوتراب (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر غذای محلی با نقش میانجی منافع ادراکی توریست‌ها در بین گردشگران شهر رشت، *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، سال دهم، شماره ۴: ۹۹-۱۱۴.

- نیک‌رفتار، طیبه، کریمی‌زاده، الهه و حسینی، الهه (۱۳۹۷)، شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان، فصلنامه گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره ۴: ۱۱۹-۱۳۳.
- ودادهیر، ابوعلی، امیدوار، نسرین، رفیع‌فر، جلال‌الدین و جوان محبوب‌دوست، سارا (۱۳۹۴)، مطالعه قوم‌نگارانه غذاهای محلی در شهرستان فومن: پژوهشی در مردم‌شناسی غذا و تغذیه، مطالعات اجتماعی/ایران، سال نهم، شماره ۴: ۱۰۶-۱۳۸.
- ودادهیر، ابوعلی، چقلوند، محمد، رفیع‌فر، جلال‌الدین و امیدوار، نسرین (۱۳۹۳)، نظام غذایی بومی- سنتی: پژوهشی مردم‌شناختی در میان قوم لک در مناطق روستایی و عشایری استان لرستان، دوفصلنامه توسعه محلی (روستایی-شهری)، سال ششم، شماره ۱: ۷۱-۱۰۶.
- Albrecht, Y. (2019). The Contemporaneity of Grounded Theory: Data and Emotional Reflexivity, *Sociological Focus*, 52(2): 107-116.
- Angelopoulos, G. P., Schulp, J. A., & de Oliveira Menezes, V(2019). Local food and authenticity in Greek restaurants. *Research in Hospitality Management*, 9(11): 63-68.
- Bianchi, C., & Mortimer, G. (2015). Drivers of local food consumption: a comparative study. *British Food Journal*.
- Birch, D., & Memery, J. (2020). Tourists, local food and the intention-behaviour gap. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43: 51-61.
- Charmaz, K., & Thornberg, R. (2020). The pursuit of quality in grounded theory. *Qualitative Research in Psychology*, 1-23.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71: 1-10.
- Deller, S. C., Lamie, D., & Stickel, M. (2017). Local foods systems and community economic development. *Community Development*, 612-638: (48) 5.
- Dzanku, F. M. (2019). Food security in rural sub-Saharan Africa: Exploring the nexus between gender, geography and off-farm employment. *World Development*, 113: 26-43.
- Kumar, S., Talwar, S., Murphy, M., Kaur, P., & Dhir, A. (2021). A behavioural reasoning perspective on the consumption of local food. A study on REKO, a social media-based local food distribution system. *Food Quality and Preference*, 93: 104264.
- Mak, A.H.N., Lumbers, M., Eves, A., Chang, R.C.Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31: 928-936.
- Seguin, R. A., McGuirt, J. T., Jilcott Pitts, S. B., Garner, J., Hanson, K. L., Kolodinsky, J., & Sitaker, M. (2020). Knowledge and experience related to community supported agriculture and local foods among nutrition educators. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 251-263, (2) 15.
- Skallerud, K., & Wien, A. H. (2019). Preference for local food as a matter of helping behaviour: Insights from Norway. *Journal of Rural Studies*, 67, 79-88.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- Sundbo, D. I. C. (2013). Local food: the social construction of a concept. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B-Soil & Plant Science*, 63(sup1), 66-77.
- Zhang, T., Chen, J., & Grunert, K. G. (2022). Impact of consumer global-local identity on attitude towards and intention to buy local foods. *Food Quality and Preference*. 96.104428