

مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه)

عبدالحمید پاپزن - دانشیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

پرستو قبادی* - دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه رازی

کیومرث زرافشانی - دانشیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

شهریار گراوندی - دانشجوی دکترای توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی

پذیرش نهایی: ۱۳۸۹/۹/۲۰

دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۳/۲۲

چکیده

گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های فرعی صنعت گردشگری است که عده‌ای آن را بخشی از بازار گردشگری و عده‌ای دیگر سیاستی برای توسعه روستایی قلمداد می‌کنند. اکنون که روستاییان ما با مشکلاتی همچون بیکاری، بهره‌وری پایین کشاورزی، مهاجرت روزافزون به شهرها و حاشیه‌نشینی مواجه‌اند، توسعه گردشگری روستایی می‌تواند در جهت رفع این معضلات مؤثر باشد و چونان نوشدارویی باعث تجدید حیات روستاها شود. در این زمینه با بهره‌گیری از پارادایم کیفی و نظریه بنیانی در این پژوهش به مطالعه موردی مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی در روستای حریر استان کرمانشاه پرداخته شد. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه عمیق، مشاهده مستقیم، تهیه عکس و فیلم، اسناد و مدارک کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد. روایی پژوهش را نیز کارشناسان سازمان میراث فرهنگی استان کرمانشاه تأیید کردند. نتایج نشان داد که مشکلات گردشگری روستایی در روستای حریر عبارت‌اند از: فقدان امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کمرنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، فقدان شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و بموقع، عدم حمایت و توجه کافی دولت. محدودیت‌ها نیز شامل اینهاست: فقدان اطلاعات دقیق آماری، و تغییرات اقلیمی.

کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، نظریه بنیانی، پژوهش کیفی، کرمانشاه، روستای حریر.

مقدمه

گردشگری روستایی دارای مزایای بسیاری است و می‌تواند جزو گزینه‌های مناسب برای کسب درآمد و اشتغال‌زایی و ایجاد تغییرات مثبت در درآمد روستایی در نظر گرفته شود. این موضوع نیازی محسوس برای توسعه و احیای اقتصاد روستایی است که علاوه بر گسترش گردشگری، باعث ورود روش‌های امروزیین کشاورزی در نواحی روستایی نیز می‌شود. گردشگری و توسعه آن ابزاری ضروری برای برنامه‌ریزی توسعه و روستاها به‌شمار می‌آید. گردشگری به شکوفایی اقتصاد روستایی و ایجاد راهی برای عرضه تولیدات محلی و ایجاد ارزش افزوده بسیار کمک می‌کند (Augustin, 1998). علاوه بر این، گردشگری منبع بسیار مهمی برای اشتغال نیروی کار غیرماهر، به‌ویژه زنان و مهاجران فقیر روستایی است. این اشتغال می‌تواند در بخش‌های مرتبط با گردشگری نظیر صنعت و کشاورزی انجام شود. به علت اینکه بخش گردشگری نسبتاً کاربر است، بنابراین سرمایه‌گذاری در آن می‌تواند اشتغال گسترده‌تری را فراهم سازد. از سوی دیگر، با توجه به اینکه گردشگری می‌تواند تعداد زیادی شغل برای زنان و نیروی کار غیرماهر ایجاد کند، در نتیجه می‌تواند به توانمندسازی زنان و کاهش فقر کمک فراوان کند (دهقان، ۱۳۸۴). همچنین گردشگری روستایی می‌تواند موجب تنوع فعالیت‌ها و کاهش ریسک‌های کشاورزی شود و فرصت‌های توسعه همه‌جانبه روستایی را فراهم آورد (سقای، ۱۳۸۲). این صنعت نه تنها از جنبه اقتصادی دارای اهمیت است بلکه موجب ارتقای فرهنگ روحی - معنوی و مسافر، پند آموختن از تاریخ، سلامتی روح و جسم، آموختن دانش و معرفت، تقویت آداب و رسوم و سنن ملی، تأثیرگذاری مثبت در منش و روش زندگی مردم شهرنشین، حفظ آثار تاریخی و اصالت‌های قومی نیز می‌شود. البته لازم به ذکر است که این صنعت با وجود مزایای بسیاری که دارد، دارای معایبی از قبیل تخریب آثار فرهنگی، استحاله فرهنگی، تهاجم فرهنگی و ناهنجاری‌های فرهنگی نیز هست (ازکيا، ۱۳۸۷، ۱۸۶). عوامل بسیاری بر گسترش این صنعت درآمدزا مؤثرند که در این زمینه می‌توان به پژوهش‌های برخی محققان اشاره داشت. نتایج پژوهش خاموشی (۱۳۸۶) نشان داد که گردشگری روستایی باعث ایجاد تقاضا برای محصولات کشاورزی و صنایع دستی و مانع مهاجرت می‌شود و با تأسیس صندوق تعاون جهانگردی

