

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

عبدالمحید 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 امروزی 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 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 (ازکیا، 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

می‌توان به توسعه کمک کرد. جنگ‌چی کاشانی (۱۳۸۳) اظهار می‌دارد اگر منطقه‌ای از نظر جاذبه غنی باشد ولی از لحاظ امکانات رفاهی مورد توجه قرار نگیرد در پذیرش گردشگر با شکست مواجه می‌شود. موسایی (۱۳۸۳) نیز بیان می‌دارد که متغیر احساس ناامنی عامل اصلی در عدم جذب گردشگر است. وی معتقد است که احساس امنیت، مسئله عاطفی - فرهنگی است و با انتقال مناسب آگاهی‌های واقعی در مورد ایران و دادن آموزش لازم به شهروندان و نیز گسترش فعالیت‌های فرهنگی، می‌توان احساس امنیت را ایجاد کرد و به ده‌ها میلیارد دلار درآمد ارزی دست یافت. براساس یافته‌های پژوهش صادقی (۱۳۸۴)، برای گسترش گردشگری در غرب کشور باید فرهنگ‌سازی شود و تبلیغات بسیاری صورت گیرد تا با برنامه‌ریزی مناسب منافع فراوانی نصیب جوامع روستایی گردد و همچنین به توسعه روستایی کمک شود. فیشر و فلسناشتاین (Flisher & Felsenstein, 2000) بر این باورند که گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند منجر به توسعه کشاورزی در مناطق روستایی شود. لذا در پژوهش حاضر با توجه به اهمیت اقتصادی و اجتماعی موضوع، به بررسی مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی پرداخته شد. نظریه بنیانی از جمله روش‌های تحقیق کیفی است، که از دهه ۱۹۹۰ استفاده از آن در پژوهش‌های گردشگری مرسوم شده است. ارورا (Eruera, 2008) نیز در این زمینه بیان می‌دارد که گردشگری پدیده‌ای اجتماعی است و می‌توان ابعاد مختلف آن را با استفاده از نظریه بنیانی مورد بررسی قرار داد. علاوه بر این، یافته‌های تحقیق هاردی (Hardy, 2006) نشان داد که نظریه بنیانی یک فرایند تحقیق قیاسی مناسب در زمینه تحلیل و بررسی نقش کارگزاران گردشگری پایدار است که نیاز واقعی مسافران، آثار گردشگری و فرهنگ آن در جوامع محلی و در نهایت راهبرد مدیریت را آشکار می‌سازد.

دریو و آرچ (Drew & Arch, 2008) نیز در پژوهش خود در مورد کاربرد نظریه بنیانی در رفتار توریسم نشان دادند که بین تصمیمات و رفتار گردشگران پیچیدگی‌های زیادی وجود دارد و با مصاحبه‌های طولانی با گردشگران، تجربیات، تصمیمات و بینش آنها از فراغت را در سفر کشف کردند.

پژوهش‌های کیفی گردشگری روستایی که به دست محققان داخلی انجام گرفته، اندک است و این خلأ در مورد استان کرمانشاه با شدت بیشتری دیده می‌شود. این در حالی است که استان کرمانشاه دارای پتانسیل‌های بی‌مانندی از قبیل جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، همراه با تنوع قومی و مذهبی، هنرها و صنایع دستی و موارد دیگرست و هنوز به طور بهینه از این استعداد کم‌نظیر بهره گرفته نشده است. از آن جا که این روستاها جزو میراث فرهنگی ما هستند باید به آنها توجه صد چندان شود و مشکلات‌شان حل گردد. یکی از این روستاها، روستای حریر است. مطالعات مختلف نشان می‌دهد که با وجود پتانسیل‌های گردشگری که در این روستا وجود دارد، گردشگران زیادی از این روستا دیدن نمی‌کنند، بنابراین با توجه به وجود چنین مشکلی در روستا به بررسی مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی پرداخته شد تا با عنایت به نتایج حاصل بتوان تا حدودی به حل مشکلات گردشگری روستایی استان کرمانشاه کمک کرد.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای - کاربردی و از نظر پارادایم<sup>۱</sup> در گروه تحقیقات کیفی<sup>۲</sup> قرار می‌گیرد و از بعد روش از نظریه بنیانی بهره برده است.

