

## جغرافیای تغذیه، رویکردی نوین در گردشگری شرق گیلان

اکبر معتمدی مهر\* - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، گروه جغرافیا، رشت، ایران  
حسین مصداقی - کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت،  
رشت، ایران

دریافت مقاله: ۸۹/۶/۱۳

پذیرش نهایی: ۱۳۹۰/۶/۲۵

### چکیده

در عصر حاضر گردشگری با هدف کشف پدیده‌های تازه فرهنگی رفته رفته می‌رود تا جایگزین مقاصد تفریحی در این صنعت قرار گیرد. امروزه جغرافیای تغذیه در فضای جغرافیایی خاص خود و در ارتباط با سایر عناصر فضایی از اهداف پر طرفدار و پر درآمد در کشورهای پیشرو در امر توریسم محسوب می‌شود؛ همان چیزی که کشور ترکیه به نحو احسن از آن استفاده می‌کند. منطقه شرق گیلان شامل شهرستان‌های: آستانه اشرفیه، لاهیجان، سیاهکل، لنگرود، املش و رودسر جغرافیای تغذیه مخصوص به خود را دارد که می‌تواند به عنوان شناسه‌ای برای گردشگری این منطقه قرار گیرد. در این مقاله پس از بیان تعاریف مربوط به جغرافیای تغذیه و ارتباط آن با توریسم ابعاد مختلف عناصر فضای جغرافیایی این منطقه بررسی شده است. در ادامه برای بیان دقیق تر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و بر پایه مشاهدات عمدتاً میدانی و برگرفته از شیوه‌های رایج در جغرافیا، جغرافیای اقتصادی و معیشتی شرق گیلان، انواع خوردنی‌های مردم در این منطقه، آداب غذا خوردن، باورها و اعتقادات مردم در ارتباط با تغذیه و... تبیین شده و برخی از ویژگی‌های منحصر به فرد جغرافیایی فرهنگ غذایی شرق گیلان مورد بررسی قرار گرفته است. سپس با تحلیل پرسش‌نامه‌های آماری و اثبات فرضیه از طریق آزمون همبستگی این طور نتیجه گیری شده که پرداختن به جغرافیای تغذیه شرق گیلان به توسعه گردشگری این مناطق منتهی می‌شود.

واژگان کلیدی: جغرافیای تغذیه، رویکرد نوین، توسعه گردشگری، شرق گیلان

## ۱. مقدمه

امروزه گردشگری در میان همه خانواده‌ها و طبقات اجتماعی به عنوان یک نیاز رسوخ کرده است و عموم مردم خود را ناگزیر از آن می‌بینند. لذا می‌توانیم این ایده را مطرح کنیم که گردشگری همچون سایر پدیده‌های عصر مدرن معرفی شده است به این معنی که تنوع زیادی به خود گرفته به طوری که همهٔ مردم کره خاکی با هر خواستگاه اجتماعی که داشته باشند حداقل به نوعی می‌توانند از گونه‌ای از آن بهره‌مند شوند. منطقه جغرافیایی شرق گیلان به دلیل واقع شدن بین دریای خزر از سویی و دامنه شمالی سلسله جبال البرز از سوی دیگر و برخورداری از آب و هوای معتدل همواره و در فصول مختلف سال پذیرای تعداد زیادی از گردشگران است. علاوه بر جاذبه‌های طبیعی می‌توان به جنبه‌های مختلف جاذبه‌های فرهنگی در این منطقه مانند آیین‌های سنتی، بازارهای محلی و علی‌الخصوص فرهنگ غذایی آن اشاره نمود که با توجه به فضای جغرافیایی می‌تواند نقش مؤثری در جذب هرچه بیشتر تعداد گردشگران و در نتیجه توسعه منطقه ایفاء نماید.

در مطالعه فرهنگ ملل به آداب و رسوم و سنت‌های با ارزشی بر می‌خوریم که شناسایی و باز تولید آنها می‌تواند گامی مؤثر در گسترش گردشگری تلقی شده و به رونق اقتصادی منجر شود. به عقیده نگارندگان یکی از بهترین راه‌های نشان دادن رابطه انسان با محیط در هر منطقه آشپزخانه آن منطقه است.

یکی از عوامل شکل دهنده‌ی الگوی غذایی هر جامعه، مجموعه عادات و فرهنگ غذایی آن جامعه است. عادات غذایی از یک طرف پاسخ‌گوی خواسته‌های غریزی و فیزیولوژیک بدن و از سوی دیگر یک رفتار فرهنگی است. سنت خوردن از ماندگارترین میراث‌های فرهنگ و تمدن ایرانیان است که همچون یک آیین و رسم تخطی ناپذیر بجا آورده می‌شود. روش تهیه و پخت غذاهای محلی و سنتی با فرهنگ و معیشت هر جامعه رابطه بسیار نزدیکی دارد به طوری که می‌توان گفت که طریقه پخت و عمل آوری غذاها، راهی برای تبدیل طبیعت منطقه به فرهنگ همان منطقه است.

با توجه به تفاوت‌های فراوان میان فرهنگ غذایی مردم گیلان و فرهنگ غذایی عمومی کشور نگارندگان در تحقیق پیش رو سعی دارد آشپزخانه مناطق شرقی گیلان را از منظر گردشگری بررسی کرده و به این پرسش پاسخ دهد که اصولاً غذاهای محلی مناطق شرق گیلان تا چه میزان در توسعه گردشگری مؤثر است؟

نگارندگان در مقاله حاضر قصد دارد تا فرضیه زیر را بررسی نماید:

- تلفیق غذاهای محلی شرق گیلان با هر یک از جاذبه‌های گردشگری، در توسعه گردشگری این مناطق مؤثر است.

## ۲. مروری بر ادبیات موضوع

### ۱-۲. جغرافیای تغذیه

جغرافیای تغذیه شاخه‌ای از جغرافیای انسانی است که به بررسی تولید، توزیع و مصرف مواد غذایی و کشف علل هماهنگی‌ها و ناهماهنگی‌های تغذیه‌ای انسان‌ها که بر اثر انعکاسات ناشی از تباین شرایط طبیعی، جغرافیایی و اجتماعی ظاهر می‌گردد می‌پردازد (فرید، ۱۳۵۴: ۵).

جغرافیای تغذیه شاخه‌ای از جغرافیای انسانی است. جغرافیای انسانی قلمرو بررسی ارتباط بین محیط طبیعی با گروه‌های انسانی است که این گروه‌ها در محیط‌های جغرافیایی خود پدیده‌های طبیعی را مشاهده، درک و عکس‌العمل نشان داده، شرایط زندگی خود را با آن منطبق می‌سازند. منظور از محیط طبیعی همان محیط جغرافیایی یا محیط زیست انسان است. به هنگام مطالعه جغرافیای انسانی مجبوریم که از یک طرف محیط جغرافیایی را مورد مطالعه قرار دهیم و از طرف دیگر زندگی انسانی را (صفی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۱۱).

بر اساس تعاریف فوق جغرافیای تغذیه شامل گستره‌ای از فعالیت‌های کشاورزی و معیشتی انسان تا نحوه استفاده از ابزارهای گوناگون برای ترکیب، پخت و عمل آوری غذاهای مختلف در مناطق مختلف است.

