



انجمن علمی گردشگری ایران

ادراکات جامعه محلی به عوامل مؤثر بر رونق گردشگری در روستای بيله درق اردبیل: پژوهشی در چارچوب روش شناسی کیو

توحید حاتمی خانقاهی^۱، وحید وزیری^۲، مهرداد ابراهیمیان^۳

چکیده

توجه به زمینه‌های توسعه گردشگری در روستا و بهره‌مندی از راهکارهای رونق حضور گردشگر گام مهمی در جهت توسعه روستاهایی است که پتانسیل جذب مسافر دارند. در این میان، ذهنیت جامعه محلی و تکیه بر تجارب بومی کمک بزرگی برای بهره‌مندی بیشتر از پتانسیل‌های موجود است. غفلت طراحان از ذهنیت حاکم و چالش‌های موجود مانع اشراف آن‌ها به برخی عوامل مؤثر در طراحی و سبب نادیده گرفته شدن پتانسیل‌های بالقوه و گاه ویژگی‌های خاص محیط می‌شود. این تحقیق با هدف کشف دیدگاه‌ها و نظرهای افراد محلی درباره روش‌های رونق حضور گردشگر در روستای بيله درق در شهرستان سرعین از استان اردبیل انجام شده است. به منظور برداشت ذهنیت روستاییان در جامعه نمونه از روش تحقیق کیو با قابلیت تمرکز بر جامعه میزبان به ویژه جوامع کوچک روستایی استفاده شده است. روش مذکور ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است که در پنج مرحله انجام شده است. داده‌های تحقیق از بین اهالی روستای بيله درق و از طریق مرتب‌سازی ۳۵ گزاره استخراج شده از فضای گفتمان در جدول مرتب‌سازی اختیاری گردآوری و با نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس ۱۶ تحلیل شده است. نتیجه اینکه ذهنیت حاکم بیانگر وجود دو عامل مهم در خصوص روش‌های رونق حضور گردشگر در نمونه موردی است. ذهنیت اول بیانگر برتری عوامل و اقدامات کالبدی و ذهنیت دوم بیانگر اهمیت اقدامات اجتماعی و فرهنگی است. در ادامه گزاره‌های مرتبط با هر کدام از ذهنیت‌های مذکور اولویت‌بندی شده و دیدگاه‌های مشترک و اختلاف نظر بین گروه‌های ذهنی در قالب گزاره‌های توافقی و متمایزکننده استخراج شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۰۸

واژه‌های کلیدی:

گردشگری روستایی، روش تحقیق کیو، ذهنیت جامعه محلی، روستای بيله درق اردبیل، رونق حضور گردشگر

مقدمه

برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی را بیش از پیش ضروری کرده است (Byrd et al., 2009: 697). مشکلات مذکور روند مهاجرت از روستا به شهرها را شدت بخشیده و شاهد تبدیل روزافزون تولیدکنندگان روستایی به حاشیه‌نشین‌ها و مصرف‌کنندگان شهری هستیم؛ بنابراین یکی از چالش‌های عمده کشورهای در حال توسعه رکود و زوال روستاهاست (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۵۴). این مسئله باعث شده است که متخصصان و کارشناسان مسائل توسعه روستایی را مورد توجه قرار دهند و به دنبال

طی قرن‌های متمادی، روستا به منزله مکانی برای زندگی و تولید دارای نقش و ماهیت مؤثر بوده است (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۵۴)؛ اما امروزه اغلب مناطق روستایی با مسائل بی‌شماری همچون فقر، بیکاری، مشکلات بهداشتی، امنیت غذایی پایین و مسائل زیست‌محیطی مواجه‌اند (ازکیا و ایمانی، ۱۳۸۷). همچنین، تضعیف فعالیت‌های سنتی اقتصادی در مناطق روستایی همچون کشاورزی، معدن و جنگل طی سه دهه پیشین، ضرورت جست‌وجو و به‌کارگیری راهکارهای جدید

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه معماری دانشگاه محقق اردبیلی (hatami.tohid@gmail.com)

۲. استادیار گروه معماری دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران؛

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران؛



راهکارهایی برای تقلیل مسائل و مشکلات روستاها باشند.

طی سال‌های اخیر، گردشگری روستایی یکی از مهم‌ترین صنایعی به‌شمار می‌رود که از پتانسیل‌های لازم برای کمک به جوامع محلی به‌منظور توسعه فعالیت‌های اقتصادی برخوردار است (McGehee & Andereck, 2004: 136; Byrd et al., 2009: 698). توجه به زمینه‌های توسعه گردشگری در روستاها و در کنار آن بهره‌مندی از راهکارهای رونق حضور گردشگر و توسعه گردشگری در روستاهای با پتانسیل جذب مسافر و گردشگر حائز اهمیت است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به‌سوی اصلاح مناطق روستایی می‌دانند و گردشگری را راهبردی اثربخش می‌دانند که به جوامع روستایی حیات دوباره می‌دهد و آن‌ها را پابرجا نگه می‌دارد (ازکیا و ایمانی، ۱۳۸۷). توجه به مشارکت و حمایت جامع‌ه میزبان، یکی از عناصر اصلی پایداری توسعه صنعت گردشگری، اهمیت بسیاری دارد. اهمیت تأثیر گسترده و شگرف اجتماعی و فرهنگی طرح‌های گردشگری در ساختار اجتماعی جامعه، سبک زندگی افراد و اقتصاد مقصد و برعکس با تحقیقات متعدد به اثبات رسیده است (Gursoy et al., 2002; Gursoy et al., 2010; Pérez & Nadal, 2005). محققان بر این نظرند که ساکنان محلی یا جامعه میزبان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به توسعه گردشگری تأثیر بسزایی دارند، به طوری که قدرت تأثیر ساکنان در هر مقصدی و تبلور آن به صورت همکاری و استقبال از گردشگران در جهت موفقیت و پایداری هر پروژه توسعه گردشگری ضروری است (Liu, 1988).

تصورات برنامه‌ریزان روستایی از روستا و زندگی روستایی ممکن است با ذهنیت روستاییان تفاوت‌هایی داشته باشد. هرچند ممکن است یک غریبه یا طراح ذهنیت مردم روستا را قبول یا تأیید نکند، ولی به‌رحال این ذهنیت واقعی است و سبب بروز برخی رفتارهای فردی و اجتماعی می‌شود (حاتمی خانقاهی و همکاران، ۱۳۹۵). در حالت ایده‌آل، اشراف طراح به همه وجوه مؤثر بر طراحی، از جمله ذهنیت جامعه محلی، شرط لازم برای مداخله صحیح در آن است (زرگر و حاتمی خانقاهی، ۱۳۹۳). کم‌توجهی به ذهنیت جامعه محلی اشراف طراح به برخی عوامل مؤثر در طراحی را کاهش می‌دهد و سبب نادیده‌گرفته‌شدن پتانسیل و گاه ویژگی‌های

خاص محیط می‌شود. این در حالی است که ذهنیت ساکنان بومی منبعی قابل اتکا در احصای روش‌های رونق حضور گردشگر در آن منطقه و سبب افزایش اشراف طراحان بر تنگناها و امکانات بستر طراحی است.

این تحقیق با هدف کشف دیدگاه‌ها و نظرهای افراد محلی درباره روش‌های رونق حضور گردشگر در روستای بيله‌درق، یکی از روستاهای گردشگرپذیر شهرستان سرعین، انجام شده است. با توجه به نقش مؤثر ساکنان در حمایت از توسعه گردشگری، شناخت لایه‌های مختلف ذهنی جامعه و نظرهای ایشان در خصوص راهکارهای رونق حضور گردشگر ضرورت دارد و توجه به این مسئله گامی مؤثر در جهت رفع شکاف‌های موجود است.