جامعه مورد مطالعه اهالی روستای حریر بوده است. حجم نمونه به وسیله روش گلوله برفی<sup>۳</sup> تعیین شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق<sup>۴</sup>، مشاهده مستقیم، تهیه عکس و فیلم، مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد. روایی این پژوهش از طریق مصاحبه با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی استان کرمانشاه مورد تأیید قرار گرفت.

- 
1. Paradigm
  2. Qualitative research
  3. Snowball
  4. In-Depth Interview

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:

- چارچوب مفهومی گراند تئوری<sup>۱</sup> از مطالعات قبلی ناشی نمی‌شود، بلکه ناشی از اطلاعات فعلی است.
  - محقق به جای توصیف واحد تحت مشاهده می‌کوشد تا فرایندهای اصلی عرصه اجتماعی را کشف کند.
  - محقق هر داده را با تمام داده‌ها مقایسه می‌کند.
  - محقق ممکن است در میدان تحقیق روش جمع‌آوری داده‌ها را تغییر دهد و سؤالات ژرفکاوانه‌تری را در صورت لزوم مطرح کند.
  - 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<sup>۲</sup> 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

نظریه بنیانی برگرفته از داده‌هایی است که در طی فرایند پژوهش به صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل شده‌اند. در این روش، قابلیت تعمیم مؤثر نیست، بلکه هدف درک پدیده است. تفاوت اساسی میان نظریه بنیانی (نظریه زمینه‌ای) با سایر روش‌های پژوهش کیفی تأکید این راهبرد بر تکوین نظریه است (گیدنز، ۱۳۷۶).

با توجه به مطالعات محقق در زمینه روش‌شناسی نظریه بنیانی به مراحل عملی ساخت تئوری یا مدل در پنج مرحله اشاره می‌شود.

مرحله اول، طرح تحقیق است شامل دو گام: بررسی مطالعات فنی و انتخاب موارد. 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 داده‌هاست که اصلی‌ترین بخش تحقیق است و مرحله پنجم طراحی و اعتبار مدل است (پاپزن به نقل از پندیت، ۱۳۸۲).

## فرایند کار در نظریه بنیانی

### مرحله اول: طرح تحقیق

منظور از طرح تحقیق، سؤال و محدوده تحقیق است. این سؤال تحقیق است که پدیده مورد بررسی و روش تحقیق را مشخص می‌سازد. تمرکز سؤال تحقیق بر این است که این پدیده چیست. در عین حال این سؤال باید انعطاف‌پذیری و آزادی لازم برای ژرفکاوی پدیده را فراهم آورد. لازمه طبیعت نظریه بنیانی این است که محقق با پیشرفت جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها سؤال تحقیق را اصلاح کند (ادیب حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۶). در این پژوهش سؤال کلی تحقیق این است: مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی روستای حریر چیست؟

انتخاب موارد، همان محدوده تحقیق و جامعه مورد مطالعه است. در تحقیق حاضر محدوده تحقیق روستای حریر از توابع شهرستان دالاهو در استان کرمانشاه است و جامعه مورد مطالعه اهالی روستای مذکور. نظریه بنیانی نوعی تحقیق در عرصه است. محیط این تحقیق مکان‌هایی است که در آنها امکان دسترسی به مشارکت‌کنندگان در پژوهش وجود داشته باشد.

## 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<sup>۱</sup> و بحث گروهی<sup>۲</sup>؛ 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<sup>۳</sup> و مشاهده‌کننده غیرمشارکتی تقسیم کرد. مشاهده مشارکتی با

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

شرکت فعال مطالعه‌کننده در وضع اجتماعی مورد مطالعه صورت می‌گیرد. در حقیقت در مشاهده مشارکتی، محقق به عنوان فرد خودی<sup>۱</sup> قلمداد می‌شود و بخشی از فرایند در حال اجرا را بر عهده می‌گیرد. در مشاهده غیرمشارکتی، محقق نقش فرد بیرونی<sup>۲</sup> را دارد و تنها به نوعی مشاهدات خود را از فرایند در حال اجرا ثبت می‌کند (پاپزن، ۱۳۸۷).

