

مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه

اهالی روستا؛ با استفاده از تئوری بنیانی

پرستو قبادی / عبدالحمید پاپ زن / کیومرث زرافشانی / شهر گراوندی ***

تاریخ دریافت مقاله:

1390/06/12

تاریخ پذیرش مقاله:

1390/10/03

چکیده

گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. از این رو در پژوهش حاضر سعی شده، به مطالعه وضعیت توریسم روستایی در روستای خانقاه استان کرمانشاه با استفاده از روش تئوری بنیانی پرداخته شود. این روستا از توابع شهرستان پاوه در استان کرمانشاه می‌باشد و جامعه مورد پژوهش، نیز اهالی روستای مذکور بودند. به منظور گردآوری اطلاعات، از مصاحبه عمیق، مشاهده مستقیم، تهیه عکس و فیلم، اسناد و مدارک کتابخانه‌ای استفاده شد. همزمان با جمع آوری داده، تجزیه و تحلیل آن‌ها نیز صورت گرفت. در مرحله کد گذاری باز، محققان یادداشت‌های میدانی را مرور کردند و جملات اصلی آن‌ها را استخراج، اجزای مشابه و معنی دار مباحث را به صورت کدهایی ثبت نمودند که جمعاً 43 مورد بودند و برای هرکدام از نکات کلیدی یک کد انتخاب شد. نکات کلیدی حاصل از مصاحبه با خبرگان روستایی و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی به ترتیب با نشانگر (M) به تعداد (33) مورد، و (K) به تعداد (10) مورد نمایش داده شد. در مرحله کدگذاری محوری، محققان کدها و دسته های اولیه‌ای که در کدگذاری باز ایجاد کرده بودند با ادغام موارد مشابه، ارتباط بین خرده طبقه‌ها را مشخص نمودند و طبقاتی با مفاهیم جدید تشکیل دادند. نتایج نشان داد که این روستا دارای مشکلاتی از قبیل عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستائیان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، عدم وجود شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع، عدم حمایت و توجه کافی دولت و از طرف دیگر دارای محدودیت‌هایی همچون تغییرات اقلیمی و عدم اطلاعات دقیق آماری می‌باشد.

واژگان کلیدی: توریسم روستایی، گردشگری، تئوری بنیانی، توسعه روستایی.

* کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه رازی و کارشناس امور روستایی استانداری کرمانشاه. P1_gh@yahoo.com

** دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه.

*** دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه.

مقدمه

مناطق روستایی با چالش‌های متعددی مثل فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و مسائل زیست محیطی مواجه‌اند. این مسئله باعث شده تا بار دیگر متخصصان و کارشناسان، مسائل توسعه روستایی را مورد توجه قرار دهند و به دنبال راهبردهایی برای تقلیل مسائل و مشکلات روستاها باشند (برزو، 1388). در این میان، گردشگری و به‌ویژه گردشگری روستایی و توسعه آن که در سطح جهانی یکی از بزرگ‌ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی است، می‌تواند به شکل دهی جوامع روستایی کمک نماید. اگوستین (Augustin، 1988) در این زمینه اظهار می‌دارد که این صنعت می‌تواند علاوه بر تغییرات مثبت در درآمد روستائیان و ایجاد شغل برای آن‌ها، باعث ورود روش‌های کشاورزی نوین در نواحی روستایی شود و زمینه را برای شکوفایی اقتصاد روستایی و به تبع آن توسعه ملی فراهم آورد. خاموشی و پاپ زن (1386) و (Flisher and Felsenstein، 2000) نیز ضمن بیان مزایای توریسم روستایی، اشاره می‌کنند که این صنعت از طرفی می‌تواند باعث ایجاد تقاضا برای محصولات کشاورزی و صنایع دستی و از سوی دیگر مانع مهاجرت روستائیان شود. این در حالی است که نتایج پژوهش جنگ چی کاشانی (1383) و مدهوشی و ناصر پور (1382) نشان می‌دهد که اگر یک منطقه از لحاظ جاذبه غنی ولی از لحاظ امکانات رفاهی مورد توجه قرار نگیرد در ارتباط با پذیرش گردشگر با شکست مواجه می‌شود. بررسی تحقیقات دیگر نیز نشان می‌دهد که در کشورهای مختلف، استانداردهایی برای اسکان گردشگران در نظر گرفته می‌شود که متأسفانه کشور ما فاقد استاندارد اسکان برای گردشگران در روستا می‌باشد. گردشگری زمانی لذت بخش و مفرح است که گردشگر از خدمات مناسب