سؤال اینکه عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگر از منظر اهالی روستای بيله‌درق کدام‌اند؟ ذهنیت روستاییان درباره روش‌های رونق بخشیدن به حضور گردشگر از بین ابعاد توسعه روستایی بیشتر به کدام سمت گرایش دارد؟

در این مقاله، روش تحقیق کیو با قابلیت تمرکز بر جامعه میزبان به‌ویژه جوامع کوچک روستایی به‌منظور برداشت ذهنیت روستاییان در خصوص روش‌های رونق حضور گردشگر در جامعه نمونه به‌کار می‌رود. این پژوهش از نوع الگوی تفسیری-اثبات‌گرایی است و از لحاظ جهت‌گیری در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. شیوه اجرای این پژوهش نیز از نوع ترکیبی است (ملکی و شرفی، ۱۳۹۵).

مروری بر ادبیات موضوع گردشگری روستایی

اتحادیه اروپا گردشگری روستایی را برای تمامی فعالیت‌های گردشگری که در مناطق روستایی انجام می‌شود به‌کار می‌برد (Coomber, 2004: 2). گردشگری به مفهوم دقیق کلمه عبارت است از «مسافرت اشخاص که به‌طور موقت از محل مسکونی خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی و فرهنگی و شخصی خود را به شکل مصرف‌کننده کالاهای اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند» (شهابیان، ۱۳۹۰). گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌های گردشگری در محیط روستایی گفته می‌شود که با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستایی، هنر و صنایع روستایی، و آداب و رسوم سنتی



ذهنیت جامعه‌محلی

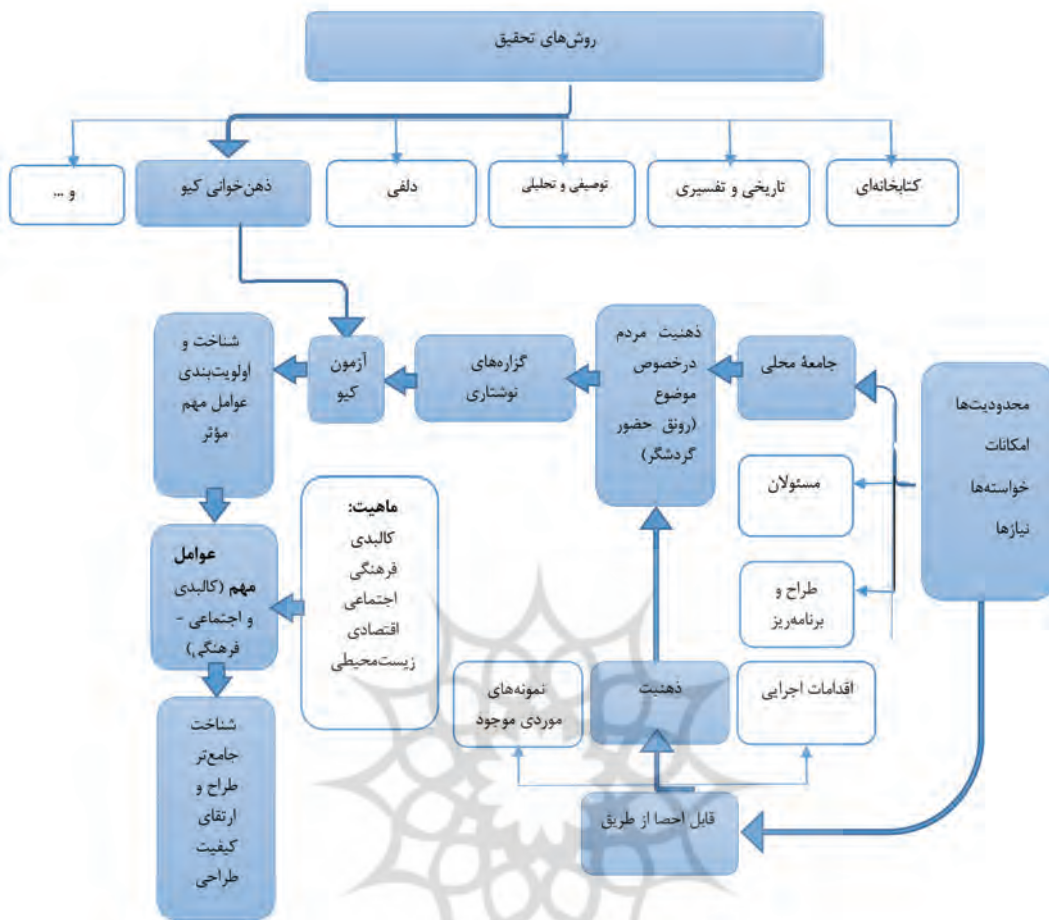
از آنجاکه جوامع محلی مهم‌ترین اصل در ایجاد ثبات و پایداری گردشگری هستند و از وجود گردشگری بهره می‌برند یا زیان می‌بینند، توجه به آن‌ها و برنامه‌ریزی برپایه خواسته‌ها و مشارکت آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲). موفقیت هر پروژه گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان است. برای دستیابی به حمایت مطلوب جامعه روستایی از توسعه گردشگری، درک واکنش جامعه محلی و عواملی که بر این طرز تفکر تأثیر می‌گذارند ضروری به‌شمار می‌آید (Gursoy et al., 2002: 80). در روستاهای مقصد گردشگری، مدیریت فعالیت گردشگری باید به‌صورت مؤثر بر عهده ساکنان محلی گذاشته شود. در قالب چنین رویکردی، نگرش و گرایش ساکنان محلی کانون فعالیت برنامه‌ریزی در گردشگری به حساب می‌آید و مشارکت آنان برای تسریع در روند برنامه‌ریزی توسعه گردشگری - رونق حضور گردشگر - مورد تأکید است (Blank, 1989: 4). شناخت و درک واکنش‌ها، درخواست‌ها و دیدگاه‌های جامعه محلی و عوامل مؤثر بر این طرز تفکرها برای برنامه‌ریزان و خط‌مشی‌گذاران به‌منظور جلب حمایت ساکنان از توسعه گردشگری اهمیت بسیاری دارد (Dyer et al., 2007: 410; Lee, 2013: 37; Nunkoo & Gursoy, 2012: 261). ناآگاهی طراح به این واقعیت ذهنی در بسیاری از موارد پیشنهادها طراحان را به بی‌راهه کشانده است. در مقابل، آگاهی طراح به این بخش از واقعیت، فارغ از میزان اصالت ذهنیت، سبب می‌شود که موضع مناسبی در قبال موضوع اتخاذ کند (حاتمی خانقاهی و همکاران، ۱۳۹۵). درک ریشه رفتارها و خواسته‌های اجتماعی، از طریق ذهنیت افراد جامعه، بسیاری از وقایع و رفتارها را تعریف‌پذیر می‌کند؛ به‌طوری‌که با کیو اختصاصاً ساختار این پیچیدگی‌های قابل مشاهده ارزیابی می‌شود و اصلاح و تفسیر آن‌ها صورت می‌گیرد (Duenckmann, 2010).

مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق، برای ارزیابی ذهنیت روستاییان درباره عوامل مؤثر بر رونق حضور گردشگر در نواحی بافت روستا، از روشی که در شکل ۱ نشان داده شده و قابلیت‌های آن بهره‌گرفته شده است.

روستا صورت می‌گیرد و دربرگیرنده گردشگری کشاورزی، گردشگری سبز، گردشگری مزرعه‌ای و گردشگری غذایی و شکار است (قادری، ۱۳۸۳: ۲۲). از این‌رو گردشگری روستایی بخشی از صنعت بزرگ گردشگری است که در توانمندسازی مردم محلی و ایجاد تنوع در رشد اقتصادی و نیز ایجاد فرصت‌های شغلی جدید تأثیر بسزایی دارد.