در پژوهش حاضر، محقق با مطالعه اولیه و پرس‌وجو در مورد روستاهای مورد هدف، اقدام به شناسایی افراد اصلی و مطلع<sup>۳</sup> کرد. در این مرحله کار جمع‌آوری اطلاعات اولیه با ورود به میدان تحقیق آغاز شد. شایان ذکر است که در این مرحله نمونه‌گیری هدفمند<sup>۴</sup> انجام می‌گیرد. مصاحبه از افراد اصلی که به روش گلوله برفی انتخاب شده بودند تا زمانی ادامه داشت که پاسخ‌های نفر آخر با نفر اول یکی می‌شد و به عبارتی پاسخ‌ها تکرار می‌شدند و هنگامی که پژوهشگر در پاسخ به سؤالات به اشباع تئوریک می‌رسید، مصاحبه را پایان می‌داد و با مشاهده و قدم زدن در روستا بخشی از صحت اطلاعات را تأیید و مجدد نقاط ضعف و قوت فعالیت خود را بررسی می‌کرد.

این شیوه نمونه‌گیری و محدود نبودن تعداد نمونه‌ها، از ویژگی‌های منحصر به فرد تحقیق کیفی است که پژوهشگر را آزاد می‌گذارد تا آنجا که به اشباع تئوریک نرسیده است، کار نمونه‌گیری را ادامه دهد. این استمرار مراجعه به نمونه‌های جدید تا آخرین قدم در تدوین نظریه و یا الگوی مورد مطالعه می‌تواند ادامه پیدا کند.

در این جا لازم به ذکر است که گوناگونی تکنیک‌های گردآوری داده‌ها، یکی از وجوه مثلث‌سازی<sup>۵</sup> است که باعث اعتبار درونی تحقیق می‌شود. حاصل بهره‌گیری از این تکنیک‌ها

1. Insider

2. Outsider

۳. مطلعان اصلی و محوری کسانی هستند که بینش و دیدگاه‌های خاصی درباره موضوع مورد بررسی دارند. آنها الزاماً کارشناسان یا رهبران نیستند، بلکه می‌توانند افرادی مطلع در روستا باشد (از کیا و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۰۷).

4. Purposed Sampling

5. Triangulation



(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»<sup>۱</sup> 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.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

#### 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<sup>۱</sup>، کدگذاری محوری<sup>۲</sup> و کدگذاری انتخابی<sup>۳</sup>. 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

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.

جدول ۱-T. مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

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

ادامه جدول T-1. مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	مفاهیم	کد
۷	خودمان چه کنیم*	M07
۸	مردم روستا پول ندارند	M08
۹	جاری بودن فاضلاب در وسط کوچه‌ها	M09
۱۰	نبود جای پارک ماشین	M10
۱۱	نصفه نیمه شدن تمام شدن کارها از سوی دولت	M11
۱۲	دهیار حقوق ندارد	M12
۱۳	دهیار بیمه ندارد	M13
۱۴	نداشتن آنتن‌دهی موبایل	M14
۱۵	مشارکت نکردن زنان در طرح گردشگری	M15
۱۶	تغییر کردن بازی‌های محلی	M16
۱۷	جوانان طالب فوتبال و بازی‌های کامپیوتری	M17
۱۸	مراسم عروسی مثل قدیم برگزار نمی‌شود	M18
۱۹	نبود تابلو تبلیغاتی برای شناسایی آبادی	M19
۲۰	کمبود اعتبارات از طرف دولت	M20
۲۱	نبود تابلوی میراث فرهنگی	M21
۲۲	مشخص نبودن جاذبه‌های روستا	M22
۲۳	افتخار به شهری بودن	M23
۲۴	گردشگری برای شما خوبه*	M24
۲۵	اگر این چند هکتار زمین نباشد چه کنیم؟	M25
۲۶	نبودن توالت عمومی	M26
۲۷	درآمد گردشگری چیه؟	M27
۲۸	اجرا نکردن موسیقی محلی	M28