1389, ìÈZÁ•Z14Á•Á1//////////ÈÈZÁZÁÁZÁ, •§

از ویژگی‌ها و یا به عبارتی محدودیت‌های تحقیق کیفی عدم تعمیم‌پذیری آماری است. البته بعضی معتقدند که یگانگی تحقیق کیفی که با تعمیم‌پذیری آن در تعارض است، ویژگی برتر پژوهش کیفی است. این روش از آنجایی ارزشمند است که عمق پدیده را در گروه خاصی بررسی می‌کند و شناخت عمق پدیده اهمیتی بیش از وسعت میدان بررسی دارد (ادیب حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۶).

ویژگی‌هایی که نظریه بنیانی را از سایر روش‌ها متمایز می‌سازد عبارت‌اند از:

X چارچوب مفهومی گراند تئوری^۱ از مطالعات قبلی ناشی نمی‌شود، بلکه ناشی از اطلاعات فعلی است.

X محقق به جای توصیف واحد تحت مشاهده می‌کوشد تا فرایندهای اصلی عرصه اجتماعی را کشف کند.

X محقق هر داده را با تمام داده‌ها مقایسه می‌کند.

X محقق ممکن است در میدان تحقیق روش جمع‌آوری داده‌ها را تغییر دهد و سؤالات ژرف‌کاوانه‌تری را در صورت لزوم مطرح کند.

X محقق در حین جمع‌آوری داده‌ها، آنها را بررسی و شروع به کدگذاری، طبقه‌بندی و مفهوم‌بندی کرده و تقریباً از همان آغاز شروع به نوشتن افکار اولیه خود درباره گزارش می‌کند (همان، ۱۲۵ و ۱۲۴).

گراند تئوری یا نظریه بنیانی از روش‌هایی است که در تحقیقات کیفی استفاده می‌شود و مبتنی بر رویکرد استقرایی^۲ است. این روش‌شناسی به طور وسیعی در جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است (Goulding, 2000) و در تحقیقات ترویجی و توسعه‌ای نیز می‌تواند کاربردهای فراوانی داشته باشد.

1. Grounded Theory
2. Inductive Approach

مرحله دوم: گردآوری داده‌ها

پیش از هر چیز باید به این نکته توجه شود که در تحقیقات کیفی، هیچ یک از روش‌های گردآوری داده‌ها به روش‌های دیگر برتری ندارد، بدین معنی که هر روشی می‌تواند مناسب‌ترین روش برای گردآوری نوعی از اطلاعات باشد. برای تصمیم‌گیری درباره انتخاب روش، نقطه شروع منطقی، تعریف نوع اطلاعات مورد نیاز است (فرشاد گهر و همکاران، ۱۳۸۳).

در این تحقیق علاوه بر استفاده از مصاحبه عمیق، مشاهده مستقیم و غیرمشارکتی، یادداشت‌های عرصه^۱ و بحث گروهی^۲؛ روش‌هایی مانند تهیه عکس و فیلم، مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و اینترنتی نیز به عنوان روش‌های تکمیلی مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند - که در همین قسمت روش‌های اصلی جمع‌آوری داده‌ها تعریف می‌شود.

در مصاحبه عمیق که مصاحبه نیمه‌ساختارمند نیز نامیده می‌شود، هدف این است که گفت‌وگوها به صورت باز انجام شود و به مصاحبه‌شوندگان اجازه داده شود که عقاید و افکارشان را با کلمات آشنای خود بیان کنند. بدین ترتیب در مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند اجازه می‌دهند که تغییرات و آزادی بیشتری بین مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده صورت گیرد. لازم است که پژوهشگر دقیقاً به پاسخ‌های شرکت‌کننده گوش فرادهد و با او همراهی کند. بنابراین مصاحبه‌های عمیق برای آشکارسازی یک موضوع، گفت‌وگو در خصوص جزئیات و در ساختن نظریه مفید هستند (استرابرگ، ۱۳۸۴).