در مرحله اولیه توسعه گردشگری فواید اقتصادی بیشتر نمود می‌یابد، ولی در مراحل بعد، توسعه انبوه و کنترل‌نشده هزینه‌های اقتصادی جامعه میزبان را افزایش می‌دهد (Tosun, 2002: 222) و هزینه‌های اجتماعی و محیطی نیز نمایان می‌شود (Sharpley, 2014: 43). گردشگری - گردشگری روستایی - به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد، مفهوم صنعت را توسعه داده و فناوری خاص خود را مطرح کرده است. به بیان ساده‌تر، صنعت گردشگری، به‌مثابه مجموعه‌ای صنعتی، نیروی محرکه‌ای را فراهم می‌سازد که با تکیه بر آن چرخ‌های صنایع حیاتی با شتاب بیشتری می‌چرخد و راه توسعه محلی و ملی هموار می‌شود (Winter, 2009: 620)؛ به همین علت است که توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی دارد (Chin et al., 2014: 36). محققان بر این نظرند که میان رونق گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی برای ارزیابی اثرهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی آن بر جامعه میزبان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. نگرش ساکنان به گردشگری ممکن است تحت تأثیر عواملی نظیر وضعیت اقتصادی حوزه (Johnson et al., 1994: 629)، یک پارچگی و انسجام اجتماعی جامعه محلی (McCool & Martin, 1994: 29)، مجاورت و نزدیکی به کانون‌های گردشگری (Murphy, 1983: 8)، ترس از بین رفتن هویت محلی، وسعت حوزه، مدت زمان برقراری جریان گردشگری یا سطح بلوغ گردشگری در حوزه (Liu et al., 1987: 36)، شدت تراکم گردشگر در حوزه (Pizam, 1987: 8)، مرحله توسعه گردشگری (Belise & Hoy, 1980: 83)، شدت استفاده از منابع پایه و سطح علاقه‌مندی میزبان (Gursoy et al., 2002: 104) باشد.



شکل ۱: مدل مفی تحقیق

از توسعه این صنعت و بررسی پایداری ابعاد توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی است (اجزا شکوهی و همکاران، ۱۳۹۳؛ علی قلی زاده فیروز جایی و همکاران، ۱۳۹۳؛ بریمانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ علی قلی زاده فیروز جایی و همکاران، ۱۳۹۴). درک و حتی پیش بینی نگرش ساکنان به توسعه گردشگری و عواملی که عکس العمل آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد در دستیابی به حمایت ساکنان برای توسعه گردشگری ضروری است (وئوقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۶). همان طور که آپ (۱۹۹۲) ذکر می کند، برای رونق گردشگری در هر مقصد باید تأثیرات معکوس آن به حداقل کاهش یابد و همچنین، جامعه میزبان به شکلی مطلوب به آن بنگرند (Terzidou et al., 2008). پژوهش های فراوانی به بررسی اهمیت درک ساکنان از آثار گردشگری در تأثیرگذاری و حمایت آن‌ها از توسعه گردشگری انجام شده است (Nunkoo & Gursoy, 2012; Ramkissoon & Nunkoo, 2011; Ramkissoon & Nunkoo,

بر اساس مدل مفهومی تحقیق، محدودیت‌ها/ امکانات و خواسته‌ها و نیازهای مردم در خصوص روش های رونق حضور گردشگر از طریق کاوش در ذهنیت ساکنان مورد شناسایی عمیق تر قرار می گیرد و برآیند ذهنیت جامعه ارائه می شود. روش تحقیق کیو یکی از روش هایی است که به شناسایی و اولویت بندی عوامل مهم و مؤثر بر طراحی از منظر ذهن مردم می پردازد. شناخت جامع تر طراح از ذهنیت مخاطبان طرح و عوامل مؤثر بر طراحی به ارتقای کیفیت طراحی و برنامه ریزی منجر خواهد شد.

پیشینه پژوهش

پژوهش های انجام شده درباره آثار گردشگری در کشور ما اغلب حول محور بررسی نگرش ساکنان به تمامی یا برخی از آثار و همچنین تأثیر آن بر کیفیت زندگی جامعه محلی یا نقش آن در توسعه پایدار شهری، میزان حمایت آنان

نمونه موردی تحقیق



شکل ۲: روستای بیلهدرق

نمونه مورد مطالعه روستای بیلهدرق در استان اردبیل، واقع در سه کیلومتری شمال شهرستان سرعین، از توابع دهستان آبگرم و دومین قطب گردشگری شهر سرعین است. از عوامل مؤثر بر انتخاب این روستا می توان به ویژگی های طبیعی مانند آب درمانی، مناظر طبیعی و بکر، هوای خنک تاپستانی، آب معدنی گازدار و آبشارهایی در طول مسیر رودخانه و غارهای بزرگ و کوچک تاریخی اطراف روستا اشاره کرد.

روش شناسی تحقیق

در این پژوهش، به منظور کشف دیدگاه ها و نظرهای افراد محلی درباره روش های رونق حضور گردشگر در روستای بیلهدرق، از روش تحقیق کیو استفاده شده است. تحقیق از نوع اکتشافی است و تلاش شده است تا ذهنیت مردم روستا درباره روش های رونق حضور گردشگر کاوش شود. روش تحقیق کیو محقق را به دقت بیشتر در زندگی و نوع روابط و مسائل روزمره مردم وامی دارد و پشتوانه محکمی برای دستاوردهای محقق ایجاد می کند و آن ها را نظام مند و قابل دفاع در مجامع علمی می کند (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین، بر اساس نتایج مطالعات، روش تحقیق کیو قابلیت تمرکز بر جوامع کوچک و عمیق شدن در ذهنیت مؤثر بر اقدامات افراد جامعه را دارد و روشی نوین در دستیابی به ذهنیت جامعه در خصوص دغدغه های ذهنی مخاطب بدون تأثیر محقق است

بسیاری از تحقیقات اخیر نشان داد که بین توسعه گردشگری و تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی درک شده از سوی میزبان ارتباط وجود دارد (Frauman & Banks, 2010: 133).

گاوریلایا پاون ۱ (۲۰۱۵) در رومانی گردشگری را عاملی برای توسعه اقتصاد روستایی و جایگزینی برای وابستگی به کشاورزی می داند که هم فرصت اشتغال را فراهم می کند و هم محیط را برای جوانان روستا جاذب می نماید بیدالف ۲ (۲۰۱۵) در روستاهای کامبوج نشان داد که مهاجرت روستاییان به علت فقر و بی کاری بوده که با توسعه گردشگری روستایی اقتصاد خانوار و امرار معاش آنان بهتر شده است. بولی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان «توانمندسازی و نگرش های ساکنان نسبت به گردشگری» به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی روان شناختی و منافع اقتصادی شخصی تأثیر مثبت و مستقیم بر روی حمایت گردشگری دارد. لی (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل تأثیر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری» به این نتیجه رسید که مزایای درک شده از سوی ساکنان میزبان در رابطه بین پیوستگی جامعه و حمایت از توسعه پایدار گردشگری و همچنین بر مشارکت جامعه و حمایت از توسعه پایدار گردشگری تأثیر می گذارد. جعفری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «حمایت ساکنان از توسعه گردشگری: نقش تصویر مکان و اثرات تصویری گردشگری» ثابت کردند که تصویر مکان نزد ساکنان به طور مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه تأثیرات تصویری اقتصادی و اجتماعی فرهنگی حمایت ساکنان در توسعه گردشگری تأثیر می گذارد

حیدری ساربان (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی مورد مطالعه: دهستان سردابه شهرستان اردبیل» به این نتیجه رسید که بین تمامی مؤلفه های تحقیق (آموزشی و تبلیغاتی، حمایت طرف عرضه و اقدام مداخله ای دولت، تقویت زیرساخت ها و مطلوبیت اجتماعی جمعی و سرمایه روان شناختی و تقویت مشارکت) با بهبود توسعه گردشگری روستایی ارتباط وجود دارد.



(خوشگویان فرد، ۱۳۸۶؛ بیات و همکاران، ۱۳۹۷؛ حکاک و همکاران، ۱۳۹۶؛ حاتمی و همکاران، ۱۳۹۴؛ Duenckmann, 2010).

روش تحقیق کیو ترکیبی از روش‌های تحقیق کیفی و کمی است که هم شیوه گردآوری داده‌ها (مرتب‌سازی کیو) و هم شیوه تحلیل داده (تحلیل عاملی کیو) دربر می‌گیرد (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶). به‌منظور گردآوری داده‌ها، ۳۵ گزاره استخراج شده از ذهنیت اهالی که از طریق ایجاد فضای گفتمان به‌دست آمده بررسی شد و برای این منظور از جدول مرتب‌سازی اجباری با طیف +۴ تا -۴ استفاده شد. به‌منظور تحلیل داده‌ها و استخراج فاکتورهای عاملی، با استفاده از اطلاعات ماتریس داده‌های کیو توسط نرم‌افزار اسپاس پی‌اس اس ۱۶، میزان هم‌بستگی دیدگاه‌های مخاطبان درباره گزاره‌های کیو به‌صورت ماتریس هم‌بستگی بین افراد استخراج شد. همچنین، میزان توافق یا مخالفت بین مرتب‌سازی‌های افراد و تشابه یا تضاد بین نظر‌ها و دیدگاه‌های مخاطبان توسط جدول آرایه‌های عاملی و جدول باز مرتب‌سازی ارائه شد.

+۴	+۳	+۲	+۱	۰	-۱	-۲	-۳	-۴

شکل ۴: جدول مرتب‌سازی کارت‌های کیو

یافته‌ها

با تکیه بر منابع موجود، روش کیو برای شناسایی ذهنیت مخاطبان تحقیق در پنج مرحله انجام شده است: تولید گزاره‌های کیو، ۱ انتخاب افرادی برای مشارکت مستقیم در موضوع، ۲ به اشتراک‌گذاری داده‌ها، ۳ تحلیل عاملی کیو و تفسیر یافته‌ها. برای برداشت ذهنیت افراد، ابتدا با ایشان ارتباط حضوری برقرار شد و نظرشان درباره موضوع تحقیق نوشته شد. در این مرحله مواردی

- ۱ . Q-SET
- ۲ . P-Set
- ۳ . Q-SORT

از دیدگاه افراد مطرح می‌شد که قبلاً مدنظر محققان نبود. دغدغه‌های ذهنی و موارد مهم تأثیرگذار و برخی امکانات موجود اغلب موضوع بحث افراد بود، به‌ویژه آن‌هایی که قبلاً در این زمینه کار کرده بودند. در ادامه نتایج به‌دست آمده از فضای گفتمان در قالب گزاره‌های معنادار نوشته شد. در مرحله بعد، از میان پژوهش‌هایی در زمینه گردشگری روستایی که قبلاً گفته شد، پیشنهادهایی در قالب گزاره استخراج و درباره آن‌ها نیز از مردم نظرخواهی شد. در نهایت ۳۵ گزاره نهایی طوری عرضه شد که بیانگر محتوای همه موارد بحث شده در گفتمان باشد (جدول ۱). در پایان با استفاده از داده‌های به‌دست آمده تحلیل‌های آماری انجام شد.

جدول ۱: نتایج مرتب‌سازی گزاره‌ها

گزاره ۱: جذابیت خانه‌های سنتی و زنده کردن فرم‌های قدیمی برای گردشگران روستایی	گزاره ۲: بهسازی و تجهیز امکانات روستایی (مسافر خانه، مسیرها، تجهیز آبدرمانی) متناسب با الگوی معماری روستایی
گزاره ۳: تبدیل پارکینگ‌های موجود در روستا به مجموعه‌ای مرکب از پارکینگ و آلاچیق و پارک کودک (کمپ تفریحی)	گزاره ۴: امکان ارائه مستقیم محصولات روستایی به گردشگران در فضاهای مشخص
گزاره ۵: سروسامان دادن به بازارهای فصلی و دست‌فروشی‌ها (وانت‌ها و ... در روستا)	گزاره ۶: مدیریت و سامان‌دهی برنامه اسب‌سواری توسط اعضای ثابت و بومی روستا و ارائه برنامه مشخص
گزاره ۷: محدود کردن ترافیک سواره (تراکتور، کامیونت و ...) به درون بافت روستایی	گزاره ۸: نورپردازی مناسب معابر و افزایش مدت ماندگاری مسافر در روستا به هنگام شب
گزاره ۹: فراهم کردن بستر مناسب و دعوت گردشگران به داخل بافت روستا	گزاره ۱۰: آسفالت و سنگ‌فرش کردن داخل بافت روستا
گزاره ۱۱: ساخت سرویس بهداشتی در مکان‌های اسکان گردشگران	گزاره ۱۲: نصب وسایل بازی مناسب در محل‌های اسکان گردشگران
گزاره ۱۳: آموزش‌های فرهنگی لازم برای کاسبان محلی در خصوص رفتار صحیح با مسافران	گزاره ۱۴: توجه به پتانسیل غارهای تاریخی روستا و احیای آن‌ها
گزاره ۱۵: حل معضل توزیع نامتعادل درآمد حاصل از گردشگری بین اقشار مختلف مردم	گزاره ۱۶: واگذاری امور خدمات به گردشگران به افراد محلی و بومی روستا

ادامه جدول نتایج و مرتب سازی گزاره ها

گزاره ۱۷: سامان دهی به برنامه تفریحی اسب سواری در روستا شامل: کنترل قیمت، مشخص کردن مسیر حرکت و ...	گزاره ۱۸: افزایش تعداد واحدهای پذیرایی (غذاخوری، قهوه خانه سنتی، کافی شاپ) در روستا
گزاره ۱۹: اصلاح قوانین دست و پاگیر دولتی برای ورود سرمایه گذاران خارجی در زمینه خدمات گردشگری	گزاره ۲۰: برگزاری دوره ها و کلاس های آموزشی آشنایی با نحوه صحیح برخورد با گردشگران
گزاره ۲۱: ایجاد پاسگاه پلیس موقتی در تابستان (که بیشترین میزان حضور گردشگر در روستاست)	گزاره ۲۲: تلاش برای استمرار حضور گردشگر در روستا به منظور ایجاد امتیاز برتر نسبت به روستاهای اطراف
گزاره ۲۳: ایجاد تنوع شغلی برای پاسخ گو بودن به نیازها و سلیقه مختلف گردشگران	گزاره ۲۴: کنترل ورود و خروج گردشگران به داخل بافت روستایی به منظور حفظ امنیت اهالی
گزاره ۲۵: فراهم کردن امکانات لازم برای استفاده از لباس محلی اهالی برای عکاسی	گزاره ۲۶: احیای سنت های در حال فراموشی روستا مانند تکم به دلیل استقبال گردشگران
گزاره ۲۷: مشارکت اهالی برای سرمایه گذاری به منظور انجام تفریحات زمستانی در روستا مانند تیوب سواری	گزاره ۲۸: تسهیلات لازم برای اختصاص یافتن بودجه گردشگری به روستا به علت گردشگری پذیر بودن آن
گزاره ۲۹: رونق و گسترش فعالیت های کشاورزی سنتی در روستا و ایجاد تنوع کاشت گیاهان دارویی به علت استقبال گردشگران	گزاره ۳۰: به دلیل با ارزش شدن مسکن روستای گردشگری پذیر نسبت به روستاهای اطراف، انگیزه بومیان برای ارائه تسهیلات سکونتی به گردشگران و افزایش ماندگاری ایشان در روستا بیشتر می شود.
گزاره ۳۱: تمایل جامعه محلی برای مشارکت در آبادانی روستا برای جذب گردشگران	گزاره ۳۲: تدوین برنامه ای منسجم برای جمع آوری و دفع زباله ها
گزاره ۳۳: توجه ویژه برای احیای آب معدنی موجود در روستا به منظور استفاده گردشگران	گزاره ۳۴: تمهیدات مناسب برای اسکان گردشگر مانند احداث هتل، مسافر خانه و ...
گزاره ۳۵: فراهم کردن تسهیلات لازم برای فرآوری گیاهان دارویی توسط اهالی و تولید عرقچیات و ...	