ادامه جدول T-۱. مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

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<sup>۱</sup> 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

دائمی داده‌هاست. پژوهشگر، داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه می‌کند و به صورت خوشه‌هایی که با هم تناسب دارند درمی‌آورد و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهد (ادیب حاج‌باقری، ۱۳۸۶). در این مرحله پژوهشگر، کدها و دسته‌های اولیه‌ای را که در کدگذاری باز ایجاد کرده بود با موارد مشابه ادغام کرد و ارتباط بین خرده‌طبقه‌ها را مشخص ساخت و طبقاتی با مفاهیم جدید تشکیل داد.

**جدول T-۲. طبقات گسترده و خرده‌طبقات حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)**

خرده‌طبقات	طبقات گسترده
عدم آسفالت و سنگفرش کوچه‌ها	عدم امکانات زیربنایی و رفاهی
عدم اسکان مناسب	
عدم پارکینگ	
مشکل دفع فاضلاب	
مشکل مخابراتی	
عدم سرویس بهداشتی عمومی	
عدم فروشگاه صنایع دستی و فرآورده‌های روستایی	
عدم تنوع تبلیغات	عدم شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و بموقع
زمان و نحوه تبلیغات	
نبود تابلوی تبلیغاتی	
تغییر و تحول بازی‌های محلی	کمرنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی
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 خوراک‌های سنتی	
تغییر و تحول هنرهای دستی	
تغییر بافت و معماری سنتی	
منسوخ شدن سوغاتی‌های روستا	

ادامه جدول T-۲. طبقات گسترده و خرده‌طبقات حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)

طبقات گسترده	خرده‌طبقات
عدم درک صحیح مردم و مسئولان از گردشگری	عدم مشارکت خودجوش مردم روستا
	آگاه نبودن مردم روستا از هدف گردشگری
	پی نبردن به مزایا و منافع گردشگری روستایی
	عدم آگاهی مسئولان از هدف و تعریف گردشگری
عدم توجه کافی دولت	عدم پیگیری و نظارت مسئولان
	مشکلات اداری
	تعدد مراکز تصمیم‌گیری
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

### کدگذاری انتخابی

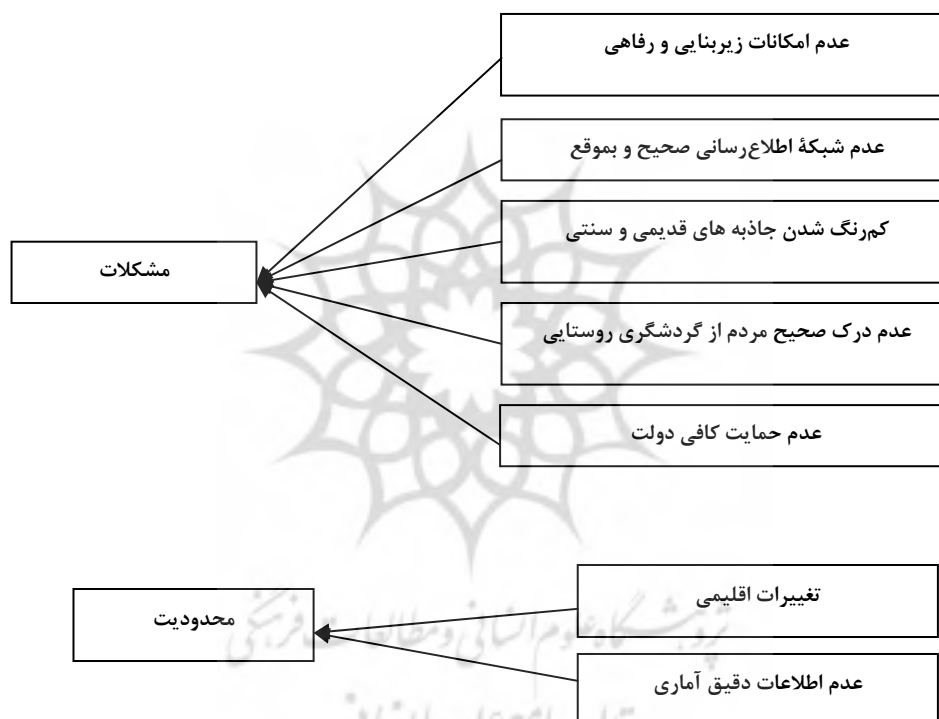
کدگذاری انتخابی عبارت است از تلفیق و توأم کردن طبقات به وجود آمده برای شکل‌گیری اولیه چارچوب تحقیق. در این مرحله جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده‌اند دوباره با هم ترکیب می‌شوند تا رابطه میان آنها قابل درک شود و سپس نمودار مربوط به آنها ترسیم می‌گردد که بایستی هم‌پوشانی مباحث را در برگیرد (Francisa et al., 2008).