### ۲-۲. غذا و آیین‌های محلی

هنگام برگزاری جشن‌های خاص غذا یک بخش ضروری است. در هر فرهنگی، زندگی و سنت‌های اجتماعی مردم بر اساس مذهب شکل می‌گیرد و بسیاری از جشن‌ها شکل مذهبی دارد. غذا یکی از اجزای ضروری این مراسم مذهبی و ملی بوده و هست. مذهب از مسیر زندگی جدا نشدنی است و در تمام جوامع به گونه‌ای جریان دارد. در کشورهای اروپایی دعای پیش از غذا قسمتی از اعمال مذهبی است. در ایران به جا آوردن شکر خدا در پایان غذا یک عادت مذهبی دیرینه است. در بیشتر فرهنگ‌ها به بچه‌ها یاد می‌دهند برای غذایی که می‌خورند از خداوند و از کسانی که غذا را پخته‌اند، تشکر کنند. بعضی غذاها نماد مذهبی خاصی دارند مانند: نذری‌ها یا شله‌زرد که در ایام سوگواری امام حسین (ع) پخته و در میان مردم پخش می‌شود و یا خوردن سبزی پلو با ماهی در اولین روز سال نو که سنتی دیرینه است (www.behsite.com).

## ۲-۳. جغرافیای تغذیه و گردشگری

همه انسان‌ها باید برای زنده ماندن و زندگی کردن و ادامه نسل یکسری کارهای مشخصی را انجام بدهند. همه باید لباس بپوشند، همه باید ازدواج کنند، همه باید کار کنند و ... اما چگونگی همه این‌ها و تفاوت‌ها برای انسان جذاب است. انسان سفر می‌کند تا این تفاوت‌ها را از نزدیک ببیند و تجربه‌ها و لذت‌های جدید را کشف کند. چون زندگی خود و اطرافیانش دیگر، یکنواخت و تکراری شده. پس رنج سفر را به جان می‌خورد تا برای چند صباح کوتاهی نیز که شده نوع دیگری از زندگی را بیازماید و مزه کند. در این میان خوراک و خوردن می‌تواند یکی از مهمترین انگیزه‌های سفر باشد برای تجربه نو. خوردن را شاید بتوان به جرات یکی از کهن‌ترین تفریحات و آشپزی را یکی از قدیمی‌ترین هنرهای بشری نام نهاد. تفریح و هنری همپای نوع بشر قدمت دارند. چرا که انسان هیچ گاه از خوردن بی‌نیاز نبوده است. به گونه‌ایی که این نیاز اهل بشری کم کم از جلوه یک نیاز روزمره گذشته و چهره فرهنگی به خود گرفته است. غذا و تغذیه تبدیل شد به بخش مهمی از فرهنگ هر ملت و جای ویژه‌ایی در آداب، رسوم و سنن قوم‌های و قبیله‌های مختلف به خود اختصاص داد. نگاهی به سنن مختلف هر فرهنگ و مذهبی مؤید این نکته است (<http://www.aftab.ir>).

آن هنگام که گردشگر پا به سرزمین مورد بازدید می‌گذارد، علاوه بر پی جویی جاذبه‌هایی که او را بدان مقصد کشانیده است، نیازهای مقدماتی و انسانی دارد که به هر تقدیر باید آنها را تأمین نماید. غذا از جمله نیازهای فیزیولوژیک اولیه انسانی است. اما غذا علاوه بر تأمین این نیاز ضروری، خود به عنوان گونه‌ای قابل اهمیت از جاذبه‌های هر مقصد گردشگری شناخته می‌شود. غذا خوردن، حضور در رستوران‌ها، تریاها و چایخانه‌ها، اسبابی برای گذران اوقات فراغت افراد مقیم و همچنین گردشگران است. غذاهای محلی و چشیدن طعم آن چه تاکنون آن را تجربه نکرده‌ایم، اشتیاق و لذت خاصی به گردشگران هدیه می‌دهد که جانشینی برای آن نمی‌توان یافت (رنجبریان، ۱۳۸۸: ۱۰۵). شاید به همین دلیل است که بسیاری ترجیح می‌دهند با ایجاد رستوران‌های ملی در اقصی نقاط دنیا فرهنگ و تمدن خود را تنها با چشاندن هنر آشپزی ملی خود در صلح کامل به قلب مردم دنیا رسوخ کنند.

## ۲-۴. غذاهای محلی جهان و تأثیر آن بر گردشگری

مکتب‌های مادر آشپزی جهانی، چینی، رومی و ایرانی است و تمامی غذاهای کشورهای جهان از این سه مکتب اصلی سرچشمه گرفته است. در حال حاضر آشپزی چینی توانسته نقش و موقعیت خود را به طور کامل حفظ کند. ارایه چندین نوع غذا با رعایت سلسله مراتب در یک وعده غذایی؛ طبخ سریع و آسان و اهمیت به سلامت غذا و

مواد غذایی، ظروف غذا، تنوع و فراوانی در طبخ و ارائه غذاها، از عوامل تأثیرگذار در گسترش آشپزی چینی است. آشپزی چینی، به جز تأثیر بسیار در آشپزی کشورهای خاوری نظیر: تایلند، مالزی، سنگاپور و... حتی ژاپن و سایر کشورهای منطقه توانسته به راستی سایه تسلط خود را بر پهنه پهناور کره زمین بگستراند، رستوران‌های چینی را ما می‌توانیم در تمامی کشورهای جهان ببینیم (www.loghme.com).

در ترکیه «عثمان آیودگان» دبیرکل اتحادیه روزنامه نگاران توریسم این گونه بیان می‌دارد که: «نقش مهم توریسم تغذیه عمدتاً کمک فزاینده به افزایش درآمد سرانه حاصل از توریسم است البته ما هنوز نمی‌توانیم به طور دقیق مبلغ عظیمی را که از این طریق به دست می‌آید؛ محاسبه کنیم اما به طور قطع سهم بسیار بزرگی در تصویر عمومی هر یک از توریست‌ها دارد که از مقصد مورد نظر نزد خود ترسیم می‌کنند. بسیاری از تورها از قبل برنامه‌ریزی‌های مشخصی برای توریست‌هایی دارند که اغلب علاقمند به چشیدن انواع غذاهای محلی هستند. برخی از توریست‌ها حتی به آشپزخانه‌ها مراجعه می‌کنند تا نحوه پخت و تهیه این غذاها را بیاموزند (www.CNN.com).

اغلب کشورهای دنیا به هدف احیای غذاهای سنتی و گسترش توریسم غذاهایی را به عنوان غذای ملی به مردم جهان معرفی کرده‌اند، اولین جشنواره غذا در ژاپن برگزار شده است؛ تا امروز نیز معتبرترین فستیوال بین‌المللی غذا در همین کشور برگزار می‌شود. اروپا و ایالات متحده پس از ژاپن با هم رقابت می‌کنند.