دو دسته مشخص قرار گرفتند. هر کدام از دسته ها نماینده ذهنیت مشخصی هستند که فاکتور عاملی نام دارد. فاکتور اول بیانگر وجود ذهنیت کالبدی و فاکتور دوم بیانگر ذهنیت اجتماعی- فرهنگی است. گفتنی است که در میان گزاره ها تعدادی گزاره های مربوط به ذهنیت زیست محیطی و اقتصادی نیز بودند که به علت محدودیتشان در دو فاکتور قبلی ادغام شدند. بدین ترتیب، جدول نهایی فاکتورهای عاملی به شکل دوبعدی ارائه شد. پس از جمع آوری داده ها، با استفاده از روش های میزان هم بستگی، دیدگاه های مخاطبان درباره گزاره های کیو با استفاده از داده های جدول حاصل از مرتب سازی گزاره ها (جدول ۲) و با روش تحلیل عاملی در ماتریس هم بستگی در نرم افزار مربوطه بررسی شد.

در روش تحلیل عاملی می توان کلیه نظرهای جمع آوری شده را دسته بندی کرد. برای این دسته بندی، جدول ماتریس هم بستگی تشکیل می شود و میزان هم بستگی گزاره های کیو نسبت به یکدیگر از دیدگاه مخاطبان در این جدول سنجیده می شوند. مجموعه گزاره هایی که با هم هم بستگی نزدیک دارند در دسته های مشخصی قرار می گیرند؛ در واقع هر کدام از دسته ها گزاره هایی مشابه اند و نماینده یک عامل مشخص اند که فاکتور عاملی نامیده می شوند. برای این منظور، مخاطبان کیو با میزان هم بستگی بالا در دو دسته قرار گرفتند. از دیدگاه مخاطبان کیو دسته ای از گزاره ها مانند محدود کردن ترافیک سواره، نورپردازی معابر، توجه ویژه به احیای غارهای تاریخی موجود در روستا، افزایش تعداد واحدهای پذیرایی در روستا، احیای آب معدنی موجود در روستا و ساخت سرویس بهداشتی در مکان های اسکان گردشگران، ایجاد محل اقامت شبانه برای گردشگر و سایر موارد مشابه هم بستگی نزدیکی با هم داشتند و در قالب فاکتور مانند تدوین برنامه مناسب برای سامان دهی به مسئله اسب سواری، کنترل ورود و خروج گردشگران به بافت روستایی، برگزاری دوره های آموزشی در خصوص نحوه برخورد صحیح با گردشگران برای کاسبان محلی، فراهم کردن بستر مناسب برای ورود گردشگران به بافت روستایی و فروش محصولات محلی به ایشان، با همدیگر هم بستگی نزدیکی داشته و فاکتور اجتماعی- فرهنگی نامیده شدند.

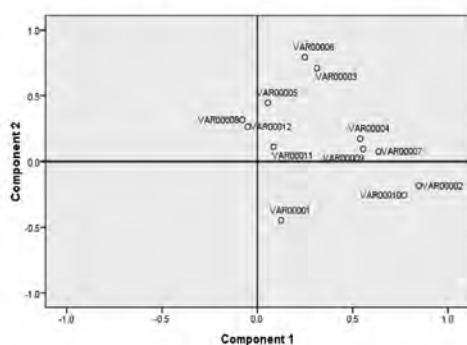
داده های حاصل از مرتب سازی کیو در روستای بیله درق سریعین وارد نرم افزار شد و میزان هم بستگی دیدگاه های مخاطبان درباره گزاره های کیو، با استفاده از روش تحلیل عاملی در ماتریس هم بستگی جدول ۲، عرضه شد و با لحاظ درصد بالای هم بستگی به منزله معنی داری بررسی شد. در ادامه، مخاطبان کیو با میزان هم بستگی بالا در

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی کیو

مخاطبان کیو	همبستگی												بارهای عاملی		وزن‌ها	
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	فاکتور عاملی ۱	فاکتور عاملی ۲	وزن فاکتور ۱	وزن فاکتور ۲
۱	۱												۰.۱۲	-۰.۴۵	۰.۱۳	-۰.۵۶
۲	۰.۱۸	۱											-۰.۸۵	-۰.۱۸	۳.۰۲	-۰.۱۹
۳	۰.۰۳	۰.۱۶	۱										-۰.۳۱	۰.۷۱	-۰.۳۴	۰.۴۳
۴	۰.۱۱	۰.۳۱	۰.۳۳	۱									-۰.۵۴	۰.۱۷۱	۰.۷۶	-۰.۱۸
۵	-۰.۰۳	۰.۰۲	۰.۱۵	-۰.۰۳	۱								۰.۰۶	۰.۴۵	۰.۰۶	۰.۵۵
۶	-۰.۲۵	۰.۱۰	۰.۶۶	۰.۱۵	۰.۲۵	۱							۰.۲۵	۰.۷۹	۰.۲۶	۲.۱۴
۷	-۰.۰۲	-۰.۵۸	۰.۱۹	۰.۰۷	۰.۱۵	۰.۱۱	۱						-۰.۶۳	۰.۰۷	۱.۰۶	۰.۰۷
۸	-۰.۲۰	-۰.۰۶	۰.۱۹	-۰.۱۴	-۰.۰۴	۰.۱۱	۰.۰۸	۱					-۰.۰۸	۰.۳۱	-۰.۰۸	۰.۳۵
۹	-۰.۲۷	۰.۲۶	۰.۰۷	۰.۲۸	-۰.۰۳	۰.۱۷	۰.۱۷	-۰.۰۸	۱				-۰.۵۵	۰.۰۹	۰.۸۰	۰.۰۹
۱۰	۰.۰۹	۰.۶۰	-۰.۰۳	۰.۲۲	۰.۰۱	۰.۰۳	۰.۲۸	۰.۰۰	۰.۴۲۸	۱			-۰.۷۷	-۰.۲۵	۱.۹۰	۰.۲۷
۱۱	-۰.۰۷	-۰.۱۲	-۰.۰۵	۰.۶۶	-۰.۰۶	-۰.۰۵	-۰.۱۸	۰.۰۱	۰.۰۱	۰.۰۱	۱		۰.۰۸	۰.۱۱	۰.۰۸	۰.۱۱
۱۲	-۰.۱۴	-۰.۰۶	-۰.۰۶	۰.۰۵	۰.۳۸	-۰.۰۶	۰.۲۴	-۰.۰۹	۰.۰۳	-۰.۰۹	۰.۱۹	۱	-۰.۰۵	۰.۲۶	-۰.۰۵	۰.۰۵



Component Plot in Rotated Space



شکل ۴: نسبت مخاطبان کیو با فاکتورهای عاملی

جدول ۲ بار عاملی ۱۲ مخاطب کیو و وزن متناظر با هر کدام را در برابر دو فاکتور عاملی موضوع تحقیق در روستای بیلهدرق نشان می‌دهد. همچنین بارهای عاملی حاصل از تحلیل عاملی جدول ۲ نشانگر میزان وابستگی و توافق یا مخالفت هریک از مخاطبان کیو به هر کدام از فاکتور عاملی و ذهنیت‌های مذکور بود. معیار معنی‌داری بارهای عاملی نیز با توجه به وجود ۳۵ گزاره و کارت برای اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر بودن بار عاملی از است.



انجمن علمی گردشگری ایران

کالبدی به حضور گردشگر دارند. در حالی که از نظر افراد ۲، ۴، ۷، ۹، ۱۰، با بار عاملی معنی‌دار روی عامل دوم، وجه اجتماعی-فرهنگی حضور گردشگر در روستای بیله‌درق حائز اهمیت است. شایان ذکر است که مخاطب ۱۲ و ۱۱ روی هیچ‌کدام از عامل‌ها معنی‌دار نبوده، ولی مخاطب ۱۲ به دسته اول و مخاطب ۱۱ به دسته دوم گرایش بیشتری دارد.