در این مرحله جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده بودند دوباره با هم ترکیب شدند تا مقوله‌ای که قادر است سایر طبقات یا مفاهیم را به یکدیگر ارتباط دهد شناسایی شود و چارچوب مفهومی تحقیق به تدریج شکل گیرد.

فعالیت عمده و اصلی این مرحله از تحلیل، ایجاد خط سیر داستانی است که همه طبقات را

عبدالحمید پاپزن و همکاران ————— مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی

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 پریپیچ و خم پژوهش اندوخته، خط سیر داستان<sup>۱</sup> را دنبال می‌کند. داستان، به طور ساده توصیف خاصی است درباره پدیده‌ای اصلی که مطالعه می‌شود و خط سیر داستانی، مفهوم‌سازی چنین داستانی است.



شکل M-۱. نمود مقوله‌ها در کدگذاری انتخابی



### 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 پرست، 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»<sup>۱</sup> از توابع بخش مرکزی شهرستان دالاهو<sup>۲</sup> 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.

سطح دریا ۱۶۰۰ متر است. مردم روستای حریر به زبان کردی و با لهجه‌ی «گورانی» سخن می‌گویند (زنده‌دل، ۱۳۸۶، ۱۴۳).

آب و هوای این روستا در بهار و تابستان معتدل و در زمستان سرد است. رودخانه‌ی حریر از کنار روستا می‌گذرد. قدمت «حریر» به گفته‌ی مردم روستا، به دوران حکومت نادرشاه افشار می‌رسد. بنای امامزاده سیدرضا بیگ نشانگر قدمت طولانی این روستاست.

مشاهده‌ها و مطالعات میدانی نشان داد که مردم روستای یاد شده مسلمان و اکثراً پیرو مسلک اهل حق و تعداد کمی نیز، پیرو مذهب شیعه‌ی جعفری و یا اهل تسنن هستند. درآمد بیشتر مردم روستای حریر از فعالیت‌های زراعی و دامداری تأمین می‌شود و گروهی نیز در بخش خدمات و تولید صنایع دستی اشتغال دارند. محصولات زراعی این روستا شامل گندم، نخود و عدس است. انگور و سیب نیز از میوه‌های سردرختی روستا به شمار می‌آیند. چراگاه‌ها و مراتع سرسبز اطراف روستا سبب رونق دامداری گردیده است. از تولیدات دامی این روستا می‌توان به فرآورده‌های لبنی مانند شیر، پنیر، روغن حیوانی، ماست و کره اشاره کرد.