رفاهی و بهداشتی برخوردار باشد. کمبود و یا نامطلوب بودن خدمات بهداشتی و رفاهی از دیگر موانع بر سر راه این صنعت می‌باشد (جهرمی و توحیدیان فر، 1388). وجود این مسئله و سایر موانع در بسیاری از روستاهای استان کرمانشاه سبب شده است، باوجود پتانسیل‌های بی‌مانندی نظیر جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، همراه با تنوع قومی و مذهبی، هنرها و صنایع دستی و... مردم روستایی قادر نباشند به‌طور بهینه از این استعدادهای کم نظیر بهره ببرند. یکی از روستاهای استان که دارای پتانسیل‌های بالایی در زمینه گردشگری می‌باشد، روستای خانقاه است. با گذشت 9 سال از به ثبت رسیدن این روستا جزء روستاهای هدف گردشگری در استان کرمانشاه و همچنین با توجه به پتانسیل‌های موجود در روستا، هنوز آن‌طور که باید و شاید آثار عملی توسعه و امکانات رفاهی در این روستا به چشم نمی‌خورد. در پژوهش حاضر سعی شده است که به مطالعه وضعیت این روستای هدف گردشگری پرداخته شود تا بدین وسیله بتوان زمینه رشد و توسعه پایدار آن را فراهم نمود. به‌منظور دستیابی به پاسخ سؤال کلی پژوهش، از سؤال‌های اختصاصی زیر بهره گرفته شد:

- توریسم روستایی در روستای خانقاه دارای چه محدودیت‌هایی می‌باشد؟
- مشکلاتی که سبب عدم توسعه توریسم در این روستا شده‌اند، کدامند؟ و ...

معرفی روستای خانقاه

روستای خانقاه از توابع بخش مرکزی شهرستان پاوه در استان کرمانشاه، در 3 کیلومتری جنوب غربی شهر پاوه و 120 کیلومتری کرمانشاه قرار دارد. تاریخ پیدایش روستای خانقاه را که در محدوده شهر قدیمی پاوه قرار دارد، به دوره یزدگرد سوم ساسانی نسبت می‌دهند. قلعه دژ متعلق به عصر ساسانی در نزدیکی شهر پاوه و

روستا است. بنای این آرامگاه از سنگ، چوب و خشت است و یکی از اماکن مذهبی مورد احترام مردم روستاست (ر.ک. به عکس‌های پیوست).

روش تحقیق

در پژوهش توسعه‌ای - کاربردی حاضر سعی شده است که با استفاده از روش تحقیق تئوری بنیانی¹ به مطالعه وضعیت روستای گردشگری خانقاه استان کرمانشاه پرداخته شود. (Eruera 2008) معتقد است که روش تئوری بنیانی محقق را قادر می‌سازد که به بررسی ابعاد مختلف توریسم و جوابگویی پرسش‌هایی از قبیل چطور، چرا، تحت چه شرایطی و با چه پیامدهایی پردازد. (Lepp, 2008) نیز در این راستا بیان می‌دارد که توریسم یک پدیده اجتماعی است و می‌توان ابعاد مختلف آن را با استفاده از تئوری بنیانی مورد بررسی قرار داد. این روش دارای پنج مرحله می‌باشد. مرحله اول، طرح تحقیق است، شامل دو گام بررسی ادبیات فنی و انتخاب موارد است. مرحله دوم، گردآوری داده‌هاست که ورود به میدان تحقیق است. مرحله سوم، تنظیم داده‌ها و نگارش گویه‌ها و مفاهیم است. مرحله چهارم، تجزیه و تحلیل داده‌ها که اصلی‌ترین بخش تحقیق است و مرحله پنجم طراحی و اعتبار مدل می‌باشد (پاپ زن به نقل از پندیت، 1382). اصلی‌ترین فرایند در تئوری بنیانی تحلیل داده‌هاست که طی سه مرحله کد گذاری باز،² کد گذاری محوری³ و کد گذاری انتخابی⁴ صورت می‌گیرد (حاج باقری و صلصالی، 1382). لازم به ذکر است که هیچ ضرورتی ندارد که محقق حتماً این سه مرحله را پشت سرهم انجام دهد بلکه این شیوه تحلیل می‌تواند به صورت همزمان انجام شود. جامعه پژوهش، شامل اهالی روستای خانقاه می‌باشند. برای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه، از نمونه‌گیری مبتنی

پیوستگی تاریخی این شهر با آبادی‌های پیرامون خود از جمله روستای خانقاه، این حدس و گمان را تقویت کرده است. روستای خانقاه در یک ناحیه کوهستانی استقرار یافته، آب و هوای آن در بهار و تابستان ملایم و مطبوع و در زمستان‌ها سرد است (زنده دل، 1386). با توجه به مطالعات میدانی بنای قدیمی بنام "حوضخانه" در داخل روستا نشان از قدمت تاریخی این روستاست که متأسفانه توجه چندانی به آن ندارند در حالی که با مشارکت مردم، مرمت و ساخت آن می‌تواند به مکانی تاریخی مبدل شود. همچنین مطالعات میدانی نشان داد که درآمد اکثر مردم روستای خانقاه از طریق فعالیت‌های زراعی، دامداری، باغداری و امور خدماتی تأمین می‌شود و گروهی از روستائیان نیز در تولید صنایع دستی اشتغال دارند. شرایط مساعد آب و هوا، خاک و اقلیم؛ باغداری در روستا را رونق داده و گردو، انگور، توت سفید و گلابی از محصولات آن است. مراتع سرسبز و حاصلخیز روستا ضمن رونق دامداری به تولید انواع لبنیات مانند شیر، ماست، کره، پنیر و روغن حیوانی منجر شده است. تولید انواع گیوه، کلاش و قالی توسط بعضی از روستائیان نیز از محصولات صنایع دستی روستای خانقاه است. باغات اطراف و داخل روستا که بسیار انبوه و گسترده اند، طراوت و زیبایی وصف ناپذیری دارند، این باغات از جمله فضاهای تفریحی مردم روستا محسوب می‌شوند. رودخانه خانقاه از کنار روستا می‌گذرد و در اطراف آن درختان بلند و باغات سرسبز میوه فضای دلپذیری ایجاد کرده‌اند. حواشی این رودخانه به خصوص در فصول بهار و تابستان بسیار زیباست و محل تفریح و تفرج مردم روستا و علاقه مندان به طبیعت است که متأسفانه به دلیل عدم توجه اهالی و گردشگران با ریختن زباله در اطراف آن چهره زشتی به خود گرفته است. بنای زیارتی باواشیخ حسن (ع) یکی از بناهای ارزشمند

بر هدف⁵ و گلوله برفی⁶ استفاده شد. در انتخاب نمونه‌ها دو معیار لحاظ گردید؛ اولاً افراد انتخاب شده باید از فعالیت‌ها و اقدامات توریسمی انجام شده در روستا آگاه باشند و دیگر این که از دیدی کل نگر، نسبت به مسائل توریسم روستایی برخوردار باشند. داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق، مشاهده مستقیم، تهیه عکس و فیلم، اسناد و مدارک کتابخانه‌ای جمع آوری شدند. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها به‌طور متوسط 45 دقیقه بود. کلیه مطالب با رضایت افراد روی نوار کاست ضبط، سپس به‌طور کامل بر روی کاغذ پیاده سازی و نسخه برداری شد. سپس نتایج حاصل از پژوهش توسط کارشناسان سازمان میراث فرهنگی مورد تأیید قرار گرفتند.

یافته‌ها

پس از پیاده‌سازی نوارهای ضبط شده و مطالبی که از طریق مصاحبه، عکس و فیلم با افراد کلیدی در روستا جمع آوری شده بود، مطالب به شیوه خط به خط مورد بررسی قرار گرفتند. محقق در این مرحله تلاش کرد که بعد از نوشتن مطالب درک خود را از آن‌ها نشان دهد و ارتباط بین آن‌ها را بفهمد. در پژوهش حاضر برای انجام کدگذاری باز، محقق یادداشت‌های میدانی را مرور کرد و جملات اصلی آن‌ها را استخراج، اجزای مشابه و معنی دار مباحث را به صورت کدهایی ثبت نمود که جمعاً 43 مورد بود و برای هرکدام از نکات کلیدی یک کد انتخاب شد. بدین ترتیب نکات کلیدی حاصل از مصاحبه با خبرگان روستایی با نشانگر (M) به تعداد (33) مورد و نکات کلیدی حاصل از مصاحبه با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی با نشانگر (K) به تعداد (10) مورد به‌دست آمد که محقق آن را در تصویر 1 تنظیم نمود. در مرحله بعدی یعنی کد گذاری محوری، پژوهشگران به بررسی الگوهای موجود در داده‌ها و مقایسه طبقات استخراج شده پرداختند. لازم به ذکر است که این مقایسه

دائمی داده‌ها⁷ در تمامی مراحل کد گذاری وجود دارد و این خصیصه منحصر به فرد، آن را از سایر روش‌ها متمایز می‌سازد. در ادامه تحلیل، طبقاتی جامع و مانع تشکیل شد و متناسب با بار مفهومی جمله‌های هر طبقه، مفهوم‌سازی صورت گرفت. مفاهیم بیرون کشیده شده نشان داد که توریسم روستایی در روستای خانقاه با مشکلاتی از قبیل عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح مردم و مسئولین از گردشگری، عدم توجه کافی دولت، تغییرات اقلیمی، عدم اطلاعات دقیق آماری و عدم انگیزه مسئولان محلی روبه‌رو می‌باشد (تصویر 2). در ادامه هر یک از این طبقات، به‌طور مفصل توضیح داده می‌شود. از جمله موارد استخراج شده، طبقه گسترده "عدم امکانات زیر بنایی و رفاهی" می‌باشد. مردم روستا به خرابی جاده، نبود توالی عمومی، مشکل فاضلاب و مخابرات اشاره می‌کردند به‌جز مواردی که خبرگان روستایی اظهار داشتند در جلسه روایی، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی مواردی همچون "عدم مرکز بهداشت"، "عدم فروشگاه صنایع دستی و فرآورده‌ها" را به‌عنوان خرده طبقه به آن اضافه کردند. مصاحبه شوندگان 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 ادبیات 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 روستا می‌باشد زیرا گردشگران مایلند به‌جز تفریح خود را در محلی متفاوت از محل زندگی عادی خود بیابند، که مردم اما ذی نفعان روستا و مسئولین محلی از هدف موضوع به صراحت آگاه نمی‌باشند.

ت 1. مفهوم سازی داده های حاصل از پژوهش (کد گذاری باز).

ردیف	مفاهیم	کد	ردیف	مفاهیم	کد
1	خاکی بودن راه روستا مناسب برای نشستن در کنار	M0 ₁	23	افتخار به شهری بودن	M2 ₃
2	نبود جای سراب	M0 ₂	24	گردشگری برای شما خوبه*	M2 ₄
3	اطلاع نداشتن از اینکه اینجا روستای توریستی است	M0 ₃	25	اگر این چند هکتار زمین نباشد چه کنیم	M2 ₅
4	مشکل کم آبی	M0 ₄	26	نبودن توالت عمومی	M2 ₆
5	نبودن تابلو راهنما در جای مناسب	M0 ₅	27	درآمد گردشگری چیه!؟	M2 ₇
6	دهیار و شورا چه کنند*	M0 ₆	28	اجرا نکردن موسیقی محلی	M2 ₈
7	خودمان چه کنیم*	M0 ₇	29	سرگردان بودن مسافران*	M2 ₉
8	مردم روستا پول ندارند	M0 ₈	30	مگر چند نفر می توانند مغازه بزنند*	M3 ₀
9	جاری بودن فاضلاب در وسط کوچه ها	M0 ₉	31	لباس جوانان مد روز	M3 ₁
10	نبود جای پارک ماشین	M1 ₀	32	دست نوشته های (استقلال - پیروزی) روی دیوار	M3 ₂
11	نصفه نیمه شدن تمام شدن کارها توسط دولت	M1 ₁	33	همکاری نکردن دولت	M3 ₃
12	دهیار حقوق کافی ندارد	M1 ₂	34	هنرهای دستی تغییر کرده	K3 ₄
13	دهیار بیمه ندارد	M1 ₃	35	نبود روش استاندارد برای تخمین تعداد مسافران	K3 ₅
14	نداشتن آنتن دهی موبایل	M1 ₄	36	نبود فروشگاه صنایع دستی	K3 ₆
15	مشارکت نکردن زنان در طرح گردشگری	M1 ₅	37	از خوراکی های سنتی خبری نیست	K3 ₇
16	تغییر کردن بازی های محلی	M1 ₆	38	از بین رفتن سوغاتی های روستا	K3 ₈
17	جوانان طالب فوتبال و بازی های کامپیوتری	M1 ₇	39	همکاری نکردن سایر سازمان ها و ارگان ها	K3 ₉
18	مراسم عروسی مثل قدیم برگزار نمی شود	M1 ₈	40	مشارکت نکردن مردم	K4 ₀
19	نبود تابلو تبلیغاتی برای شناسایی آبادی	M1 ₉	41	از بین رفتن معماری سنتی	K4 ₁
20	کمبود اعتبارات از طرف دولت	M2 ₀	42	کمرنگ شدن فرآورده های محلی و سنتی	K4 ₂
21	نبود تابلو میراث فرهنگی	M2 ₁	43	داشتن چند راه ورودی و خروجی در بعضی روستاها*	K4 ₃
22	مشخص نبودن جاذبه های روستا	M2 ₂			

2. طبقات گسترده و خرده طبقات حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)

طبقات گسترده	خرده طبقات
عدم امکانات زیربنایی و رفاهی	عدم آسفالت و سنگفرش کوچه ها
	عدم اسکان مناسب
	عدم پارکینگ
	مشکل دفع فاضلاب
	مشکل مخابراتی
	عدم سرویس بهداشتی عمومی
	عدم فروشگاه صنایع دستی و فرآوردهای روستایی
عدم شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع	عدم تنوع تبلیغات
	زمان و نحوه تبلیغات
	نبودن تابلوی تبلیغاتی
کم رنگ شدن جاذبه های فرهنگی	تغییر و تحول بازی های محلی
	تغییر و تحول لباس محلی و کردی
	تغییر و تحول مراسم سنتی شادی
	تغییر و تحول مراسم سنتی عزا
	تغییر و تحول موسیقی محلی
	تغییر و تحول خوراک های سنتی
	تغییر و تحول هنرهای دستی
	تغییر بافت و معماری سنتی
	منسوخ شدن سوغاتی های روستا
عدم درک صحیح مردم و مسئولین از گردشگری	عدم مشارکت خودجوش مردم روستا
	آگاه نبودن مردم روستا از هدف گردشگری
	پی نبردن به مزایا و منافع گردشگری روستایی
	عدم آگاهی مسئولین از هدف و تعریف گردشگری
عدم توجه کافی دولت	عدم پیگیری و نظارت مسئولان
	مشکلات اداری
	تعدد مراکز تصمیم گیری
تغییرات اقلیمی	خشکسالی
	سرما و یخبندان
عدم اطلاعات دقیق آماری	مشکلات آمارگیری
	عدم اطلاع از تعداد گردشگران روستایی
عدم انگیزه مسئولان محلی	مهارت پایین دهیار
	عدم حقوق دهیار
	عدم بیمه دهیار

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 آنان را عملاً درگیر کارهای عمرانی روستا نمود. البته نداشتن دید سیستمی به روستا و بها ندادن به نظرات مردم از جمله مشکلات این تحقیق محسوب می‌شود. در مجموع روستائیان خصوصاً زنان و دختران بایستی در مرکز ثقل توجه این طرح قرار گیرند، نه اینکه به حاشیه هدایت شوند. طبقه گسترده فوق شامل آن دسته از مفاهیم بود که به نوعی مردم روستایی و مسئولین ذی ربط از درک صحیح و روشن از گردشگری روستایی برخوردار نیستند.

مدیریت

بررسی خط سیر داستانی تا همین جا بیانگر این است که بین طبقات و خرده طبقات رابطه تنگاتنگی وجود دارد، با توجه به اهداف و محتوای پژوهش بایستی روش‌های مناسب در نظر گرفته شود. طبیعی است برای تحقق این امر به تشکیلات به‌خصوصی نیاز می‌باشد که باید به نحو مطلوب سازماندهی گردد. بررسی و اظهارات مصاحبه شوندگان 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 می‌سازد. کم رنگ شدن جاذبه‌های سنتی و قدیمی از جمله عواملی هستند که موجب ناکارایی طرح گردشگری روستایی در منطقه شده است که یکی از دلایل آن عدم توجه و جهت‌گیری برنامه‌ها و آموزش مسئولین به حفظ جاذبه‌های فرهنگی روستاها می‌باشد.

به طوری 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 دنبال جای لوکس و مجلل است روستای ما این‌گونه نیستند"، لذا می‌بایست قبل از هر برنامه‌ای هدف و تعریف روشن از توریسم روستایی بیان می‌شد که همین مسئله زیربنا و پایه همه برنامه‌ریزی‌ها در زمینه مذکور را تشکیل می‌دهد و می‌توان گفت ابتدا باید بسترسازی صورت می‌گرفت و بعد تبلیغات انجام می‌گرفت.

اطلاع رسانی

برای مردم روستا و گردشگران بایستی ساز و کارهای 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"، در ضمن اگر چنین است اول باید بسترسازی می‌شد، زمینه و امکانات برای گردشگران فراهم و بعد تبلیغ صورت گیرد. در این طبقه، مفاهیم نشان می‌دهد که با توجه به شرایط اقلیمی مناطق هدف، زمان تبلیغات خیلی مهم است. بنابراین عدم بهره برداری صحیح و به‌جا از رسانه و وسایل اطلاع رسانی می‌تواند به مشکلات این طرح بیافزاید. 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 به ما سودی نمی‌رسد، ما هم مشارکت نمی‌کنیم. لذا روستائیان هر جا که پای منافع مالی در میان باشد سریعاً به شکل صوری و ظاهری حضور پیدا می‌کنند، اما بایستی به مردم فهماند و

مردم به عنوان مثال اشاره می‌کنند که "غریبه‌ها با پوشش شهری وارد روستا می‌شوند، جوانان هم یاد می‌گیرند، یا قوانین حاکم بر مدارس اجازه نمی‌دهد فرزندان ما لباس محلی بپوشند". مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که "وسایل ارتباطی پیشرفته و تجمعی امروزه مثل تلویزیون، کامپیوتر، موبایل و اینترنت جوانان را گول می‌زند و دیگر به سمت موسیقی محلی، بازی محلی، لباس محلی، صنایع دستی قدیمی نمی‌روند. حتی طرح ساخت خانه‌های قدیمی بهتر بود. مردم مهمان نوازتر بودند الآن با طرح هادی و ساخت و ساز جدید، دیگر مردم مثل قدیم نیستند".

محتوا

داده‌های تحقیق مؤید آن است که برخی از عوامل تحت عنوان محدودیت در پیشبرد طرح گردشگری روستایی دخیل هستند. مصاحبه‌شوندگان بر این باورند که شرایط طبیعی مناطق مورد هدف اجازه نمی‌دهد که در همه فصول گردشگران از این روستا بازدید کنند. اهالی در فصل زمستان برای رفت و آمد خود مشکل دارند. در برخی مناطق جاذبه‌های طبیعی به‌علت خشکسالی و کمبود نزولات آسمانی زیبایی خود را از دست می‌دهند. بنابراین با توجه به طبقه تغییرات اقلیمی باید در زمان و نحوه تبلیغات دقت شود که در موفقیت طرح گردشگری بسیار مؤثر است. بنابراین بایستی به محتوای طرح توجه شود، بر خلاف تصور ظاهر که کار و برنامه‌ریزی در روستا بسیار ساده به نظر می‌آید اما فرهنگ‌های متفاوت روستا و آشنایی با آن‌ها و لحاظ کردن آن‌ها در برنامه‌ریزی‌ها بسیار دشوار است. به هر حال در در جلسه روایی پایان نامه کارشناسان و اساتید علاوه بر تأیید مواردی که محقق به آن‌ها دست پیدا کرده بود با اضافه کردن موارد دیگر باعث تکمیل اطلاعات و

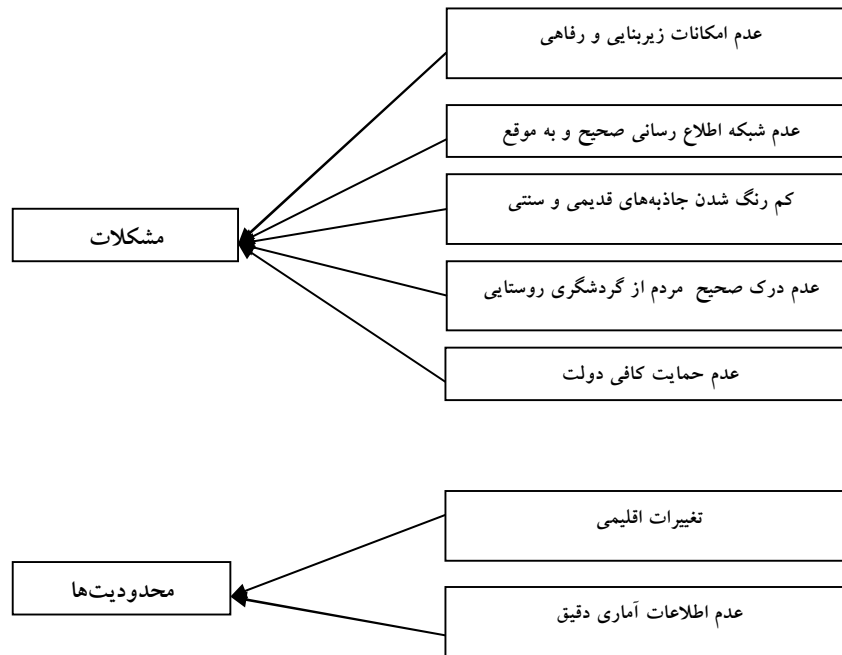
مدل مفهومی تحقیق شد و به عبارتی تحقیق مبتنی بر مثلث‌سازی شد.

در نهایت بررسی و مقایسه مفاهیم با یکدیگر نشان داد که دو مقوله «مشکلات» و «محدودیت‌ها» ارتباط دهنده مفاهیم پژوهش به یکدیگر هستند و مدل مفهومی تحقیق را تشکیل داد.

میزان اهمیت مشکلات به ترتیب شامل: عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح مردم از گردشگری روستایی، کم رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم حمایت کافی دولت و عدم شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع می‌باشد و محدودیت‌ها نیز شامل: تغییرات اقلیمی و عدم اطلاعات دقیق آماری بود (تصویر 3).

در مرحله پایانی، یعنی کدگذاری انتخابی، نتایج به‌وجود آمده دوباره با یکدیگر تلفیق، و زیر طبقه‌بندی تشکیل شدند (فرانسیسکا و همکاران، 2008). تشابه نتایج این مرحله با مراحل قبلی نشان داد که یافته‌های ارائه شده در این پژوهش از استحکام لازم برخوردار می‌باشند. علاوه بر این، محققان به‌منظور بالابردن اعتبار نتایج، به‌مرور خط سیر داستانی⁸ پژوهش پرداختند. آنچه در این مرحله اتفاق می‌افتد تحلیلی کل‌نگرانه بر فرایندهایی است که در طول تحقیق رخ داده است و محقق بر اساس تمامی داده‌هایی که در اختیار دارد و برداشتی که خود در مسیر پرپیچ و خم پژوهش انداخته، خط سیر داستان را دنبال می‌کند. یک داستان، به‌طور ساده توصیف خاصی است درباره یک پدیده اصلی که مطالعه می‌شود و خط سیر داستانی، مفهوم‌سازی چنین داستانی است. سپس طبقه‌های بیرون کشیده شده، حول یک مفهوم محوری قرار گرفتند و مدل اقتضایی پژوهش حاصل از هفت مورد کدگذاری انتخابی شکل گرفت. (تصویر 3)

ت 3. نمود مقوله‌ها در کدگذاری انتخابی.



نتیجه

یکی از مشکلات گردشگری نواحی روستایی چهارمحال و بختیاری است. در این راستا در پژوهش جنگ چی کاشانی (1383) اظهار می‌شود که هر منطقه‌ای هر چند از لحاظ جاذبه غنی باشد، ولی اگر از نظر امکانات زیربنایی به آن توجهی نشود در رابطه با 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 و فنی، اجرا و نظارت پروژه‌ها را بر عهده روستائیان بگذارند. لازم به ذکر است که در این زمینه نیز احداث محل اسکان، پارکینگ و سرویس‌های بهداشتی متناسب با

نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که از جمله مشکلات توریسم روستایی روستای خانقاه عدم امکانات زیربنایی و رفاهی می‌باشد که فقدان این امکانات باعث تأثیر منفی بر جذب گردشگر شده است، این یافته با مطالعات سینگر و استبلر به نقل از صادقی (1384) همخوانی دارد، به طوری که در این مطالعات به عناصر زیربنایی گردشگری که شامل حمل و نقل، اسکان و اقامتگاه، تسهیلات و خدمات می‌باشد، اشاره شده است که وجود این عناصر در گسترش گردشگری نقش به‌سزایی دارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش رضایی (1382) نیز نشان داد که نبود امکانات و تأسیسات رفاهی

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) می‌باشد.

طبق پژوهش حاضر یکی دیگر از مشکلات توریسم روستایی استان عدم شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع می‌باشد. مطالعات زاهدی (1377) و صادقی (1384) نیز نشان می‌دهد که تنوع تبلیغات و نحوه آن و علایم راهنما در جذب گردشگر تأثیر گذار است. این دو پژوهشگر عدم تبلیغات و اطلاع رسانی را از موانع و مشکلات توریسم را بیان کرده‌اند. در این خصوص توصیه می‌شود با ارائه برنامه‌های آموزشی از طریق رسانه‌های جمعی و آموزش کوتاه مدت دهیاران و شوراهای نسبت به افزایش آگاهی مردم روستا در خصوص منافع و مزایای گردشگری اقدام شود. همچنین برای حفظ جاذبه‌های روستا و جلوگیری از تخریب آن‌ها توسط گردشگران توصیه می‌شود با برنامه‌ریزی سازمان میراث فرهنگی و مشارکت مردم روستا، در خصوص دریافت وجه (مجوز ورودی) اقدام شود؛ این موضوع از جنبه‌های بسیاری حائز اهمیت است به گونه‌ای که این موارد باعث می‌شود تمایل آن‌ها برای ماندن در روستا افزایش پیدا کند و زمینه را برای بازگشت روستائیان که مهاجرت کرده‌اند فراهم شود و به مزایا و درآمد گردشگری واقف شده و به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی بها بدهند.

یکی دیگر از نتایج این پژوهش کم رنگ شدن جاذبه‌های سنتی و قدیمی روستاهای مورد هدف می‌باشد. طبق پژوهش خاموشی و پاپ زن (1386) موسیقی محلی، آئین‌ها و مراسم‌های ویژه و تماشای

رقص محلی نقش مهمی در جذب گردشگر روستایی دارد. قسمتی از نتایج به دست آمده در این تحقیق با بخشی از نتایج زاهدی (1377) با عنوان زمینه‌ها و موانع توریسم استان کرمانشاه مطابقت دارد که از جمله به موارد ذیل می‌توان اشاره کرد:

عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین سازمان‌ها و مؤسسات، عدم تبلیغات و اطلاع رسانی، نبود امکانات و خدمات رفاهی، بی توجهی و عدم آگاهی مردم نسبت به اثرات اقتصادی گردشگری. در رابطه با مسائل فوق توصیه می‌شود که سازمان میراث فرهنگی استان کرمانشاه با برگزاری کلاس آموزشی مداوم در روستاها و بهره‌گیری از افراد صاحب تجربه در روستا در زمینه صنایع و هنرهای منسوخ شده نسبت به احیای این ثروت گرانبها در روستا اقدام نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود که در روستاهای هدف، مکان‌هایی برای نمایش هنرها و صنایع دستی در نظر گرفته شود 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 می‌باشد. از آنجا 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 دهند به طوری که بافت سنتی روستا حفظ شود و چشم نواز باشد. گردشگران غالباً به محلی که مطابق شیوه مهندسی محلی ساخته شده بیشتر جلب می‌گردند و غالباً افراد بدین جهت مسافرت می‌نمایند که خود را در محلی کاملاً متفاوت از محل زندگی خود ببینند و گردشگری قبل از آنکه صنعتی ماشینی باشد، صنعتی مردمی و انسانی است. همچنین در مورد نتیجه مذکور انجام پژوهشی در رابطه با