در شکل ۴، سمت راست محور افقی نشانگر عامل اول (کالبدی) و محور عمودی نشانگر عامل دوم (اجتماعی-فرهنگی) درباره گزاره‌های تحقیق است و نسبت افراد در قبال دو عامل موضوع تحقیق را نشان می‌دهد.

با توجه به شکل ۴، افراد ۱، ۳، ۵، ۶، ۸ روی عامل نخست بار عاملی معنی‌دار دارند و بیشتر نگاه

جدول ۳: نتایج محاسبه امتیازهای عاملی، آرایه‌های عاملی، گزاره‌های متمایزکننده و گزاره‌های توافقی

گزاره‌ها	امتیازهای عاملی		آرایه‌های عاملی		قدر مطلق تفاضل آرایه‌های عاملی هر گزاره روی فاکتورهای عاملی
	امتیاز عامل ۱	امتیاز عامل ۲	آرایه عاملی ۱	آرایه عاملی ۲	
۱	۰٫۳۰	۰٫۱۰	۰٫۰۰	۰٫۰۰	۰
۲	۰٫۴۲	-۰٫۵۵	۱٫۰۰	-۱٫۰۰	۲
۳	۰٫۳۱	۱٫۱۵	۰٫۰۰	۲٫۰۰	۲
۴	-۰٫۰۹	-۰٫۶۴	-۲٫۰۰	-۱٫۰۰	۱
۵	۰٫۶۴	-۰٫۳۵	۱٫۰۰	۰٫۰۰	۱
۶	۰٫۱۱	۱٫۳۷	۰٫۰۰	۳٫۰۰	۳
۷	-۲٫۲۸	-۰٫۰۱	-۳٫۰۰	۰٫۰۰	۳
۸	۱٫۳۶	۰٫۴۵	۳٫۰۰	۱٫۰۰	۲
۹	-۱٫۷۳	۱٫۲۰	-۳٫۰۰	۳٫۰۰	۶
۱۰	۰٫۶۹	-۲٫۶۴	۲٫۰۰	-۴٫۰۰	۶
۱۱	۱٫۲۷	۱٫۱۰	۲٫۰۰	۲٫۰۰	۰
۱۲	-۰٫۷۵	۰٫۲۴	-۲٫۰۰	۰٫۰۰	۲
۱۳	۰٫۴۹	۱٫۳۵	۱٫۰۰	۳٫۰۰	۲
۱۴	۱٫۳۱	۱٫۰۳	۳٫۰۰	۲٫۰۰	۱
۱۵	۰٫۲۱	۰٫۴۹	۰٫۰۰	۱٫۰۰	۱
۱۶	۰٫۰۰	۰٫۹۵	-۱٫۰۰	۱٫۰۰	۲
۱۷	۰٫۶۳	۱٫۰۷	۱٫۰۰	۲٫۰۰	۱
۱۸	۱٫۵۲	۰٫۹۹	۳٫۰۰	۱٫۰۰	۲
۱۹	-۰٫۱۶	۰٫۵۲	-۱٫۰۰	۱٫۰۰	۲
۲۰	۰٫۷۵	۰٫۰۵	۲٫۰۰	۰٫۰۰	۲
۲۱	۰٫۱۴	-۰٫۵۱	۰٫۰۰	-۱٫۰۰	۱
۲۲	۰٫۰۲	-۰٫۳۱	۰٫۰۰	۰٫۰۰	۰
۲۳	۰٫۳۷	-۰٫۹۶	۱٫۰۰	-۲٫۰۰	۳
۲۴	۰٫۶۵	-۱٫۵۸	۱٫۰۰	-۳٫۰۰	۴
۲۵	۰٫۶۶	-۰٫۸۰	۲٫۰۰	-۲٫۰۰	۴
۲۶	-۰٫۷۱	-۰٫۸۲	-۱٫۰۰	-۲٫۰۰	۱
۲۷	۰٫۰۶	-۰٫۹۲	۰٫۰۰	-۲٫۰۰	۲
۲۸	-۰٫۶۸	-۱٫۴۱	-۱٫۰۰	۴٫۰۰	۵
۲۹	-۰٫۱۱	-۱٫۱۹	-۱٫۰۰	-۳٫۰۰	۳
۳۰	-۰٫۹۱	-۰٫۳۸	-۲٫۰۰	-۱٫۰۰	۱
۳۱	-۲٫۳۰	-۰٫۷۲	-۴٫۰۰	-۱٫۰۰	۳
۳۲	-۱٫۴۷	۰٫۳۲	-۳٫۰۰	۰٫۰۰	۳
۳۳	۱٫۵۷	-۱٫۶۴	۴٫۰۰	-۳٫۰۰	۷
۳۴	-۱٫۲۸	-۰٫۵۲	-۲٫۰۰	-۱٫۰۰	۱
۳۵	-۰٫۲۳	۰٫۷۳	-۱٫۰۰	۱٫۰۰	۲



جدول ۴: باز مرتب سازی گزاره های کیو مرتبط با فاکتور عاملی ۱

۴	۳	۲	-۱	۰	۱	۲	۳	۴
۳۳	۸	۱۰	۲	۱	۱۶	۴	۷	۳۱
	۱۴	۱۱	۵	۳	۱۹	۱۲	۹	
	۱۸	۲۰	۱۳	۶	۲۶	۳۰	۳۲	
		۲۵	۱۷	۱۵	۲۸	۳۴		
			۲۳	۲۱	۲۹			
			۲۴	۲۲	۳۵			
				۲۷				

جدول ۵: باز مرتب سازی گزاره های کیو مرتبط با فاکتور عاملی ۲

۴	۳	۲	-۱	۰	۱	۲	۳	۴
۲۸	۶	۳	۸	۱	۲	۲۳	۲۴	۱۰
	۹	۱۱	۱۵	۵	۴	۲۵	۲۹	
	۱۳	۱۴	۱۶	۷	۲۱	۲۶	۳۳	
		۱۷	۱۸	۱۲	۳۰	۲۷		
			۱۹	۲۰	۳۱			
			۳۵	۲۲	۳۴			
				۳۲				

در مورد گزاره های نوشتاری، با توجه به جدول های ۴ و ۵ که برآیند مرتب سازی گزاره های حاصل از فضای گفتمان توسط افراد با ذهنیت کالبدی و فرهنگی است، مهم ترین گزاره ها که بیشترین امتیاز عاملی را به عنوان برآیند ذهنیت کالبدی با تأکید معنادار بر گزاره های ۳۳، ۱۸، ۱۴، ۸ و ذهنیت فرهنگی با تأکید معنادار بر گزاره های ۲۸، ۱۳، ۹ و ۶ از منظر مخاطبان کیو کسب کرده اند. همچنین گزاره هایی با امتیاز عاملی صفر برای ذهنیت گروه اول و دوم نشان می دهد که با توجه به عرضه مشروح گزاره ها در جدول ۱ از تکرار آن ها در این قسمت خودداری می شود.

به طور کلی تفسیر عامل ها بیش از همه مبتنی بر جمله هایی است که در دو سوی طیف قرار می گیرند، یعنی موافقت یا مخالفت با آن ها در حد بالایی است. در گام بعد و برای شناسایی بهتر و شفاف تر ذهنیت ها، به جمله های درجه خنثی نیز مراجعه می شود. همچنین شناسایی جمله هایی که نقاط اشتراک ذهنیت ها و نقاط افتراق آن ها را تشکیل می دهند نیز ضروری است (خوشگویان فرد و همکاران، ۱۳۸۸).

با توجه به اینکه در روش تحقیق کیو بارهای عاملی رابطه مخاطبان کیو را با عامل ها نشان می دهد، به منظور تفسیر عامل های کیو که وابسته به محتوای گزاره های کیو است، از امتیاز عاملی گزاره ها استفاده می شود که پیوندی بین محتوای گزاره های کیو و عامل های کیو برقرار می کند و امکان تفسیر عامل ها را فراهم می آورد.

امتیاز های عاملی و آرایه های عاملی مربوط به همه ۳۵ گزاره تحقیق نیز با توجه به میانگین وزنی مخاطبان کیو نسبت به هر کدام از فاکتور های عاملی در جدول ۲ ارائه شده است. همچنین محاسبه قدر مطلق تفاضل آرایه های عاملی به صورت تقریبی گزاره های متمایز کننده و توافقی را معین کرده است.

در جدول ۳، با توجه به قدر مطلق تفاضل آرایه های عاملی در خصوص گزاره های نوشتاری، بیشترین قدر مطلق تفاضل اعداد ۷ و ۶ به ترتیب مربوط به گزاره های ۳۳، ۱۰ و ۹ است. در مرحله بعد، گزاره های ۲۸ با تفاضل پنج و ۲۴ و ۲۵ با تفاضل چهار و گزاره های ۶، ۷، ۲۳، ۳۱، ۳۲ متمایز کننده اند. این بدان معناست که افراد در دو دسته وابسته به دو عامل موجود (کالبدی و فرهنگی) بر سر این گزاره با یکدیگر اختلاف نظر شدید دارند. به عبارتی، این دو گزاره بیشترین تأثیر را در تفکیک مخاطبان به دو دسته مجزا در خصوص گزاره های نوشتاری کرده است. مثلاً گزاره ۹، فراهم کردن بستر مناسب و دعوت گردشگران به داخل بافت روستا.

همچنین کمترین قدر مطلق تفاضل آرایه های عاملی هر گزاره بر روی دو فاکتور عاملی موجود در روستای بیلهدرق برابر عدد صفر و مربوط به گزاره های ۱، ۱۱ و ۲۲ است که منظور از آن توافق دو دسته از افراد وابسته به دو عامل کالبدی و فرهنگی بر سر این گزاره ها است و با یکدیگر هم نظرند؛ به عبارتی، این گزاره ها مورد وثوق همه مخاطبان و عامل مشترک و توافق بین دو گروه است. مثلاً گزاره ۱، ساخت سرویس بهداشتی در مکان های اسکان گردشگران. به طور خلاصه، آرایه های عاملی و تشخیص گزاره های متمایز کننده و توافقی امکان تفسیر ذهنیت غالب موجود در خصوص روش های رونق حضور گردشگر در روستای بیلهدرق را فراهم کرد. جدول های ۴ و ۵ برآیند منطقی مجموع نظر های مخاطبان کیو درباره محتوای گزاره های هر کدام از فاکتور های عاملی و به تعبیری ذهنیت حاکم بر روستای بیلهدرق است که بر اساس آرایه های عاملی جدول ۳ تنظیم شده است.



بحث و نتیجه گیری

ارزیابی و تعمق در ذهنیت مردم و اهالی محدوده مورد مطالعه و بهره‌مندی از روش تحقیق کیو در برداشت ذهنیت اهالی در خصوص موضوع مورد پژوهش موارد مهم و قابل توجهی را شناسایی و اولویت‌بندی کرد که ممکن است از نگاه طراح دور بماند. جدول‌ها و گزاره‌های ارائه‌شده در متن این پژوهش نتایج اولویت‌بندی گزاره‌های مهم از منظر ذهن مردم محدوده مورد مطالعه است. ۳۵ گزاره در فرایند روش تحقیق کیو در مرحله اول از منظر ذهن مخاطبان قابل توجه و مهم بود. جدول‌های ۴ و ۵، بازمرتب‌سازی حاصل از تحلیل عاملی کیو، میزان اهمیت گزاره‌ها را مشخص کرد.

در خصوص سؤال اول، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از دیدگاه مخاطبان کیو عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگر از دیدگاه اهالی روستای بیله درق در قالب دسته‌ای از گزاره‌ها مطرح می‌شود مانند محدود کردن ترافیک سواره، نورپردازی معابر، توجه ویژه به احیای غارهای تاریخی موجود در روستا، افزایش تعداد واحدهای پذیرایی در روستا، احیای آب معدنی موجود در روستا و ساخت سرویس بهداشتی در مکان‌های اسکان گردشگران، ایجاد محل اقامت شبانه برای گردشگر. این موارد و سایر موارد مشابه هم‌بستگی نزدیکی با هم دارند و در قالب فاکتور کالبدی مطرح شده‌اند. برخی دیگر از گزاره‌ها که با یکدیگر هم‌بستگی نزدیکی دارند و در قالب فاکتور اجتماعی - فرهنگی راهکاری دیگر در خصوص عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگرند عبارت‌اند از تدوین برنامه مناسب برای سامان‌دهی به برنامه اسب‌سواری، کنترل ورود و خروج گردشگران به بافت روستایی، برگزاری دوره‌های آموزشی در خصوص نحوه برخورد صحیح با گردشگران برای کاسبان محلی، فراهم کردن بستر مناسب برای ورود گردشگران به بافت روستایی و فروش محصولات محلی به ایشان.

به‌منظور پاسخ‌گویی به سؤال دوم پژوهش در این خصوص که ذهنیت روستاییان درباره روش‌های رونق بخشیدن به حضور گردشگر به کدام ابعاد توسعه روستایی گرایش دارد، با بررسی ذهنیت‌های مشابه مخاطبان کیو

با استفاده از جدول هم‌بستگی پیرسون، دو عاملی مهم کالبدی و اجتماعی - فرهنگی شناسایی شده و در قالب جدول بازمرتب‌سازی گزاره‌های کیو برای هرکدام از فاکتورهای عاملی در جدول‌های ۴ و ۵ ارائه شده است. این تحقیق به لحاظ اهمیت توجه به ذهنیت جامعه محلی، که عاملی مهم برای ارائه راهکارهای رونق حضور گردشگری در روستاهای گردشگرپذیر است، با تحقیقات نانکو و گورسوی (۲۰۱۲)، رامکیسون و نانکو (۲۰۱۱)، رامکیسون و نانکو (۲۰۰۸)، پریاک و همکاران (۲۰۱۳)، دیر و همکاران (۲۰۰۷) و لی (۲۰۱۳) همسو است. همچنین، در خصوص تأثیرپذیری گردشگری از عوامل و ویژگی‌های کالبدی جامعه محلی، این پژوهش با تحقیقات بولی و همکاران (۲۰۱۴)، لی (۲۰۱۳)، جعفری و همکاران (۱۳۹۶)، حیدری ساریان (۱۳۹۶) و بیات و همکاران (۱۳۹۷) همسو است. در خصوص تأثیرپذیری گردشگری از عوامل و ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی جامعه محلی نیز پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات توسون (۲۰۰۲)، مک‌کول و مارتین (۱۹۹۴)، ضیایی و همکاران (۱۳۹۲)، بلنک (۱۹۸۹)، وثوقی و همکاران (۱۳۹۰) و فرومن و بنکس (۲۰۱۰) همسو است.

در روش کیو ذهنیت جامعه محلی اهالی روستای بیله درق درباره عوامل مؤثر بر رونق حضور گردشگر در طراحی بافت روستا به دو دسته کالبدی و فرهنگی اجتماعی تقسیم می‌شود و مؤلفه‌های ذهنی تأثیرگذار در روش‌های رونق حضور گردشگر بر اساس ذهنیت جامعه محلی تفکیک و سنجیده می‌شود.

در نهایت، در این پژوهش با بیان مسائل و مشکلات موجود، ضرورت‌ها و مزایای توجه به صنعت گردشگری در روستا و معایب غفلت از آن و بررسی مبانی نظری در موضوع گردشگری روستایی، بررسی نظرهای اندیشمندان و صاحب‌نظران و پس از آن مصاحبه با اهالی روستای نمونه موردی به مطالبی دست یافتیم که، پس از پالایش و اولویت‌بندی با روش کیو، برآیند ذهنیت افراد در زمینه راهکارهای رونق حضور گردشگر در طراحی بافت روستایی باشد.