مشاهده مستلزم توجه منظم و ثبت رویدادها، رفتارها و موضوعاتی است که در محیط اجتماعی و مکان محل مورد تحقیق وجود دارد. براساس وضعیت، می‌توان محقق مشاهده‌کننده را به مشاهده‌کننده مشارکتی^۳ و مشاهده‌کننده غیرمشارکتی تقسیم کرد. مشاهده مشارکتی با

1. Field Notes
2. Focus Group Discussion
3. Participant Observer

1389, ÌÈZÁ•ZÁÁ•ÁÁ//////////ÉÈZÁÁÁÁZÁ, •§

(مصاحبه عمیق، مشاهده و قدم زدن در روستا، عکس و فیلم) انبوهی از اطلاعات با اشکال مختلف نوشتاری، صوتی و تصویری بود که پژوهشگر را به مرحله بعدی تحقیق هدایت کرد. لازم به ذکر است که پژوهشگر در این روستا ۷ مورد مصاحبه عمیق با مطلعان روستا اجرا کرد که اکثراً دهیاران و اعضای شوراها بودند.

در نظریه بنیانی کار گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورتی همزمان و همپا دنبال می‌شود و به همین دلیل نمونه‌گیری تئوریک برخلاف نمونه‌گیری‌های آماری که براساس نقشه و طرح از پیش تعیین شده و تقریباً انعطاف‌ناپذیر دنبال می‌شود، در اینجا انجام هر مرحله از کار مسیر آینده و نوع اطلاعات مورد نیاز و افرادی را که باید مورد بررسی قرار بگیرند، مشخص خواهد کرد (پاپزن، ۱۳۸۲، ۱۶۳).

بنابراین در این پژوهش عملیات میدانی و فرایند تکمیل اطلاعات در روستای هدف تا آنجا ادامه پیدا کرد که پژوهشگر به این باور رسید که اظهارنظرها در خصوص موضوع و هدف تحقیق به حالتی یکنواخت و تکراری رسیده است و به عبارتی جست‌وجوی بیشتر به یافتن داده‌های جدیدتر منجر نمی‌شود و این همان چیزی است که تحت عنوان «اشباع تئوریک»^۱ از آن نام برده می‌شود. یکی از تفاوت‌های روش‌های کیفی و کمی نیز در همین وجه از تحقیق است، زیرا در اینجا پژوهشگر است که براساس درک خود تعیین می‌کند که تا کجا باید کار را ادامه دهد و در تمام فرایند تحقیق با داده‌ها و نتایج آن تعاملی تنگاتنگ دارد، که این امر در تحقیقات کمی دیده نمی‌شود.

مرحله سوم: تنظیم داده‌ها

هدف از این مرحله، آشنا ساختن پژوهشگر با داده‌هاست. این مرحله موجب می‌شود که اولین اندیشه‌ها در ذهن پژوهشگر شکل بگیرد و وی درکی ابتدایی از موضوع به دست آورد. در این

1. Theoretical Saturation

مرحله پژوهشگر همه داده‌ها را مرور می‌کند و در این بین به چیزهایی جالب و شاخص توجه

می‌کند و آگاه‌تر می‌شود (Mehmetoglu, 2006).

پژوهشگر در این تحقیق به پیاده کردن نوارهای صوتی، تصویری، تنظیم یادداشت‌های حاصل از عملیات میدانی مبادرت ورزید و ضمن گوش دادن و نگاه کردن به تصاویر به مواردی از قبیل تن صدا و حالات پاسخ‌دهنده با توجه به مکان و موقعیت توجه کرد و تفسیر و برداشت‌های خود را مجدد یادداشت کرد، که حاصل این مرحله ثبت نکات اصلی و برجسته بود.

مرحله چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

اصلی‌ترین فرایند در نظریه بنیانی، تحلیل داده‌هاست که مرکز ثقل پژوهش‌های کیفی است. در اینجا سه شکل از کدگذاری وجود دارد: کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳. این کدگذاری‌ها اشکال تجزیه و تحلیل هستند. لازم به ذکر است که هیچ ضرورتی ندارد که پژوهشگر حتماً این سه مرحله را پشت سر هم بگذارد (پاپزن، ۱۳۸۲).

کدگذاری باز

پژوهشگر با به‌کارگیری سیستم کدگذاری باز، خط به خط داده‌ها را بازنگری می‌کند و پس از تشخیص فرایندهای آن، به هر جمله کد می‌دهد. او می‌کوشد تا حداکثر کدهای ممکن را تشخیص دهد تا مطمئن گردد که کاملاً اطلاعات را بررسی کرده است. بهتر است کدها در حاشیه صفحه نوشته شوند تا یافتن آنها ساده باشد (دانایی‌فرد، ۱۳۸۴). در این مرحله کدها را کدهای اساسی می‌نامند، زیرا از عین کلمات افراد مصاحبه‌شده استفاده می‌شود. دو شیوه

-
1. Open Coding
 2. Axial Coding
 3. Selective Coding

1389, ì ÈZÁ• Z14Á• ÁÁ//////////É/É Z/ÉZÁÁÁa Z Á, •§

کدگذاری اساسی عبارت‌اند از: الف) کدهای دلالت‌انگیز، که پژوهشگر بر مبنای مفاهیم موجود در اطلاعات می‌سازد، ب) کدها از زبان فرد مصاحبه‌شده یا مشاهده‌شده (ادیب حاج‌باقری، ۱۳۸۶، ۱۲۸). در پژوهش حاضر از هر دو شیوه کدگذاری استفاده شده است، به طوری که پژوهشگر کدهای دلالت‌انگیز را با علامت (*) مشخص کرده است، به طوری که تعداد ۸ مورد کد دلالت‌انگیز به دست آمد.

پژوهشگر در این مرحله تلاش کرد که بعد از نوشتن مطالب درک خودش را از آنها نشان دهد و ارتباط بین آنها را بفهمد. در پژوهش حاضر برای انجام کدگذاری باز، پژوهشگر یادداشت‌های میدانی را مرور کرد و پس از استخراج جملات اصلی آنها، اجزای مشابه و معنی‌دار مباحث را به صورت کدهایی ثبت کرد، که جمعاً به ۴۳ مورد رسید و برای هر کدام از نکات اصلی و محوری یک کد انتخاب شد. بدین ترتیب نکات اصلی و محوری حاصل از مصاحبه با خبرگان روستایی با نشانگر (M) به تعداد (۳۳) مورد، و نکات اصلی و محوری حاصل از مصاحبه با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی با نشانگر (K) به تعداد (۱۰) مورد به دست آمد که محقق آن را در جدول ۱-T تنظیم کرد.

(• ZÉ• Y) Š Ā Á , Ā • Z É ZÁÁ É É Z Ā AEI: T μ Á | m

کد	مفاهیم	ردیف
M01	خاکی بودن راه روستا	۱
M02	نبودن جای مناسب برای نشستن در کنار سراب	۲
M03	اطلاع نداشتن از اینکه اینجا روستای گردشگری است	۳
M04	مشکل کم‌آبی	۴
M05	نبودن تابلوی راهنما در جای مناسب	۵
M06	دهیار و شورا چه کنند*	۶

1389, i ÈZã • Z14ã • Áã // È È Z/È Zã/Áã Z Á, • §

(• ZÉ • Y) Ñ Á Á, ã • Z È Zã È È Z Á AEI: È μ Á | ã» Y { Y

ردیف	مفاهیم	کد
۲۹	سرگردان بودن مسافران*	M29
۳۰	مگر چند نفر می‌توانند مغازه بزنند*	M30
۳۱	لباس جوانان مد روز	M31
۳۲	دست‌نوشته‌های (استقلال-پیروزی) روی دیوار	M32
۳۳	همکاری نکردن دولت	M33
۳۴	هنرهای دستی تغییر کرده	K34
۳۵	نبود روش استاندارد برای تخمین تعداد مسافران	K35
۳۶	نبود فروشگاه صنایع دستی	K36
۳۷	از خوراکی‌های سنتی خبری نیست	K37
۳۸	از بین رفتن سوغاتی‌های روستا	K38
۳۹	همکاری نکردن سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها	K39
۴۰	مشارکت نکردن مردم	K40
۴۱	از بین رفتن معماری سنتی	K41
۴۲	کمرنگ شدن فرآورده‌های محلی و سنتی	K42
۴۳	داشتن چند راه ورودی و خروجی در بعضی روستاها*	K43