در ایران هم در سال‌های اخیر جشنواره‌های متعدد غذا با هدف گسترش صنعت توریسم برگزار شده است. اسناد تاریخی بیانگر قدمت چهارهزار ساله غذاهای ایرانی نظیر: انواع سوپ، آش و میرزا قاسمی است. کشور ما با داشتن مناطق و فرهنگ‌های گوناگون و غنی که هر کدام در جای خود انواع پیش غذا، آش، مکمل غذا، غذای اصلی دسر و شیرینی را دارند، یکی از غنی‌ترین سفره‌های غذایی جهان را دارا می‌باشد به طوری که در حدود ۲۲۰۰ نوع غذا و ۱۰۹ نوشیدنی و انواع شیرینی و نان در سطح کشورشناسایی شده است (http://www.aftab.ir).

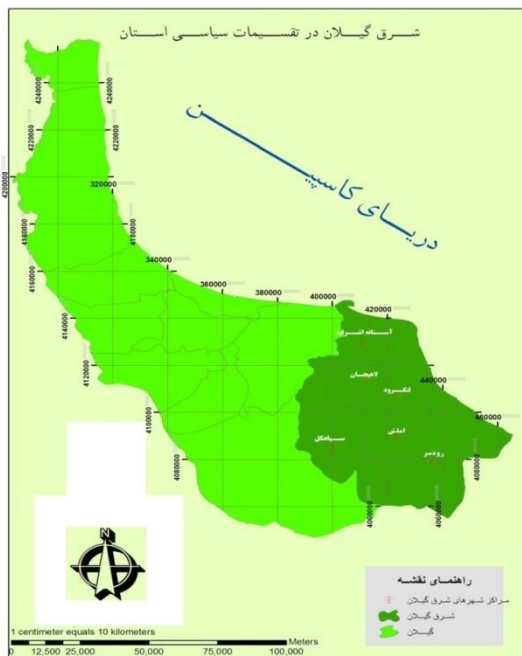
### ۳. روش شناسی تحقیق

در این پژوهش از روش تحقیق کیفی بهره گرفته شده است، به طوری که ابتدا از طریق مصاحبه با صاحب نظران و مفاخر فرهنگی و نیز یافته‌ها و مشاهدات میدانی، سوال‌های پرسش‌نامه تهیه و با استفاده از جدول استاندارد شده مورگان، حجم جامعه نمونه به تعداد ۳۸۴ عدد مشخص گردید. سپس پرسش‌نامه‌ها به صورت تصادفی و در سایت‌های گردشگری رودسر، لاهیجان، کیاشهر و سیاهکل تکمیل شده و با استفاده از نرم افزار Excel نمودارهای مربوطه استخراج شده است. درخاتمه برای آزمون فرضیه‌ها،

از آنجایی که جامعه آماری دارای متغیرهای کیفی بوده بنابراین این سؤالها بر حسب صفات و مقدار رتبه‌بندی گردیده‌اند و از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن برای محاسبه استفاده شده است. جغرافیای تغذیه به عنوان متغیر مستقل و توسعه گردشگری به عنوان متغیر وابسته این تحقیق در نظر گرفته شده است.

#### ۴. موقعیت جغرافیایی شرق گیلان

منطقه شرق استان گیلان قسمتی از استان کم وسعت گیلان است که شش شهرستان: آستانه اشرفیه، سیاهکل، لاهیجان، لنگرود، رودسر و املش را با مجموع مساحت ۴۱۱۶/۵ کیلومتر مربع در بر گرفته است (معاونت برنامه‌ریزی استانداری گیلان، ۱۳۸۶، ۵۸). این محدوده بین ۵۰ درجه و ۳۷ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۲۸ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ و ۳۶ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۸ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. این منطقه از شمال با دریای خزر از جنوب با استان قزوین از شرق با استان مازندران هم مرز است. هم چنین دامنه غربی منطقه مورد مطالعه به غرب گیلان و ناحیه مرکزی گیلان منتهی می‌شود (سازمان برنامه و بودجه استان گیلان، ۱۳۷۵: ۱۹).



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

## ۵. یافته‌ها

### ۵-۱. خوردنی‌های مردم شرق گیلان

در این مقاله جغرافیای تغذیه شرق گیلان در قالب مکتب فضایی مورد تحلیل قرار گرفته است؛ بر این اساس جغرافیای تغذیه در شرق گیلان دارای عناصر و ویژگی‌های مختص این منطقه می‌باشد که الزاماً در جاهای دیگر وجود خارجی ندارد، این عناصر به گونه‌ای است که نمود آنرا به راحتی می‌توان در کشاورزی و معیشت، اقلیم و ویژگی‌های طبیعی، فرهنگ و سنن، و به طور کلی در کلیه شئون زندگی مردم پیدا کرد. همان طور که می‌دانیم مهیا کردن غذایی که باب میل افراد بشر باشد در یک روز و یک ماه و یک سال میسر نیست و ابداع و ابتکار در طبخ و تهیه خوراکی‌ها نتیجه ممارست و تمرین مداوم در طی قرون متمادی است. پس پر بیراه نیست اگر ادعا کنیم که تنوع و گوناگونی و لذت اندیشی اغذیه نزد هر قومی نشانه‌ای از قدمت فرهنگی آن و نیز بهره‌مندی بهینه از جغرافیای منطقه است.

مثالی بسیار ساده گویای تنوع خوراکی‌های شرق گیلان است؛ همان طور که می‌دانیم در آشپزی عمومی ایران و در کتب آشپزی از بادنجان ۵ نوع غذای مسمای بادنجان، کشک بادنجان، قیمة بادنجان، هلیم بادنجان و دلمه بادنجان طبخ می‌شود. در آشپزخانه شرق گیلان علاوه بر غذاهای فوق ۹ غذای دیگر با طعم‌های متفاوت به نام‌های: بادنجان وویج، بادنجان گوده، آبکی قاتوق، کال کباب، انار آغوز، بادنجان کوکو، ورقه، میرزا قاسمی و بورانی بادنجان به عمل می‌آید که این دو مورد آخر یعنی میرزا قاسمی و بورانی بادنجان بر اثر تبادلات فرهنگی و ارتباطات سریع امروزی چند سالی است که در کل کشور و چه بسا در سطح بین‌المللی منتشر شده است.

گوناگونی خورش‌ها در گیلان حاصل قرن‌ها تجربه مردم با ذوق از همه مواهبی است که خداوند به خطه سرسبز و معتدل گیلان اعطاء فرموده است. دو سه غذای اصلی مردم گیلان یعنی ترشی تره و باقلا قاتق و میرزا قاسمی با همه سادگی خود یکباره به وجود نیامده و زنان با سلیقه به تدریج و پس از آزمایش‌های متعدد این غذاها را به این پایه از خوشمزگی رسانده‌اند (میر ابوالقاسمی، ۱۳۷۶: ۳۲-۱۳).