منابع

- اجزا شکوهی، محمد، بوذرجمهری، خدیجه، ایستگلدی، مصطفی و مودودی، مهدی (۱۳۹۳). «بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان؛ نمونه مطالعاتی: شهر بندر ترکمن». فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۴۷، شماره ۱۴، ص ۱۲۵-۱۰۱.
- ازکیا، مصطفی و ایمانی، علی (۱۳۸۷). توسعه پایدار روستایی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- بریمانی، فرامرز، حسن پور، محمود و شعبانی، پریسا (اردیبهشت ۱۳۹۴). «بررسی واکنش جامعه محلی نسبت به گردشگری در چارچوب نظریه مبادله اجتماعی (نمونه موردی: ناحیه ساحلی بابلسر)». دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار، سمنان.
- بیات، ناصر، مقیمی، مهدی و اسدی فرد، محمد (۱۳۹۷). «رهیافت ساماندهی اقامتگاه‌های گردشگری غیررسمی در ایران با رویکرد ایمنی و امنیتی». گردشگری شهری. دوره ۵، شماره ۱، ص ۱۵۹-۱۴۳.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و ابراهیمی، محمدمیر (۱۳۹۰). نظریه‌های توسعه روستایی. تهران: انتشارات سمت.
- جعفری، سکینه، احسان فر، سعید و ملکی مجد، شیلا (۱۳۹۶). «حمایت ساکنان از توسعه گردشگری: نقش تصویر مکان و اثرات تصویری گردشگری». نشریه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۴، ص ۵۳-۳۵.
- حاتمی خانقاهی، توحید، زرگر، اکبر و سرتیپی پور، محسن (۱۳۹۴). «بررسی قابلیت روش تحقیق کیو در شناسایی اولویت بندی وجوه مؤثر بر طراحی مسکن روستایی، نمونه موردی: روستای جیلان آباد از توابع اصفهان». مجله صفه، دوره ۲۵، شماره ۷۱، ص ۱۳۲-۱۱۳.
- حکاک، محمد، شریعت نژاد، علی و ساعدی، عبدالله (۱۳۹۶). «شناسایی الگوهای ذهنی مدیران در راستای توانمندسازی روان شناختی کارکنان با استفاده از روش کیو». فرایند مدیریت و توسعه. دوره ۳، شماره ۲، ص ۱۰۷-۸۵.
- حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی (مورد مطالعه: دهستان سرداب ده شهرستان اردبیل)». گردشگری و توسعه، دوره ۶، شماره ۳، ص ۱۹۸-۱۷۷.
- خوشگویان فرد، علیرضا (۱۳۸۶). روش شناسی کیو. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- زرگر، اکبر و حاتمی خانقاهی، توحید (۱۳۹۳). «وجوه مؤثر بر طراحی مسکن روستایی». مسکن و محیط روستا، شماره ۱۴۸، ص ۶۲-۴۸.
- شهبانیان، پویان (۱۳۹۰). «بررسی نقش و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر: با تأکید بر ادراک ساکنان». مجله معماری و شهرسازی آران شهر، دوره ۷، شماره ۴، ص ۱۳۲-۱۲۱.
- ضیایی، محمود، امین بیدختی، علی اکبر و قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). «ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری». فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۴، ص ۸۸-۵۹.
- علی قلی زاده فیروزجایی، ناصر، رمضان زاده لسبوئی، مهدی و اسمعیلی، مجید (۱۳۹۳). «سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک)». مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۱۸، شماره ۵، ص ۵۳-۳۷.
- علی قلی زاده فیروزجایی، قدمی، مصطفی و رمضان زاده لسبوئی، مهدی (اردیبهشت ۱۳۹۴). «بررسی ابعاد اقتصادی پایداری توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی: ماسوله)». دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار، سمنان.
- قادری، زاهد (۱۳۸۳). اصول توسعه پایدار گردشگری روستایی. تهران: انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریها.
- ملکی مین باش رزگاه، مرتضی و شرفی، وحید (۱۳۹۵). «شناسایی و دسته بندی ذهنیت کارآفرینان در مورد بازاریابی کارآفرینانه با استفاده از روش کیو». توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۳، ص ۵۵۱-۵۳۳.
- وثوقی، لیلا، خانی، فضیله، مطیعی لنگرودی، سیدحسن و رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰). «ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: منطقه کوهستانی رودبار قصران، شهرستان شمیران)». پژوهش های روستایی، دوره ۴، شماره ۲، ص ۸۸-۶۳.



- Gavrila-Paven, I. (2015). "Tourism Opportunities for Valorizing the Authentic Traditional Rural Space—Study Case: Ampoi And Mures Valleys Microregion, Alba County, Romania". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 111-115.
- Gursoy, D., Chi, Ch. G., & Dyer, P. (2010). "Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia". *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Johnson, D., Jerry, S., David, J., & Akis, S. (1994). "Residents' Perceptions of Tourism Development". *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.
- Lee, T. H. (2013). "Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development". *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. & Var, T. (1987). "Resident Perceptions of The Environment Impacts of Tourism of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- McCull, S. F.; Martin, S. R. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism development". *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McGehee, N. G., & Anderek, K. L. (2004). "Kathleen: Factors Predicting Rural Residents' Support of tourism". *Journal of Travel Research*, 43(2), 130-140.
- Murphy, P. E. (1983). "Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers". *Journal of Travel Research*, 21(3), 8-12.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). "Residents Support for Tourism: An Identity Perspective". *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Pérez, E., Aguilo, N.; Jaume, R. (2005). "Host Community Perceptions A Cluster Analysis". *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586- 599.
- Pizam, A. (1987). "Tourism Impacts: The Social Costs to The Destination Community as Perceived by Its Residents". *Journal of Travel Research*, 16, 8-12.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). "London Residents' Support for the 2012 Olympic Games: The Mediating Effect of Overall Attitude", *Tourism Management*, 36, 629- 640.
- Ap, J. (1992). "Residents perceptions on tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). "The 1983 Perceived Impact of Tourism by Residents, Case Study in Santa Marta". *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- Biddulph R. (2015). "Limits to mass tourism's effects in rural peripheries" ,*Annals of Tourism Research*, 50, 98-112.
- Blank, U. (1989). *The Community Tourism Industry Imperative; The Necessity, The Opportunities, Its Potential*. Venture Publishing, State College, PA.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). "Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens". *Annals of Tourism Research*, 49, 33-50.
- Byrd, E., Bosley, H., Dronberger, M. (2009). "Comparisons of stakeholder. perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Chin, C. H., Lo, M. C., Songan, P., & Nair, V. (2014). "Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 35-44.
- Coomber, L., & Lim, C. (June 2004). "Farm Tourism: A Preliminary Study of Participants Expectations and Perceptions of Farm Tours". 2nd International Congress On Environmental Modelling And Software-Osnabrück. Germany. <https://scholarsarchive.byu.edu/iemssconference/2004/all/59>.
- Duenckmann, F. (2010). "The village in the mind: applying Q- methodology to re- constructing constructions of rurality". *Journal of Rural Studies*, 26 (3), 284-295.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). "Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism and Associated Development on The Sunshine Coast, Australia". *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Frauman, E., & Banks, S. (2010). "Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance - Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework", *Tourism Management*, 32(1), 128-140.

Terzidou, M., Stylidis, D., & Szivas, E. M. (2008). "Residents Perceptions of Religious Tourism and Its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos". *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 5(2), 113-129.

Tosun, C. (2002). "Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study". *Analys Of Tourism Research*. 29 (1) 231-253.

Winter, C. (2009). "Tourism, Social, Memory and the Great War". *Annals of Tourism Research*, 36(4), 607-626.

Ramkissoon, H. & Nunkoo, R. (2008). "Information Search Behavior of European Tourists Visiting Mauritius, Tourism". *An International Interdisciplinary Journal*, 56(1), 7-21.

Ramkissoon, H., & Nunkoo, R. (2011). "City Image and Perceived Tourism Impacts Evidence from Port Louis, Mauritius". *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 12(2), 123- 143.

Sharpley, R. (2014). "Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research". *Tourism Management*, 42, 37- 49.