با توجه به مطالعات میدانی در روستا ۴ درخت تنومند و کهنسال در کنار سراب سیدرضا بیگ قرار گرفته و برای روستاییان بسیار مقدس و قابل احترام است. برخی از مردم سالخورده این روستا، قدمت این درختان را بیش از صد و پنجاه سال می‌دانند. در بخش شمالی روستا در مجاورت چشمه، مقبره‌ی امامزاده سیدرضا واقع شده است. این امامزاده در میان مردم روستا جایگاه معنوی ویژه‌ای دارد و مورد احترام روستاییان است. یکی از مراسم جالب این روستا برپا کردن آتش و آتش‌بازی در بهمن ماه است که به نوروز کرد<sup>۱</sup> معروف است. از رایج‌ترین مراسم مذهبی این روستا، مراسم مذهبی این روستا، مراسم روزهای ۱۸ تا ۲۴ آبان‌ماه است. در روز

---

۱. با توجه به مطالعات میدانی، آغاز سال در بین اکثر روستاییان و عشایر کرد چهلمین روز از زمستان است که آن را تحت عنوان بهار کردی یا نوروز کرد جشن می‌گیرند.

آخر این ایام که به عید یاران مشهور است، معمولاً مردم روستا به قربانی کردن و دادن خیرات می‌پردازند.

زنده‌دل در کتاب راهنمای گردشگری ایران، نمای روستای حریر را این چنین وصف کرده است: «روستای کوهستانی حریر در شیبی ملایم استقرار یافته است و بافتی متمرکز دارد. خانه‌های روستاییان غالباً دوطبقه هستند و سقف‌های مسطح آنها با تیرهای چوبی و اندود کاهگل یا قیر و گونی پوشیده شده است. منظره خانه‌ها که به صورت پلکانی ساخته شده‌اند، چشم‌انداز زیبایی به روستا بخشیده است. مصالح به کار رفته در خانه‌های قدیمی سنگ، گل، خشت، آجر، گچ و چوب است و در ساخت خانه‌های جدید از آجر، سنگ، گچ، سیمان و آهن استفاده شده است. معابر روستا نسبتاً مناسب و از نظر هندسی غیرمنظم است، که به دلیل موقعیت روستا، به صورت خطی و شاخه‌ای گسترش یافته‌اند. البته با وجود طرح هادی، زیبایی معماری منازل کم‌رنگ شده است.»

### یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق با مروری بر خط سیر داستانی پژوهش حاصل می‌شود. پس از انتخاب موضوع و سپس محدوده تحقیق، آنچه ذهن پژوهشگر را در فرایند تحقیق به خود مشغول کرده بود، این موضوع بود که با وجود گذشت ۹ سال از به ثبت رسیدن روستای حریر به عنوان روستای هدف گردشگری در استان کرمانشاه و همچنین با توجه به پتانسیل‌های موجود در روستاها، هنوز آن‌طور که باید و شاید آثار عملی توسعه و امکانات رفاهی در این روستا به چشم نمی‌خورد. شاید اساس انجام پژوهش حاضر نیز همین سؤال باشد. البته با توجه به اخبار و اطلاعات و مطالعات کتابخانه‌ای و دست‌نوشته‌ها، کارهای عمرانی زیادی برای روستاها انجام گرفته است، اما زمانی که پای سخن روستاییان می‌نشینیم، حرف‌های آنها حکایت از عدم رسیدگی مسئولان، نبود امکانات، اعتبارات و اعتنا نداشتن به نظر آنها دارد و از طرفی مشاهدات میدانی نیز بر کمبودها و نواقص در این مناطق صحنه می‌گذارد. این در حالی است که توجه به

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 توالت عمومی، مشکل فاضلاب، و مخابرات اشاره می‌کردند. به جز 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 به عنوان 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 به جز 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