* کدهای دلالت‌انگیز

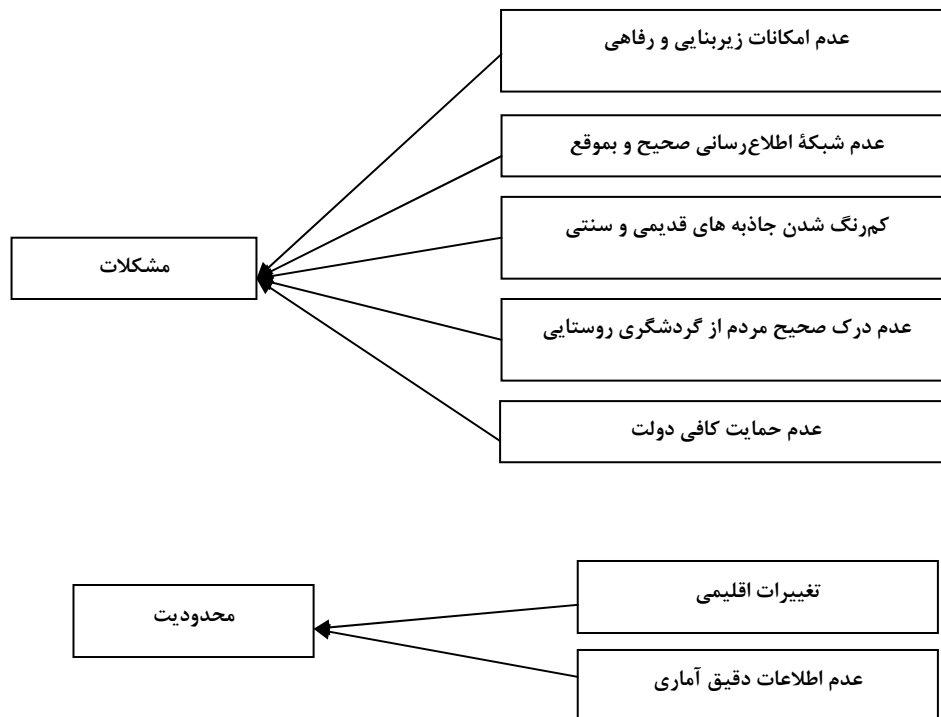
کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری، طبقات^۱ تشکیل شده توسعه می‌یابند و هر طبقه شامل زیرطبقه‌هایی خواهد شد و ارتباط هر یک از آنها نیز مشخص می‌شود. لازمه مرحله کدگذاری محوری مقایسه

1. Categories

شامل می‌شود. آنچه در این مرحله اتفاق می‌افتد در واقع تحلیل کل‌نگرانه بر فرایندهایی است

که در طول تحقیق رخ داده است و پژوهشگر براساس تمامی داده‌هایی که در اختیار دارد و برداشتی که خود در مسیر پریچ و خم پژوهش اندوخته، خط سیر داستان¹ را دنبال می‌کند. داستان، به طور ساده توصیف خاصی است درباره پدیده‌ای اصلی که مطالعه می‌شود و خط سیر داستانی، مفهوم‌سازی چنین داستانی است.



شامل می‌شود. آنچه در این مرحله اتفاق می‌افتد در واقع تحلیل کل‌نگرانه بر فرایندهایی است

1. Story Line

مرحله پنجم: طراحی و اعتبار مدل

در این مرحله، داده‌ها به نظریه یا مدل تبدیل می‌شوند. در واقع، ساخت مدل یا نظریه از اولین تحلیل‌ها آغاز می‌شود و تا آخرین تحلیل‌ها ادامه می‌یابد. اولین قدم در مرحله طراحی مدل، طبقه‌بندی مرکزی است که درون‌مایه تحقیق را نشان می‌دهد. این طبقه بین داده‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کند، اما خود در بین داده‌ها نیست (ادیب حاج‌باقری به نقل از پریست، ۱۳۸۶). با این تفاسیر با توجه به درک و دریافت پژوهشگر از مرحله آخر نظریه بنیانی در تحقیق حاضر، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل حول محور هدف اصلی قرار گرفت و با پیوند دادن کدها (کدگذاری باز)، مفاهیم (کدگذاری محوری)، مقوله‌ها (کدگذاری انتخابی) مدل مفهومی تحقیق ترسیم شد و تأیید نظر کارشناسان نیز به مدل اعتبار بخشید.

معرفی روستای حریر

روستای «حریر»^۱ از توابع بخش مرکزی شهرستان دالاهو^۲ در استان کرمانشاه در ۵ کیلومتری شهر کرد غرب، ۳۷ کیلومتری شهر اسلام‌آباد و ۱۰۰ کیلومتری کرمانشاه قرار دارد. این روستا از شمال به دهستان بیونج، از شمال غرب به دهستان بان زرده، از شمال شرق به دهستان کوران، از شرق به دهستان حومه شمالی، از جنوب شرقی به دهستان حومه و از غرب و جنوب غربی به شهرستان سرپل ذهاب محدود می‌شود.

روستای حریر در محدوده کوهستانی غرب استان کرمانشاه استقرار یافته و ارتفاع آن از

۱. به گفته اهالی روستا، «حریر» یعنی لطافت و قشنگی. روستای حریر به دلیل برخورداری از موقعیت طبیعی و اقلیمی مطلوب، مناظر و جلوه‌های طبیعی منحصر به فردی دارد. مراتع حاصلخیز و سرسبز روستا، به خصوص با چشم‌اندازهای کوهستانی در فصول بهار، تابستان و پاییز، زیبایی‌های شگفت‌انگیز و جلوه‌های جذابی پدید می‌آورند. نام این روستا را نیز به خاطر همین زیبایی و سرسبزی پنهان آن حریر نهاده‌اند.
۲. وجه تسمیه این شهرستان از نام کوه‌های دالاهوست که مظهر اقتدار و زیبایی منطقه است.