3. Axial coding
4. Selective coding
5. Purposed sampling
6. Snowball
7. Constant comparison
8. Story line

منابع

- ادیب حاج باقری، م و صلصالی، م. (1382)، روش‌های تحقیق کیفی. انتشارات بشری.
- برزو، غ. (1388)، گردشگری کشاورزی، راهبردی نو در توسعه روستایی ایران. نخستین همایش ملی توسعه پایدار روستایی. دانشگاه رازی.
- پاپ زن، ع. (1382)، طراحی مدل تلفیقی دانش بومی و رسمی به منظور دستیابی به رهیافتی سامانه‌ای - مشارکتی در شهرستان کرمانشاه. رساله دکترا، دانشگاه تهران.
- جنگ‌چی کاشانی، س. (1383)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی منطقه ریجاب کرمانشاه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مرکز علوم تحقیقات تهران.
- جهرمی، آ. و توحیدیان فر، س. (1388)، گردشگری پایدار روستایی: چالش‌ها و راهکارها. نخستین همایش ملی توسعه پایدار روستایی.
- خاموشی، س و پاپ زن، ع. (1386)، توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستاهای دست‌نخورده علیا، سفلی و عین‌القاص شهرستان صحنه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد - دانشگاه رازی.
- زاهدی، ع. (1377)، زمینه‌ها و موانع توریسم در استان کرمانشاه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی کرمانشاه.
- زنده دل، ح. (1386)، راهنمای گردشگری روستاهای ایران 2. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- رضایی، پ. (1382)، بررسی و مطالعه زمینه‌های گردشگری در نواحی روستایی استان چهارمحال و بختیاری به منظور توسعه روستایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- صادقی، ع. (1384)، توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستایی قوری قلعه شهرستان پاوه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد - دانشگاه رازی کرمانشاه.

پیامدها و آثار توریست روی جاذبه‌های فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد.

از دیگر یافته‌های پژوهش، وجود محدودیت‌های توریسم روستایی از جمله تغییرات اقلیمی می‌باشد که هم جاذبه و هم یک مانع محسوب می‌شود، به طوری که خاموشی و پاپ زن به نقل از داگلاس پیرس (1386) عامل فصل را یکی از عوامل اصلی توریسم قلمداد می‌کند و در این خصوص می‌گوید: هر یک از اشکال توریسم صرفاً در فصول خاصی مطرح می‌باشد. هر اندازه فصل مناسب توریستی طولانی‌تر شود، استفاده‌های بیشتری از جاذبه‌ها به عمل می‌آید. در این رابطه زمان تبلیغات بسیار مهم است و بایستی به عنوان یک فرصت از آن بهره برد، توصیه می‌شود با ارائه تقویم و فهرست رویدادهای گردشگری در فصول مختلف در هر روستا توسط دهیار و شورا و با همکاری سازمان صدا و سیما و میراث فرهنگی نسبت به تبلیغات به موقع اقدام شود و مراسم و آیین‌های ویژه نیز اجرا شود و نسبت به برپایی فروشگاه و نمایشگاه محصولات روستا اقدام شود. در نهایت گردشگری روستایی به مثابه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری می‌تواند از یک سو منجر به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی شود و از سوی دیگر با جذب مازاد نیروی انسانی، به ایجاد اشتغال و بالابردن سطح درآمد روستائیان کمک کند و بدین ترتیب فرصتی برای توسعه همه جانبه را فراهم آورد (غفاری و ترکی هرچگانی، 1388). بنابراین، این صنعت می‌تواند با استفاده از پتانسیل‌های خود به حل بخشی از مشکلات اقتصادی - اجتماعی مناطق روستایی کمک شایانی نماید و به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار روستایی ایفای نقش نماید.

پی نوشت

1. Grounded theory
2. Open coding

- غفاری، س. ر. و ترکی هرچگانی، م. (1388)، نقش گردشگری در توسعه اجتماعی - اقتصادی مناطق روستایی: استان چهارمحال بختیاری (مطالعه موردی بخش سامان). فصلنامه روستا و توسعه. 12(2): 113-126.

- مدهوش، م. و ناصرپور، ن. (1382)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان. فصلنامه پژوهش بازرگانی. 28(2): 25-82.

-Augustin, M. (1998). "National Strategies for rural Tourism development and Sustainability" The experience *Journal of Sustainable Tourism*. P.3.

-Flisher, A., and D. Felsenstein. (2000). "support for rural tourism: dose it make a difference? *Annals of Tourism research* vol 21 No 4 pp.180-194

-Francisa. K. Millsa. J and Bonner. A (2008) "Getting to know a stranger—rural nurses' experiences of mentoring: A grounded theory" *International Journal of Nursing Studies* 45 pp 599–607 – at available: www.sceincedirect.com.

-Eruera, A. (2008). Rural tourism development in the eastern Hokoiana area, ministry of tourism/ visa international tourism research scholarship, faculty of business AUT. Retrieved from the www.hokianga.co.nz.

-Lepp, A. (2008). Tourism and dependency: an analysis of Bigodi village, Uganda. *The journal of tourism management*, doi:10.1016/j.tourman.2008.03.004