گیلانیان از همه رستنی‌ها گذشته از سبزی‌های متعارف که در سطح میهن ما می‌روید سبزی‌ها ویژه منطقه چون: چوواش، خالواش، بابونه، انجیر، چوچاق و سایر سبزی‌ها را مورد تغذیه قرار می‌دهند. از سیر و برگ آن، این گیاه بد بوی پر خاصیت که امروز از آن در دنیای متمدن و پیشرفته برای درمان بیماری‌ها و پیری استفاده می‌کنند خوردنی‌های خوش مزه چون: سیرابیج، سیرقلیه و شیرین تره ساخته‌اند. دریای خزر که ماهی‌هایی چون: ماهی سفید و ماهی کفال را در آب‌های خود پرورش می‌دهد غذاهای دریایی اکثر گیلانیان را تأمین می‌نماید و گیلانیان، از انواع ماهی به صورت‌های مختلف تغذیه می‌کنند. شیرینی‌های سنتی گیلان محدود است که مهم‌ترین آن حلوای دانه‌های

پخته برنج می‌باشد و همچنین خکاره دببج و رشته و خشکار که در ماه رمضان پس از افطار مصرف می‌گردد.

از آنجا که نان خوراک دائمی مردم این مناطق نبوده است تهیه نان در آن سرزمین تا جنگ جهانی اول ناشی از تفنن بوده است که معروفترین نان‌ها: نان لاکوی کوچصفهان، نان خشک شیرین همان منطقه، نان برنجی منطقه سیاهکل و لفنجان، نان خلقه لاهیجان و نان گندم منطقه لنگرود را می‌توان نام بر (میر ابوالقاسمی، ۱۳۷۶: ۳۲-۱۳). یکی از جلوه‌های بارز جغرافیای تغذیه در شرق گیلان بازارهای محلی آن است، در نقاط شهری و روستایی شرق گیلان به تدریج و بر اثر افزایش شبکه‌های حمل و نقل و راه‌های ارتباطی و نیز وجود بازارهای متعدد محلی همچون: شنبه بازار لنگرود، یکشنبه بازار رودسر، دوشنبه بازار آستانه اشرفیه و رحیم‌آباد و سیاهکل، سه شنبه بازار املش، چهارشنبه بازار چابکسر و کیاشهر و لنگرود و پنجشنبه بازار آستانه، سیاهکل و کلاچای (سایت اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان) تقریباً در تمام نقاط شرق گیلان، غذاها با کیفیت تقریباً یکنواخت یافت می‌شود، مگر در مواردی که گیاه یا ماده خاص غذایی به مقدار محدود در یک نقطه وجود داشته باشد که به تبع آن غذای مخصوص به آن ماده خوراکی در آن نقطه به عمل بیاید.

غذاهای محلی شرق گیلان ۵ ویژگی مهم دارند که به نوعی با غذاهای سایر نقاط کشور متفاوت است و این ۵ ویژگی عبارتند از :

۱. وجود و تنوع گسترده غذاها با منشاء گیاهی، به طوری که اگر یک بانوی گیلانی بخواهد تا ۳۰ روز هم می‌تواند بدون استفاده از گوشت غذاهای گیاهی با طعم‌های مختلف طبخ نماید. برخی از این غذاها که در فرهنگ غذایی شرق گیلان با پسوند «تره» شناسایی می‌شوند، عبارتند از: ترش تره، گزنه تره، خنشه تره، شیرین تره، کدو تره، خلفه تره، اشکنه تره، پیلاس تره، تورنگ زبانی تره و ...

ویژگی همه غذاهایی که نام آنها به «تره» ختم می‌شود، این است که در پخت همه آنها از برگ سیر تازه استفاده می‌شود.

۲. ویژگی دومی که آشپزخانه شرق گیلان از آن بهره مند است وجود انواع غذاها است که در فرهنگ غذایی امروز جهان به آنها Fast Food اطلاق می‌شود، ویژگی این غذاها این است که در کمترین زمان ممکن طبخ و آماده خوردن می‌شوند و نام آنها دارای پسوند «بیج» می‌باشد. مانند: سیرابیج، هویج بیج، پنیر بیج، خشکابیج و ...

۳. ویژگی سوم غذاهای محلی شرق گیلان، استفاده هوشمندانه برخی از مواد غذایی است که از بروز برخی از بیماریها جلوگیری می‌کند:

همان طور که می‌دانید «سیر» در اغلب غذاهای شرق گیلان دیده می‌شود. نیاکان ما بر اثر تجارب خود دریافته بودند که سیر در تضاد با رطوبت که عامل رماتیسم است



محسوب شده و لذا از این گیاه در اغلب غذاهای خود استفاده می‌کردند و امروزه با توجه به تحقیقات علمی و اثبات خواص دارویی سیر می‌بینیم که استفاده از آن در اکثر غذاهای این منطقه پر بیراه نبوده است. یا استفاده از گیاهی بنام «تین» که شبیه (سبزی شوید) است و در غذاهای مربوط به خانم‌های باردار در شرق گیلان از آن استفاده می‌شود و امروزه خواص هورمونی این گیاه نیز کشف شده است. یا خوردن ساقه تازه لوبیا چشم بلبلی به صورت بخارپز در روستاهای شرق گیلان، که خواص پزشکی آن امروزه برای طراوت و شادابی پوست به اثبات رسیده است.

۴. ویژگی دیگری که می‌توان برای سفره شرق گیلان در نظر گرفت این است که اجداد ما در این منطقه با تجارب خود به این مهم دست یافته بودند که آثار نامطلوب یک ماده غذایی بر بدن را با یک ماده غذایی متضاد آن از بین ببرند، مثلاً هر گاه قرار باشد در سفره غذایی، «اشپل» (خاویار ماهی) که بسیار شور است و باعث افزایش فشار خون می‌شود، خورده شود، حتماً در گوشه دیگر سفره باقلی سبز وجود دارد که کاهش دهنده فشار خون و نقش متعادل کننده و مکمل برای اشپل دارد.

۵. و در نهایت ویژگی آخر سفره شرق گیلان، سفره آرابی و نقش رنگ‌های مختلف در سفره و همچنین شیوه زندگی مردم، طبیعت منطقه، لباس‌های محلی که مردم می‌پوشند، وجود بازارهای متعدد محلی که باعث می‌شود یک بانوی شرق گیلانی با ذوق و هنر خود، نوع غذایی که می‌خواهد بپزد را انتخاب می‌کند و در یک کلام مجموعه عناصر فضایی که به پخت یک غذای محلی منتهی می‌شود از برجسته ترین ویژگی‌های سفره غذایی شرق گیلان است (مصاحبه نگارندگان با خانم احترام حجت‌مند).

## ۵-۲. مناسبت‌های پخت و تهیه غذا

### ۵-۲-۱. جشن‌ها

غذای مخصوص عروسی در شرق گیلان در سابق بیشتر از خورشت‌های رایج نظیر: آلو مسماء، اناردانه مسماء، فسنجان، کوکوی شامی ترش بود. ولی امروزه برای جشن‌ها زرشک پلو یا چلو کباب جهت پذیرایی استفاده می‌شود.

شب چهارشنبه سوری، غذای مخصوص که عبارتند از: خورشت ترش تره و ماهی شکم پر استفاده می‌شود. همچنین در این شب آجیل سنتی شامل: گندم، برنج، عدس، کنجد، سویا و بادام زمینی برشته شده با نمک برای بعد از شام آماده می‌شود و در شب عید پلوی شب عید سبزی پلو با ماهی سرخ شده استفاده می‌کنند. در شب چله نیز در اکثر خانه‌ها هندوانه به عنوان سنت دیرینه رایج است که در کنار آن تنقلاتی که خانم خانه از شب قبل تدارک دیده است، نظیر: ازگیل ترشی و آجیل سنتی از مهمانان پذیرایی می‌شود. علاوه بر آن میوه‌های فصل نظیر: پرتقال، لیمو، نارنگی، انار نیز به همراه

سایر تنقلات خورده می‌شود. در حال حاضر استفاده از آجیل‌های بازاری مخصوص شامل: نخود، عدس برشته شده در نمک استفاده می‌کنند و معمولاً آن را به صورت کاسه‌ای به خانه دوستان و آشنایان می‌فرستند.

در بیشتر جشن‌ها مونتجان قاتوک با ترکیب: پیاز خرد شده، گوشت، رب، گوجه و ادویه جات تهیه می‌شود. این خورشید معمولاً در عزاداری‌ها کاربردی نداشت و بیشتر در جشن‌ها و عروسی‌ها تهیه می‌شد. در عروسی‌ها معمولاً نوعی کوکوی سبزی که با ترکیب جگر مرغ یا گوسفند یا گاو (بسته به نوع گوشت مصرفی در عروسی) پخته و خورده می‌شود؛ لازم به ذکر است این غذا معمولاً خارج از عروسی تهیه نمی‌شود. (حسینی نثار، ۱۳۸۵: ۲۷۰).

### ۵-۲-۲. سوگواری

غذای مخصوص در مراسم عزاداری در سابق انواع خورشیدهای رایج نظیر: فسنگان و آلومسماء و قیمه به همراه برنج، سبزی خوردن و ماست بوده است. ولی امروزه در این مراسم علاوه بر این غذاها گاهی اوقات از غذاهای رستوران‌ها نیز استفاده می‌شود. در مراسم ماه محرم، پخت انواع آش‌ها به ویژه آش امیرالمومنین، آش فاطمه زهرا و شعله زرد متداول است. در ایامی چون عاشورا، سوم امام، ۲۸ صفر، اربعین حسینی در اکثر خانه‌ها پخت آش به صورت نذری و خیراتی انجام می‌گیرد. علاوه بر آن در طول دهه اول ماه محرم نیز اکثر خانه‌ها به صورت نذری از دسته عزادار با شربت تخم ریحان، شیر و گلاب استقبال و پذیرایی می‌کنند.

در ماه رمضان نیز در اکثر خانه‌ها در ۳ روز احیاء، پذیرایی و انجام مهمانی‌های خانوادگی رایج است. در طول ماه رمضان در سفره افطاری انواع اغذیه از قبیل: فرنی، حلوا، رشته خشکار، بامیا و زولبیا استفاده می‌شود. به ویژه در بعضی از خانه‌ها در سه روز احیاء فرنی و شعله زرد برای خیرات و نذر پخته و پخش می‌شود (حسینی نثار، ۱۳۸۵: ۲۷۱).

### ۵-۲-۳. بارداری

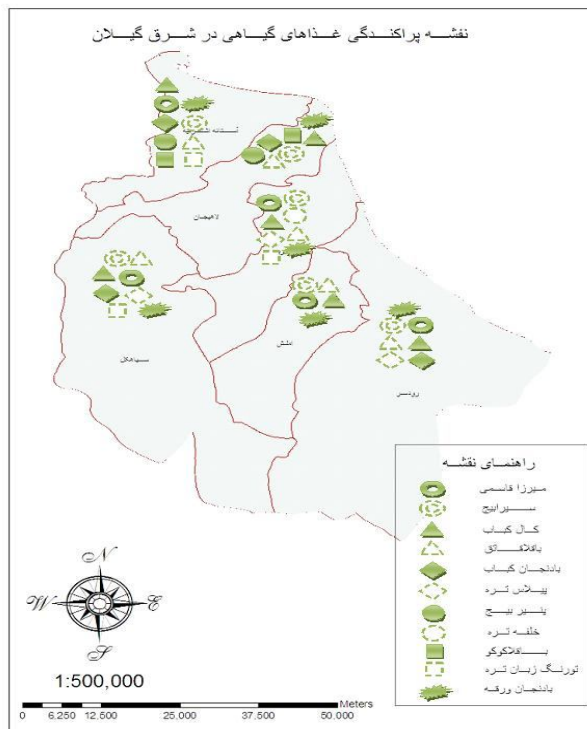
در زمان بارداری تمامی میوه‌ها به ویژه سیب، گلابی، به، برای رشد جنین و سلامت مادر توصیه می‌شود. خوردن گوشت تازه گوسفند و ماهی برای زنان باردار نافع است. اما بعد از زایمان و هنگام شیردهی، خوردن گوشت ماهی ازون برون برای نوزاد پسر ضرر دارد چون ایجاد باد فتق می‌کند.

برای افزایش شیر مادر برنج را به صورت آبکش نموده سپس با مقداری روغن سرخ می‌کنند. بعد از زایمان از قویماق، مرکب از آرد گندم که در روغن سرخ نموده ( کره

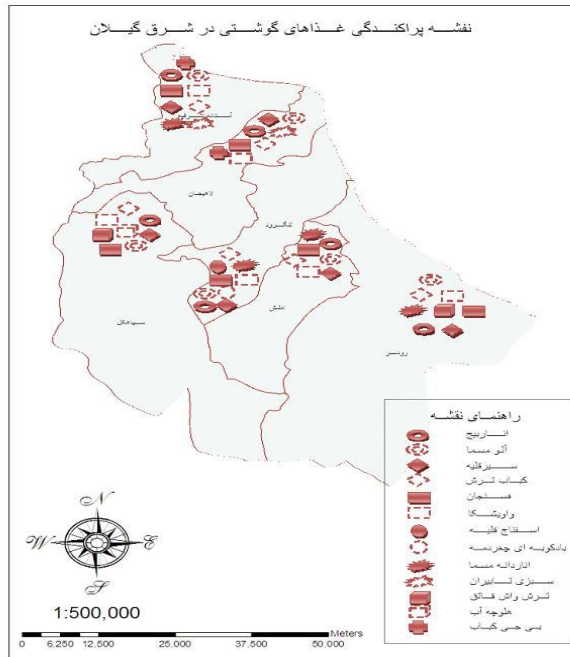
حیوانی) و شکر که در آب رقیق کرده‌اند، برای رفع دردهای زایمان و افزایش قوت زن زائو توصیه می‌شود. کره را با پلو کته داغ می‌خورند. شکر یا دوشاب اربا با کته و کره آمیخته به جهت گرمی می‌خورند. آب جوجه را با نان تلیط شده جهت افزایش قوت زن زائو می‌خورند (حسینی نثار، ۱۳۸۵: ۲۷۱).

#### ۴-۲-۵. غذای کشاورزان هنگام کار در شالیزار

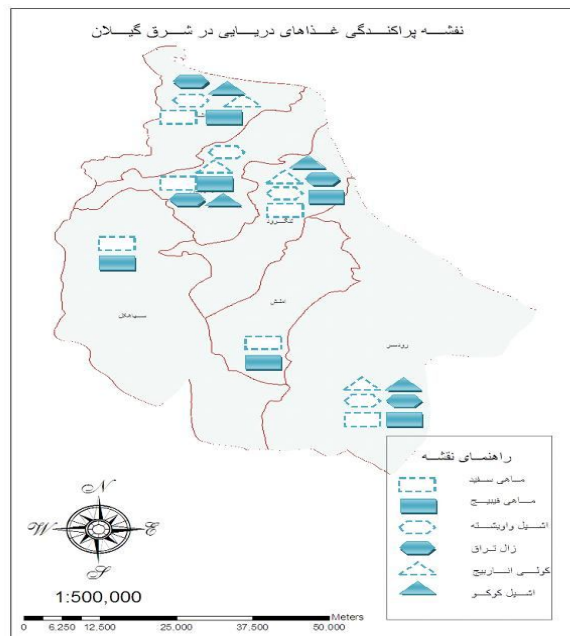
شالی کاران ساعت ۹ تا ۱۰ صبح برای یاوران که گرسنه هستند، برنج همراه با تخم مرغ پخته و باقلای مازندرانی و سیر می‌دهند، این غذا قبل از ناهار است، بعضی روزها برنج همراه با ماهی شور صرف می‌شود که باقلای مازندرانی چاشنی آن است، بین ساعت ۱۲ تا ۱ بعد از ظهر ناهار می‌خورند (عباسی، ۱۳۸۶: ۳۲۲). در ادامه پراکندگی غذاهای منطقه شرق گیلان را در قالب ۳ شکل (غذاهای گیاهی، غذاهای گوشتی و غذاهای دریایی) نمایش داده شده است.



شکل ۲. پراکندگی غذاهای گیاهی در شرق گیلان



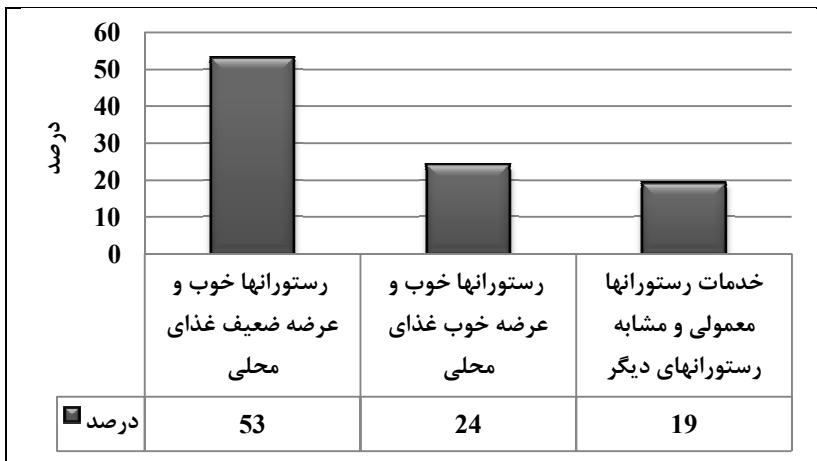
شکل ۳. پراکندگی غذاهای گشتی در شرق گیلان



شکل ۴. پراکندگی غذاهای دریایی در شرق گیلان

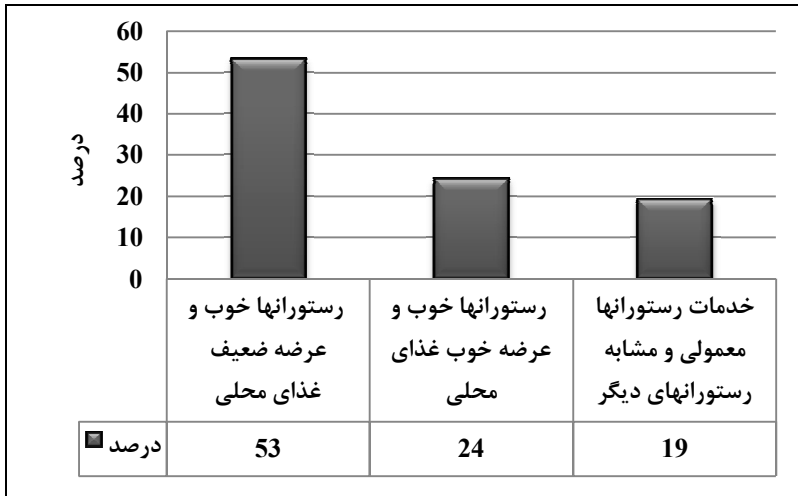
## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

واقعیت این است که غذای ایرانی در تاریخ جوامع بشری به موقع خود نقش به‌سزایی بازی کرده است. نگاهی به تاریخ فرهنگ غذایی بشر نشان می‌دهد که غذای ایرانی، حتی در غیاب امپراتوری ایران یا هرگونه موجودیت دولت ملتی، روی عادات غذا خوری بخش اعظمی از مردم جهان تأثیر خود را گذاشته است. اما این تاریخ پرافتخار ارتباطی به وضع کنونی آشپزی ایرانی ندارد. واقعیت در این است که وضع کنونی آشپزی ایرانی بسیار وخیم است و هیچ تعریفی ندارد. رستوران‌های سنتی ایرانی معمولاً به جز چند نوع کباب، دیزی و یک نوع خورش و ماهیچه و ماهی چیزی ندارند. شمال ایران با این همه غنای غذایی و موج عظیم مسافرانی که دریافت می‌کند هنوز صنعت رستورانی قدرتمندی از خود بیرون نداده است. واقعیت این است که بسیاری از مسافران ایرانی ترجیح می‌دهند با تحمل مصائب عظیم غذای خانگی را در سفر بپزند و بخورند. با این تفاسیر درصد بالایی از گردشگران به سؤالی در رابطه با غذای محلی و رابطه آن با سفر مجدد وانگیزه مسافرت خود داشتن خاطره‌ای خوش و لذت بردن از صرف یک غذای محلی در یک فضای مناسب و خاطره انگیز همراه با مهمان نوازی خاص گیلانیان با درصد بالایی پاسخ دادند که نمودارهای زیر به روشنی گویای آن هستند. شاید بتوان گفت تنها غذاهای محلی به لحاظ منحصر به فرد بودن و تهیه از مواد خاص منطقه هم چنان در مقابل الگوهای غذایی غیر بومی به خود نمایی و حیات خود ادامه می‌دهد و به عنوان بارزترین ویژگی در بین گردشگران شناخته می‌شود. فقط ۴ درصد از گردشگران کاملاً با انواع غذاهای محلی آشنایی داشتند، ۵۰ درصد بعضی از غذاهای محلی را می‌شناختند و ۴۶ درصد هیچ آشنایی با غذاهای محلی نداشتند.



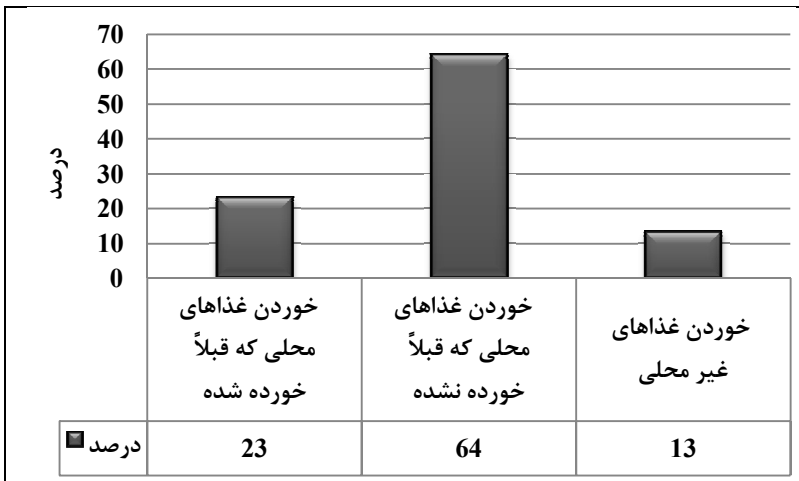
شکل ۵. درصد میزان آشنایی گردشگران با غذاهای محلی

هم چنین ۱۴ درصد از آنان غذای محلی را انگیزه اصلی سفر مجدد خود اعلام کرده‌اند، ۵۵ درصد معتقدند ترکیبی از غذاهای محلی و آداب و رسوم و طبیعت در جذب آنها برای سفر مجدد به این منطقه مؤثر بوده است. ۳۱ درصد غذای محلی را در سفر مجدد خود مؤثر نمی‌دانند.

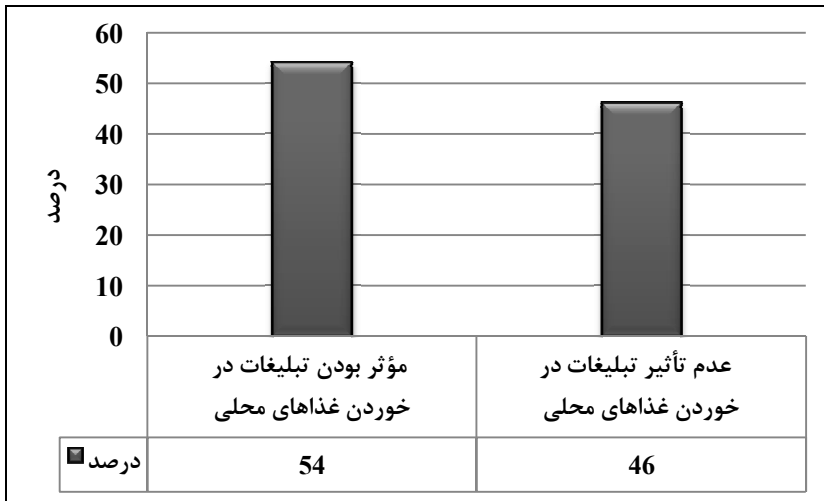


شکل ۶. درصد میزان تأثیر خوردن غذاهای محلی در سفر مجدد

از این میان ۲۳ درصد از گردشگران مایلند غذاهای محلی را که قبلاً خورده بودند، مجدداً میل کنند. ۶۴ درصد از آنها دوست دارند غذای محلی جدید را امتحان کنند و ۱۳ درصد آنها ترجیح می‌دهند غذاهای غیر محلی بخورند.

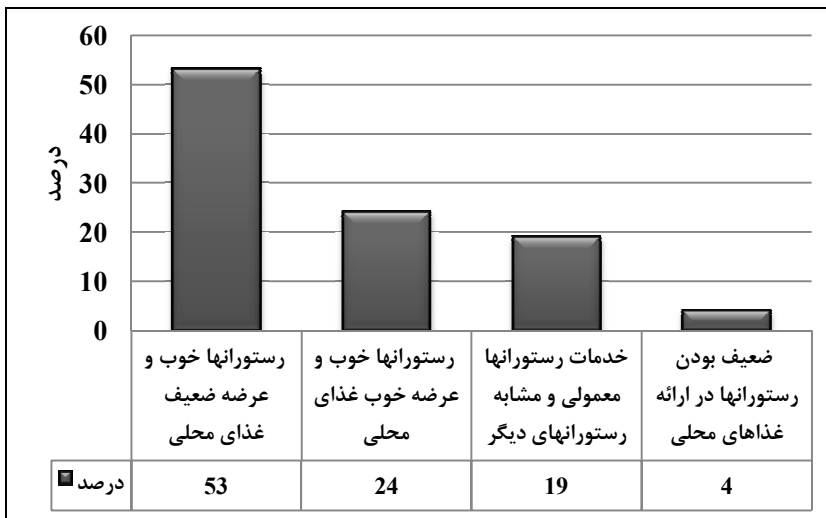


شکل ۷. درصد میزان خوردن غذاهای محلی در صورت مسافرت مجدد



شکل ۸. درصد میزان تأثیر تبلیغات در خوردن غذاهای محلی

۵۴ درصد گردشگران نقش تبلیغات را در انتخاب غذای محلی خود مؤثر می‌دانند و ۴۶ درصد از آنها به تبلیغات توجهی ندارند. هم چنین ۵۳ درصد از گردشگرانی که برای صرف غذاهای محلی به رستوران‌ها رفته بودند، عرضه غذاهای محلی را حتی در رستوران‌های خوب، ضعیف می‌دانستند. ۲۴ درصد از نحوه ارائه غذاهای محلی در رستوران‌های خوب رضایت داشتند و ۱۹ درصد خدمات رستوران‌ها را معمولی و مشابه رستوران‌های دیگر می‌دانستند و ۴ درصد نیز خدمات رستوران‌ها را ضعیف شمردند.



شکل ۹. درصد میزان رضایت از خدمات رستوران‌ها از نظر ارائه غذاهای محلی

برای آزمون فرضیه، جامعه آماری، دارای متغیرهای کیفی بوده بنابراین سؤالها برحسب صفات و مقدار رتبه بندی گردیده و از ضریب همبستگی اسپیرمن برای محاسبه آنها استفاده شده است (ر.ک به مهدوی و طاهرخانی، ۱۳۸۵: ۱۷۰).

ضریب رتبه‌ای اسپیرمن با توجه به رتبه بندی سؤالها، به وسیله نرم افزار SPSS، ۰/۹۱۸ محاسبه شد که مقدار آن با در نظر گرفتن خطاهای اندازه گیری ( $\alpha=0/05$ ) نشان می‌دهد که بین تنوع غذایی در محدوده شرق گیلان و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر همبستگی آن مستقیم و تقریباً کامل است و این به این معنی است که خوردن غذاهای محلی در کنار هر یک از جاذبه‌های گردشگری شرق گیلان به توسعه توریسم در این مناطق منجر خواهد شد.

رشد شهرنشینی و پیشرفت تکنولوژی در فرهنگ و عادات غذایی افراد تأثیر می‌گذارد. رابطه‌ی ارگانیک سفره رستوران‌ها و سفره‌خانه‌ها، به خصوص در دنیای مدرن سرمایه‌داری که دیگر بخش اعظم جمعیت باید برای امرار معاش «بیرون از خانه» کار کند، باعث شده است که این عدم تنوع به سفره‌ی خانه‌ها نیز راه پیدا کند و نتیجه این است که امروز، در آغاز قرن بیست و یکم، تنوع غذای خانواده‌ی ایرانی هیچ چنگی به دل نمی‌زند. غذاهای محلی در هر فرهنگی ویتترین آن فرهنگ بوده و سابقه آن را نشان می‌دهد، همان طوری که معمولاً بهترین کالاها در ویتترین نمایش داده می‌شوند غذاهای محلی در شرق گیلان نیز می‌تواند بهترین کالا در ویتترین گردشگری این منطقه باشد.

غذای ایرانی باید از این بن‌بست بیرون بیاید و چاره‌ی این راه، پیش از هر چیز به تغییر فرهنگ شهرنشینی، درک بهتر معنای رستوران در شهرهای بزرگ و در نتیجه تغییر گسترده‌ی عادت‌های غذایی است. تنها وقوع این رویدادها در کشور مادر است که می‌تواند به اتفاق‌های بزرگ و مثبت برای غذای ایرانی بیافتد. ایرانی‌ها باید با کمی کنجکاو و ماجراجویی بیشتر به سراغ غذاهای ملل دیگر بروند. در عین حال سنت‌ها و پیشینه‌ی غذایی نقاط مختلف ایران باید بیش از پیش زنده شود و توسط بستر اصلی جامعه اتخاذ شود.

دیدن و لمس کردن تفاوت‌ها مهمترین انگیزه سفر و جهانگردی است. هیچ بازاری بدون وجود مشتری شکل نمی‌گیرد و بدون افزایش تقاضا رونق نمی‌یابد. وضعیت کنونی «منو» در رستوران‌ها محدودیت غذای سرو شده در آنها و فراموش شدن تعداد زیادی از غذاهای ایرانی ناشی از نبودن تقاضا است. در حالی که اگر رستوران داران و مدیران واحدهای پذیرایی احساس کنند تقاضا برای غذاهای اصیل ایرانی وجود دارد حتماً آن را در منوی غذاهای خود خواهند گنجانند. سرو این نوع غذاها در رستوران‌های سراسر کشور علاوه بر رونق کار آنها، هم از نابودی و فراموش شدن فرهنگ غنی غذای ایرانی جلوگیری خواهد کرد و هم به صورت جاذبه‌ی جدید، گردشگران دنیا را به سوی این



مرز جذب خواهد کرد. علاوه بر این که می‌توان با آموزش این نوع غذاها و وارد کردن آن به لیست غذاهای سرو شده در رستوران‌ها، رستوران‌های زنجیره‌یی به عنوان غذایی ایرانی در سراسر دنیا راه‌اندازی کرد و از این طریق به معرفی ایران و تبلیغ جاذبه‌های مختلفی در سراسر دنیا پرداخت. همان‌گونه که رستوران‌های ایتالیایی، چینی، ترکی و ... این کار را انجام می‌دهند. علاوه بر این که طبق تحقیقات صورت‌گرفته بیش از ۱۰۷ نوع غذای اصیل ایرانی قابلیت تهیه به صورت فست فود را دارا هستند و می‌توانند جایگزین مناسب و سالمی برای فست فودهای کنونی که عموماً مضر و کم فایده هستند نیز قرار گیرد ([www.jamejamonline.ir](http://www.jamejamonline.ir)).

همچنین نباید فراموش کرد که بسیاری از غذاهای ایرانی را می‌توان به صورت کنسرو تهیه کرد تا هم با زندگی مدرن کنونی همساز شده و به دست فراموشی سپرده نشوند و هم راحت‌تر بتوان غذا و ذایقه ایرانی را به سراسر دنیا عرضه و صادر کرد. با رشد روزافزون زندگی شهری، نسل جدید دیگر رقبت وقت گذاشتن برای پخت غذا از خود نشان نمی‌دهد؛ از آن جایی که آشپزخانه گیلانی سنبله از غذای ایرانی است، با توجه به یافته‌های تحقیق بایستی با رعایت تمهیداتی این شناسه گردشگری توسط مسئولین مربوطه حفظ گردد، در غیر این صورت یکی از زیباترین جاذبه‌های میراث فرهنگی شرق گیلان از بین خواهد رفت. لذا برای حفظ این میراث کهن و نیز توسعه گردشگری منطقه راهکارهای ذیر پیشنهاد می‌شود:

۱. ملزم نمودن ادارات و دستگاه‌های دولتی به استفاده از غذاها و شیرینی‌های محلی شرق گیلان برای پذیرایی از میهمانی‌ها و جلسات و همایش‌هایی که در این منطقه برگزار می‌شود.
۲. برگزاری تورهای یک روزه به مناطق شرق گیلان با تأکید بر گردشگری تغذیه.
۳. استفاده دائمی از عنصر غذا به عنوان جزئی از برند گردشگری منطقه.
۴. احداث مهمانپذیرها و اقامتگاه‌های کاملاً سنتی و ایجاد فضای بومی در آنها به همراه سرو غذاهای محلی در روستاهای هدف گردشگری شرق گیلان.
۵. ایجاد رستوران‌های سنتی در روستاهای هدف گردشگری.
۶. حمایت از رستوران‌هایی که در امر اشاعه غذاهای سنتی فعال می‌باشند مانند: رستوران مهتاب لاهیجان.
۷. ایجاد غرفه‌ای دائم در کلیه نمایشگاه‌های گردشگری داخلی و خارجی که به معرفی مستند غذاهای محلی شرق گیلان اقدام نمایند.
۸. ساخت و پخش برنامه‌های مستند در ارتباط با توریسم تغذیه شرق گیلان.
۹. ساخت و پخش برنامه‌های تبلیغاتی خاص توریسم تغذیه شرق گیلان.
۱۰. برپایی کارگاه‌های آموزشی فشرده و کوتاه مدت در زمان‌های پیک گردشگری که در معرض دید همگان برگزار شده و پختن غذاهای محلی شرق گیلان را آموزش دهند.

## ۷. منابع

۱. حسینی نثار، مجید، ۱۳۸۵، مردم نگاری شهرستان آستانه اشرفیه، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان.
۲. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی، ۱۳۸۸، شناخت گردشگری، انتشارات چهار باغ.
۳. سازمان برنامه و بودجه استان گیلان، ۱۳۷۵، طرح جامع توسعه استان گیلان، مرحله یکم، جلد یکم.
۴. صفی نژاد، جواد، ۱۳۸۷، مبانی جغرافیای انسانی، انتشارات دانشگاه تهران.
۵. عباسی، هوشنگ، ۱۳۸۶، مردم نگاری شهرستان رودسر، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان.
۶. فرید، یداله، ۱۳۵۴، جغرافیای تغذیه، انتشارات دانشگاه تبریز.
۷. معاونت برنامه ریزی استانداری گیلان، ۱۳۸۶، سالنامه آماری استان گیلان (۱۳۸۵).
۸. مهدوی، مسعود و طاهرخانی، مهدی، ۱۳۸۵، کاربرد آمار در جغرافیا، تهران، انتشارات قومس، چاپ دوم.
۹. میرابوالقاسمی، سید محمدتقی، ۱۳۷۶، غذاهای سنتی در گیلان تغییرات فرهنگی و پیامدهای آن، سازمان میراث فرهنگی.

10. <http://www.behsite.com>
11. <http://www.aftab.ir>
12. <http://www.loghme.com>
13. <http://www.CNN.com>
14. <http://www.gchto.ir>
15. <http://www.jamejamonline.ir>