É ç Z Æ A Q V Æ Z Z # B Z É É Á • { É Z A É { Á Á c X Ô ° C E I * I I I I I I I I % I Y • Z % Z Æ j | ¼ v • Y | ^ Y

امر ساماندهی گردشگری برای بنیان‌سازی توسعه روستایی ضروری به نظر می‌رسد، چرا که طرح گردشگری روستایی و معرفی روستای مذکور در استان کرمانشاه با دخالت سازمانی دولتی شکل گرفته است. از جدی‌ترین مواردی که به آن اشاره می‌شود، طبقه‌گسترده «عدم امکانات زیربنایی و رفاهی» است. مردم روستا به خرابی جاده، نبود توالی عمومی، مشکل فاضلاب، و مخابرات اشاره می‌کردند. به‌جز مواردی که خبرگان روستایی اظهار داشتند، در جلسه‌ی روایی پایان‌نامه، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی مواردی همچون «فقدان مرکز بهداشت»، «نبود فروشگاه صنایع دستی و فرآورده‌ها» را به‌عنوان خرده‌طبقه به آن اضافه کردند. مصاحبه‌شوندگان این طبقه را بسیار بزرگ جلوه می‌دادند و کمتر به پتانسیل‌های ذاتی روستا توجه داشتند و این مسئله به آگاه نبودن از هدف موضوع دلالت داشت. با توجه به مرور مطالعات پیشین تحقیق، هدف از گردشگری روستایی و شناسایی مناطق مورد نظر، معرفی آداب و رسوم مردمان روستا، آب و هوای پاک روستا، معماری سنتی و در نهایت همان ویژگی ذاتی و فرهنگ اصیل روستاست، زیرا گردشگران می‌خواهند به‌جز تفریح خود را در محلی متفاوت از محل زندگی عادی‌شان بیابند، اما ذی‌نفعان - که همان مردم روستا و مسئولان محلی هستند - از هدف موضوع به صراحت آگاهی ندارند. همان‌طور که در صحبت کارشناسان به وضوح مشخص بود و اظهار می‌داشتند که ما نمی‌دانیم «چرا بعضی از روستاها به ثبت سازمان میراث فرهنگی رسیده‌اند، مگر چه دارند؟!» و یا اهالی روستا نیز اشاره می‌کردند «گردشگری برای شما خوب است، برای ما چه سودی دارد؟!»، «گردشگر به دنبال جای لوکس و مجلل است روستای ما این‌گونه نیست». لذا می‌بایست قبل از هر برنامه‌ای هدف و تعریف روشنی از گردشگری روستایی بیان می‌شد. همین مسئله زیربنا و پایه همه برنامه‌ریزی‌ها را تشکیل می‌دهد و می‌توان گفت که از ابتدا باید بسترسازی صورت می‌گرفت و بعد تبلیغات انجام می‌شد.

مهم‌ترین موضوع در اینجا، اطلاع‌رسانی است. برای مردم روستا و گردشگران بایستی سازوکارهای مناسبی را پیدا کرد و هر یک از وسایل تبلیغاتی را با توجه به تأثیرات آنها و در

زمان و محل معین و مناسب خود به کار برد. عده‌ای از مردم روستا می‌گفتند مردم از بیرون می‌دانند اینجا روستای هدف گردشگری است ولی ما خودمان بی‌خبریم. و در این طبقه، مفاهیم نشان می‌دهد که با توجه به شرایط اقلیمی مناطق مورد هدف، زمان تبلیغات خیلی مهم است. بنابراین عدم بهره‌برداری صحیح و بجا از رسانه و وسایل اطلاع‌رسانی می‌تواند به مشکلات این طرح بیفزاید. مردمان حوزه تحقیق نیز عدم توجه به مخاطبان را در طرح گردشگری از جمله مشکلات می‌دانستند. استدلال مردم روستا این بود که چون از لحاظ مالی و اقتصادی مستقیماً سودی به ما نمی‌رسد، ما هم مشارکت نمی‌کنیم. لذا روستاییان هر جا که پای منافع مالی در میان باشد سریعاً به شکل صوری و ظاهری حضور پیدا می‌کنند، اما بایستی به مردم فهماند و آموزش داد که منافع و مزایای درآمد از راه گردشگری بسیار فراتر از چیزی است که آنها تصور می‌کنند و بایستی به آنها مسئولیت واگذار کرد و عملاً آنها را درگیر کارهای عمرانی روستا کرد. نداشتن دید سیستمی به روستا و بها ندادن به نظر مردم از جمله مشکلات این طرح به شمار می‌آید. در مجموع روستاییان - به‌ویژه زنان و دختران - بایستی در مرکز ثقل توجه این طرح قرار گیرند، نه اینکه به حاشیه رانده شوند. طبقه گسترده فوق شامل آن دسته از مفاهیمی بود که نشان می‌داد مردم روستا و مسئولان ذی‌ربط فاقد درک صحیح و روشن از گردشگری روستایی هستند.

مقوله دیگر در این زمینه مدیریت است. بررسی خط سیر داستانی تا همین جا بیانگر آن است که بین طبقات و خرده‌طبقات رابطه تنگاتنگی وجود دارد و با توجه به اهداف و محتوای طرح بایستی روش‌های مناسب در نظر گرفته شود. طبیعی است برای تحقق این امر به تشکیلات ویژه‌ای نیاز است که باید به نحو مطلوبی سازماندهی گردد. بررسی و اظهارات مصاحبه‌شوندگان در تحقیق نشان داد که مشکلات اداری، مشارکت ندادن مردم در فرایند تصمیم‌گیری، عدم نظارت مستمر از سوی کارگزاران، بی‌توجهی به نقش دهیاران و عدم حمایت کافی دولت از رهبران محلی همه و همه از عواملی هستند که زمینه را برای عدم توفیق طرح گردشگری روستایی فراهم می‌سازند. کم‌رنگ شدن جاذبه‌های سنتی و قدیمی از جمله عواملی

مشکلات گردشگری نواحی روستایی چهارمحال و بختیاری است. در این زمینه در پژوهش

جنگچی کاشانی (۱۳۷۹) اظهار می‌شود که هر منطقه‌ای هر چند از لحاظ جاذبه غنی باشد، ولی اگر از نظر امکانات زیربنایی به آن توجهی نشود در پذیرش گردشگر با شکست مواجه خواهد شد. لذا توصیه می‌شود که با تشویق سرمایه‌داران روستایی در این زمینه همکاری و مشارکت لازم به عمل آید و با حمایت‌های مالی فنی، اجرا و نظارت پروژه‌ها بر عهده روستاییان گذاشته شود. لازم به ذکر است که در این زمینه نیز احداث محل اسکان، پارکینگ، و سرویس‌های بهداشتی متناسب با بافت روستا ضروری به نظر می‌رسد. از طرفی بایستی از معماری سنتی بهره برد تا زیبایی محیط حفظ شود. یکی از مزایای این اقدام تخمین تعداد گردشگران روستایی خواهد بود. از توصیه‌های دیگر در این خصوص، ساماندهی و سنگفرش معابر روستا (با توجه به مصالح موجود در روستا) است.

طبق پژوهش حاضر یکی دیگر از مشکلات گردشگری روستایی استان، عدم شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و بموقع است. مطالعات زاهدی (۱۳۷۷) و صادقی (۱۳۸۴) نیز نشان می‌دهد که تنوع تبلیغات و نحوه آن و علائم راهنما در جذب گردشگر تأثیرگذار است. این دو پژوهشگر عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی را از موانع و مشکلات گردشگری بیان کرده‌اند. در این زمینه توصیه می‌شود با ارائه برنامه‌های آموزشی از طریق رسانه‌های جمعی و آموزش کوتاه‌مدت دهیاران و شوراهای در این زمینه به افزایش آگاهی مردم روستا در خصوص منافع و مزایای گردشگری اقدام شود. همچنین برای حفظ جاذبه‌های روستا و جلوگیری از تخریب آنها به دست گردشگران، توصیه می‌شود با برنامه‌ریزی سازمان میراث فرهنگی و مشارکت مردم روستا، به دریافت وجه (مجوز ورودی) اقدام شود. این موضوع از جنبه‌های بسیاری دارای اهمیت است و باعث می‌شود تمایل گردشگران برای ماندن در روستا افزایش پیدا کند و زمینه را برای بازگشت روستاییانی که مهاجرت کرده‌اند فراهم می‌آورد. از سویی گردشگران را به مزایا و درآمد گردشگری واقف می‌سازد و سبب می‌گردد که آنها به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی بها بدهند.