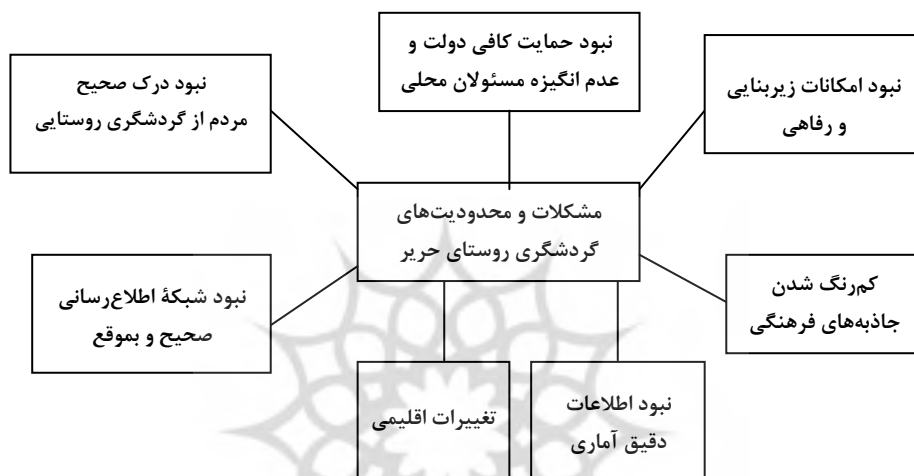
زمان و محل معین و مناسب خود به کار برد. عده‌ای از مردم روستا می‌گفتند مردم از بیرون می‌دانند اینجا روستای هدف گردشگری است ولی ما خودمان بی‌خبریم. و در این طبقه، مفاهیم نشان می‌دهد که با توجه به شرایط اقلیمی مناطق مورد هدف، زمان تبلیغات خیلی مهم است. بنابراین عدم بهره‌برداری صحیح و بجا از رسانه و وسایل 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 بهانه 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

هستند که موجب ناکارایی طرح گردشگری روستایی در منطقه شده‌اند و یکی از دلایل آن عدم توجه و جهت‌گیری برنامه‌ها و آموزش مسئولان به حفظ جاذبه‌های فرهنگی روستاهاست. به عنوان مثال مردم 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 نظیر تلویزیون، کامپیوتر، موبایل و اینترنت جوانان را گول می‌زند و دیگر به سمت موسیقی محلی، بازی محلی، لباس محلی، و صنایع دستی قدیمی نمی‌روند. حتی طرح ساخت خانه‌های قدیمی بهتر بود و مردم مهمان‌نوازتر بودند، اما الآن با طرح هادی و ساخت‌وساز جدید، دیگر مردم مثل قدیم نیستند.

موضوع دیگر در پژوهش حاضر، محتواست. داده‌های تحقیق مؤید آن است که برخی از عوامل به صورت 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 رفت‌وآمد خود مشکل دارند. در برخی مناطق، جاذبه‌های طبیعی، به علت 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؛ و این امر در موقعیت طرح گردشگری بسیار مؤثر است. بنابراین بایستی به محتوای طرح توجه شود. برخلاف تصور عموم، که کار و برنامه‌ریزی در روستا را ساده می‌پندارند، اما فرهنگ‌های متفاوت روستا و آشنایی با آنها و دخیل کردن آنها در برنامه‌ریزی‌ها بسیار دشوار است. به هر حال در جلسه روایی پایان‌نامه، کارشناسان و استادان علاوه بر تأیید مواردی که پژوهشگر 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» ارتباط‌دهنده مفاهیم پژوهش به یکدیگر هستند و مدل مفهومی تحقیق را تشکیل می‌دهند.

میزان اهمیت مشکلات به ترتیب شامل: فقدان امکانات زیربنایی و رفاهی، فقدان درک صحیح مردم از گردشگری روستایی، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، نبود حمایت کافی دولت، و نبود شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و بموقع است، و محدودیت‌ها نیز شامل تغییرات اقلیمی و عدم اطلاعات دقیق آماری بود.



شکل M-۲: یافته‌های محوری و اصلی

### بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که از جمله مشکلات گردشگری روستایی روستای حریر، عدم امکانات زیربنایی و رفاهی است، که فقدان این امکانات باعث تأثیر منفی بر جذب گردشگر شده است. این یافته‌ها با مطالعات سینگر و استبلر به نقل از صادقی (۱۳۸۴) همخوانی دارد. در این مطالعات به عناصر زیربنایی گردشگری که شامل حمل‌ونقل، اسکان و اقامتگاه، تسهیلات و خدمات است، اشاره شده که وجود این عناصر در گسترش گردشگری نقش بسزایی دارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش رضایی (۱۳۸۲) نیز نشان داد که نبود امکانات و تأسیسات رفاهی یکی از

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.