1389, ÌÈZÁ•Z14Á•Á1//////////ÈÈZÁZÁÁZÁ, •§

یکی دیگر از نتایج این پژوهش کم‌رنگ شدن جاذبه‌های سنتی و قدیمی روستاهای هدف است. طبق پژوهش خاموشی (۱۳۸۶) موسیقی محلی، آیین‌ها و مراسم ویژه، تماشای رقص محلی نقش مهمی در جذب گردشگری روستایی دارد. قسمتی از نتایج به دست آمده در این تحقیق با بخشی از نتایج زاهدی (۱۳۷۷) با عنوان زمینه‌ها و موانع گردشگری استان کرمانشاه مطابقت دارد که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- X عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین سازمان‌ها و مؤسسات؛
- X عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی؛
- X نبود امکانات و خدمات رفاهی؛ و
- X بی‌توجهی و ناآگاهی مردم از تأثیرات اقتصادی گردشگری.

در خصوص این موارد توصیه می‌شود که سازمان میراث فرهنگی استان کرمانشاه با برگزاری کلاس‌های آموزشی مداوم در روستاها و بهره‌گیری از افراد صاحب تجربه در روستا، در زمینه صنایع و هنرهای منسوخ‌شده به احیای این ثروت گرانبها در روستا اقدام ورزند. همچنین پیشنهاد می‌شود که در روستاهای هدف، مکان‌هایی برای نمایش هنرها و صنایع دستی در نظر گرفته شود. با توجه به اینکه جوانان و حتی میانسالان روستا تمایلی به پوشیدن لباس محلی ندارند، سازمان میراث فرهنگی می‌تواند با همکاری اتحادیه‌های صنفی اجناس و کالا به فروش پارچه‌ها و لباس‌های محلی در قالب تعاونی و با قیمت نازل‌تر اقدام ورزد و آنها را در اختیار اهالی روستاهای هدف گردشگری قرار دهد و پیگیری و نظارت لازم را هم داشته باشد. برای حفظ بازی‌های محلی با همکاری صدا و سیما و آموزش و پرورش در قالب برنامه تلویزیونی نیز می‌توان به حفظ این بازی‌ها در روستا کمک کرد. از دیگر مسائل مورد توجه، اجرای نامناسب طرح هادی است. از آن جا که معماری سنتی و قدیمی روستا یکی از عواملی است که باعث جذب گردشگر می‌شود و در شمار جاذبه‌های فرهنگی قرار دارد، تغییر و دگرگونی در معماری منازل را بایستی با شرایط طبیعی و فرهنگی روستا انجام داد، به طوری که بافت سنتی روستا

1389, İ E Z A • Z I A • A // E E Z I A A Z A , • §

- پاپزن، ع.، ۱۳۸۷، جزوه درسی روش تحقیق، دانشگاه رازی کرمانشاه، دانشکده کشاورزی.
- جنگ‌چی کاشانی، س.، ۱۳۸۳، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی منطقه ریجاب کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مرکز علوم تحقیقات تهران.
- خاموشی، س. و پاپزن، ع.، ۱۳۸۶، توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستاهای دست‌نچیده علیا، سفلی و عین‌القاص شهرستان صحنه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی.
- دهقان، م.، ۱۳۸۴، توسعه گردشگری پایدار، ماهنامه علمی - کشاورزی و زیست‌محیطی (دهاتی)، سال ۳، شماره ۲۷، صص ۹-۱۴.
- دانایی‌فرد، ح.، ۱۳۸۴، تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم‌سازی تئوری بنیادی، دوماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، سال دوازدهم شماره ۱۱، صص ۷۱-۵۷.
- زاهدی، ع.، ۱۳۷۷، زمینه‌ها و موانع توریسم در استان کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی کرمانشاه.
- زننده‌دل، ح.، ۱۳۸۶، راهنمای گردشگری روستاهای ایران ۲، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- رضایی، پ.، ۱۳۸۲، بررسی و مطالعه زمینه‌های گردشگری در نواحی روستایی استان چهارمحال و بختیاری به‌منظور توسعه روستایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- سقایی، م.، ۱۳۸۲، بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- صادقی، ع.، ۱۳۸۴، توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستایی قوری قلعه شهرستان پاوه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی کرمانشاه.
- فرشادگهر، ن. و ضیایی بیگدلی، ۱۳۸۳، پژوهش مشارکتی، پژوهشکده امور اقتصادی، تهران.
- موسایی، م.، ۱۳۸۳، تخمین تابع تقاضای توریسم در ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۳، صص ۷۱-۵۴.
- Augustin, M., 1998, National Strategies for Rural Tourism Development and Sustainability, The experience Journal of Sustainable Tourism, Vol. 4, No. 3, PP. 3-33.