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:

- عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین سازمان‌ها و مؤسسات؛
- عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی؛
- نبود امکانات و خدمات رفاهی؛ و
- 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

حفظ شود و چشم‌نواز باشد. گردشگران غالباً به محلی که مطابق شیوه مهندسی محلی ساخته شده است بیشتر جلب می‌گردند و غالباً افراد به این دلیل مسافرت می‌کنند که خود را در محلی کاملاً متفاوت از محل زندگی‌شان بیابند. گردشگری پیش از آنکه صنعتی ماشینی باشد، صنعتی مردمی و انسانی است. همچنین در مورد نتیجه مذکور انجام پژوهشی در زمینه پیامدها و آثار گردشگری روی جاذبه‌های فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد.

از دیگر یافته‌های پژوهش، وجود محدودیت‌های گردشگری روستایی از جمله تغییرات اقلیمی است، که هم جاذبه و هم مانع محسوب می‌شود، به طوری که خاموشی به نقل از داگلاس پیرس (۱۳۸۶) عامل فصل را از عوامل اصلی گردشگری قلمداد می‌کند و در این زمینه می‌گوید: هر یک از اشکال گردشگری صرفاً در فصول خاصی مطرح می‌گردد. هر اندازه فصل مناسب گردشگری طولانی‌تر شود، استفاده‌های بیشتری از جاذبه‌ها به عمل می‌آید. در این زمینه 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 از سوی دهیار و شورا و با همکاری سازمان صدا و سیما و میراث فرهنگی، به تبلیغات بموقع اقدام شود و مراسم و آیین‌های ویژه نیز به اجرا درآید و فروشگاه و نمایشگاه محصولات روستا در آن زمان برپا شود.

## منابع

- ازکیا، م، زارع، ع. و ایمانی، ع، ۱۳۸۷، رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، نشر نی.
- ادیب حاج‌باقری، م. و صلصالی، م، ۱۳۸۲، روش‌های تحقیق کیفی، انتشارات بشری.
- استرآبرگ، ک، ۱۳۸۴، روش‌های تحقیق کیفی در علوم اجتماعی، ترجمه احمد احمدپور و علی شجاعی، انتشارات دانشگاه یزد.
- پاپزن، ع، ۱۳۸۲، طراحی مدل تلفیقی دانش بومی و رسمی به منظور دستیابی به رهیافتی سامانه‌ای - مشارکتی در شهرستان کرمانشاه، رساله دکتری، دانشگاه تهران.

- 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 دست‌نخورده 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.
- دانیایی‌فرد، 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.
- سقای، 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.

- Goulding, Q., 2000, **Grounded Theory: The Missing Methodology on the Interpretivist Agenda**, Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 1, Issu 1, pp. 50-57.
- Flisher, A. and Felsenstein D., 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, available at: www.sceincedirect.
- Mehmetoglu, M., Altinay, L., 2006, **Examination of Grounded Theory Analysis with an Application to Hospitality Research**, International Journal of Hospitality Management, vol. 25, No. 7, pp. 12-33. available at: www.sciencedirect.com.
- Eruera, A., 2008, **Rural Tourism Development in the Eastern Hokianga Area, Ministry of Tourism/Visainternational Tourism Research Scholarship, Faculty of Business AUT**, available at: www.hokianga.co.nz.
- Derw, M., Arch., G., 2008, **Grounded Theory of International Tourism Behavior**, Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 24, pp. 245-258.
- Hardy, A., 2006, **Using Grounded Theory to Explore Stakeholder Perceptions of Tourism**, Journal of Tourism and Cultural Change, available at: www.cababstractsplus.org.
- Lepp, A., 2008, **Tourism and Dependedncy: An Analysis of Bigodi Village, Uganda**, The Journal of tourism management, doi: 10. 1016/j.tourman. 2008. 03.004.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی