

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۵، زمستان ۱۳۹۱

وصول مقاله: ۱۳۹۰/۹/۶

تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۴/۲۷

صفحات: ۱۰۴ - ۸۹

واکاوی محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی با استفاده از تئوری بنیانی

مورد شناسی: روستای چرم‌له‌ی علیا

پرستو قبادی^۱، دکتر عبدالحمید پاپزن^۲، دکتر کیومرث زرافشانی^۳، شهپر گراوندی^۴

چکیده

یکی از گزینه‌های مناسب برای کسب درآمد و ایجاد شغل و ایجاد تغییرات مثبت در درآمد روستاییان، توریسم روستایی است. این مسأله یک نیاز محسوس برای توسعه و احیای اقتصاد روستایی است که علاوه بر گسترش صنعت گردشگری، باعث ورود روش‌های کشاورزی نوین در نواحی روستایی می‌شود. گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های فرعی صنعت توریسم بوده که برخی آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری و عده‌ای دیگر آن را سیاستی برای توسعه‌ی روستایی قلمداد می‌کنند. اکنون که روستاییان ما، با مشکلاتی همچون بیکاری، بهره‌وری پایین کشاورزی، مهاجرت روزافزون به شهرها و حاشیه‌نشینی مواجه هستند، توسعه‌ی توریسم روستایی می‌تواند در جهت رفع این معضلات مؤثر باشد و باعث تجدید حیات روستاها شود. در این راستا با بهره‌گیری از پارادایم کیفی و تئوری بنیانی در این پژوهش به بررسی موردی مشکلات و محدودیت‌های توریسم روستایی در روستای چرم‌له‌ی علیا^۵ در استان کرمانشاه پرداخته شد. این روستا یکی از ۱۴ روستای هدف گردشگری استان می‌باشد.

برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌ی عمیق، مشاهده مستقیم، تهیه عکس و فیلم، اسناد و مدارک کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد. روایی پژوهش نیز توسط کارشناسان سازمان میراث فرهنگی استان کرمانشاه تأیید شد. نتایج نشان داد که مشکلات توریسم روستایی در روستای چرم‌له‌ی علیا عبارتند از: عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسؤولان از گردشگری روستایی، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، عدم وجود شبکه‌ی اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع، عدم انگیزه‌ی مسؤولان محلی، عدم حمایت و توجه کافی دولت و محدودیت‌ها شامل: محدودیت‌های اقلیمی و عدم وجود اطلاعات دقیق آماری می‌باشند. کلیدواژگان: توریسم روستایی، تئوری بنیانی، توسعه روستایی، ناحیه‌ی گردشگری.

p1360_ghobadi@razi.ac.ir
apapzan@kut.ac.ir
zarafshani2000@razi.ac.ir
sh_geravandi@yahoo.com
5-Charmaleh Olya

۱- کارشناس ارشد توسعه کشاورزی، دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرمانشاه (نویسنده مسؤول)

۲- دانشیار دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرمانشاه

۳- دانشیار دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرمانشاه

۴- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشکده پردیس کشاورزی و منابع طبیعی

مقدمه

گردشگری و توسعه‌ی آن ابزاری ضروری جهت برنامه‌ریزی توسعه و روستاها می‌باشد. توریسم به شکوفایی اقتصادی روستایی و ایجاد راهی برای عرضه تولیدات محلی و ایجاد ارزش افزوده کمک قابل توجهی می‌نماید (آگوستین، ۱۹۹۸: ۳). علاوه بر این گردشگری منبع بسیار مهمی برای اشتغال نیروی کار غیر ماهر، به ویژه زنان و مهاجران فقیر روستایی می‌باشد. 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 مقدار قابل توجهی شغل برای زنان و نیروی کار غیر ماهر ایجاد کند، لذا می‌تواند به طور قابل توجهی به توانمندسازی زنان و کاهش فقر کمک کند (دهقان، ۱۳۸۴: ۱۵). همچنین گردشگری روستایی می‌تواند موجب تنوع فعالیت‌ها و کاهش ریسک‌های کشاورزی شود و فرصت‌های توسعه‌ی همه جانبه‌ی روستایی را فراهم آورد (سقای، ۱۳۸۲: ۳۸). این صنعت نه تنها از جنبه‌ی اقتصادی حائز 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، تأثیر مثبت آن در منش و روش زندگی مردم شهرنشین، حفظ آثار تاریخی و اصالت‌های قومی می‌شود. البته شایان ذکر است که این صنعت علی‌رغم مزایای بسیاری که دارد، دارای معایبی از قبیل؛ تخریب آثار فرهنگی، استحاله فرهنگی، تهاجم فرهنگی و ناهنجاری‌های فرهنگی نیز می‌باشد (ازکیا، ۱۳۸۷: ۷۶).

پیشینه

دپارتمان ملی گردشگری استرالیا گردشگری روستایی چنین تعریف می‌کند: گردشگری روستایی

فعالیتی چند بعدی است که در محیط‌های خارج از نواحی شهری رخ می‌دهد و به بازدید از پدیده‌هایی که ماهیت زندگی در حومه‌ها را به نمایش می‌گذارند مربوط می‌شود (Schweinsberg 2009:2). روند شتابان گردشگری روستایی بعد از جنگ جهانی رخ داد. این روند با گسترش صنایع خودروسازی، افزایش سرانه استفاده از خودرو و سرمایه‌گذاری‌های فراوان در زیرساخت‌های حومه‌ی شهری به‌ویژه جاده‌ها همراه بود. این شکل از گردشگری به اشکال مختلف در حال گسترش است و تنها به چشم‌اندازهای بکر و زیبای طبیعی محدود نمی‌شود. هم‌اکنون قلمروهای بسیاری جهت گذران اوقات فراغت در حومه‌ها به چشم می‌خورد که به فراخور درجه‌ی توسعه‌یافتگی کشورها در ابعاد گوناگون و سطوح مختلف جغرافیایی، اهداف گردشگران و ویژگی‌های حومه‌های روستایی رو به گسترش دارند (Kostas, 2010:6). مرور ادبیات تحقیق نشان داد عوامل بسیاری بر گسترش این صنعت درآمدزا تأثیر دارند که در این راستا می‌توان به پژوهش‌های محققان زیر اشاره نمود. نتایج پژوهش خاموشی (۱۳۸۶) نشان داد که توریست 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. در این راستا جنگ‌چی کاشانی (۱۳۷۹) اظهار می‌دارد 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. موسایی (۱۳۸۳) نیز بیان می‌دارد که متغیر احساس ناامنی عامل اصلی در عدم جذب گردشگر است. وی معتقد است که احساس امنیت، مسأله‌ای 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 شاهد دستیابی به دهها میلیارد دلار درآمد ارزی باشیم.

روستاها جزء میراث فرهنگی ما هستند باید به آنها توجه صدچندان شود و مشکلات آنها را حل کرد، یکی از این روستاها، روستای چرم‌له‌ی علیا می‌باشد که در زمهره‌ی ۱۴ روستای هدف گردشگری استان کرمانشاه محسوب می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد علی‌رغم پتانسیل‌هایی گردشگری که در این روستا وجود دارد گردشگران قابل توجهی از این روستا دیدن نمی‌کنند، بنابراین با توجه به وجود چنین مشکلی در روستا به بررسی مشکلات و محدودیت‌های توریسم روستایی پرداخته شد تا با عنایت به نتایج حاصل بتوان تا حدودی به حل مشکلات توریسم روستایی در استان کمک کرد.

معرفی محدوده‌ی تحقیق

روستای چرم‌له‌ی علیا^۲ از توابع بخش مرکزی شهرستان سنقر در استان کرمانشاه در فاصله ۲۳ کیلومتری شمال شرقی شهر سنقر قرار دارد. این روستا از شمال به ارتفاعات بیر و بدر و از شمال غرب به ارتفاعات پریشان محدود می‌شود. روستای مذکور دارای آب و هوای کوهستانی، سرد و خشک می‌باشد. چرم‌له‌ی علیا، از روستاهای قدیمی استان کرمانشاه است و سابقه‌ی سکونت نسبتاً طولانی دارد. ساختمان یک حمام سنگی قدیمی که تاریخ ساخت آن به دوره‌ی قاجاریه مربوط است، بیانگر قدمت و سابقه‌ی تاریخی این روستاست (تصاویر پیوست). مردم روستای چرم‌له‌ی علیا به زبان کردی سخن می‌گویند، مسلمان و پیرو مذهب شیعه هستند. اقتصاد این روستا بر فعالیت‌های زراعی، دامداری و مشاغل خدماتی استوار است. روستای چرم‌له‌ی علیا به دلیل موقعیت طبیعی و

بر اساس یافته‌های پژوهش صادقی (۱۳۸۴)، برای گسترش توریسم در غرب کشور باید فرهنگ‌سازی شود و تبلیغات بسیار صورت گیرد و با برنامه‌ریزی مناسب منافع فراوانی نصیب جوامع روستایی کرد و همچنین به توسعه‌ی روستایی کمک نمود.

فیلچر^۱ و همکاران (۲۰۰۲) معتقدند که گردشگری در مناطق روستایی به عنوان یک امر جنبی برای توسعه‌ی کشاورزی گسترش یافته است، موضوع پژوهش مذکور به بررسی چگونگی به کارگیری گردشگری روستایی در مزارع و کشتزارها پرداخته است. گردشگران در حومه‌ها، همواره به دنبال جذابیت‌های پنهان طبیعت مقاصد جدیدی را جستجو می‌کنند. در این شرایط ممکن است یک منظره‌ی طبیعی، پدیده یا چشم‌انداز جغرافیایی بکر، بر اثر هجوم پیش‌بینی نشده‌ی گردشگران ناپایدار جلوه کند. در این میان افزایش رفاه عمومی به همراه پیشرفت‌های روزافزون در زمینه‌های علوم ارتباطی، حمل و نقل و زیرساخت‌های عمرانی یکی از عوامل زمینه‌ساز هجوم بی‌رویه و بی‌برنامه‌ی گردشگران به شمار می‌آید. همچنین، در مواردی که مدیریت گردشگری روستایی خارج از کنترل و بدون تعامل با جامعه‌ی میزبان عمل می‌کند، به علت عدم درک شرایط محلی، فرهنگ و سنت‌های محلی، شرایطی ناپایدار پدید می‌آورد (Page and Connell, 2009:389). بررسی نوشته‌های معتبر نشان داد که پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی توریسم روستایی در کشور به تعداد اندکی می‌باشند و این خلاء در مورد استان کرمانشاه با شدت بیشتری دیده می‌شود، در حالی که استان کرمانشاه دارای پتانسیل‌های بی‌مانندی نظیر جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، همراه با تنوع قومی و مذهبی، هنرها و صنایع دستی و... می‌باشد و هنوز به طور بهینه نتوانسته‌ایم از این استعداد کم‌نظیر بهره ببریم. از آن جا که این

۲- با توجه به پژوهش میدانی، چرم‌له در زبان کردی به معنای "رنگ سفید" می‌باشد و چون منطقه‌ای سردسیری است و کوه‌های اطراف آن پوشیده از برف است "چرم‌له" نام نهاده‌اند و چون بالاتر از روستای چرم‌له‌ی سفلی قرار دارد "چرم‌له‌ی علیا" نام گرفته است.

روایی این پژوهش از طریق مصاحبه با کارشناسان سازمان میراث‌فرهنگی استان کرمانشاه مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

مرحله اول: طرح تحقیق

منظور از طرح تحقیق؛ سؤال و محدوده‌ی تحقیق است، که سؤال تحقیق حاضر "مشکلات و محدودیت‌های توریسم روستایی روستای چرمه‌لیا چیست؟" محدوده‌ی تحقیق روستای چرمه‌لیا از توابع شهرستان سنقر در استان کرمانشاه می‌باشد و جامعه‌ی مورد مطالعه اهالی روستای مذکور بود.

مرحله دوم: گردآوری داده‌ها

در این تحقیق علاوه بر استفاده از مصاحبه‌ی عمیق^۸، مشاهده‌ی مستقیم و غیرمشارکتی، یادداشت‌های عرصه^۹ و بحث گروهی^{۱۰}؛ روش‌هایی مانند تهیه‌ی عکس و فیلم، مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و اینترنتی نیز به عنوان روش‌های تکمیلی مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

محقق با مطالعه‌ی اولیه و پرس و جو راجع به روستاهای مورد هدف نسبت به شناسایی افراد کلیدی و مطلع^{۱۱} اقدام نمود. در این مرحله کار جمع‌آوری اطلاعات اولیه با ورود به میدان تحقیق آغاز شد. شایان ذکر است در این مرحله نمونه‌گیری هدفمند^{۱۲} انجام می‌گیرد. مصاحبه با افراد کلیدی که به روش گلوله‌ی برفی^{۱۳} انتخاب شده بودند تا زمانی ادامه داشت که

8-In-depeth interview

9-Field Notes

10-Focus Group Discussion

۱۱- مطلعان کلیدی عبارت است از کسانی که بینش و نظرات خاصی درباره‌ی موضوع مورد بررسی دارند. این موضوع الزاماً کارشناسان یا رهبران نیستند، بلکه می‌توانند افرادی مطلع در روستا باشند (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۷).

12-Purposed Sampling

13-Snow ball

اقلیم مناسب، مناظر و جلوه‌های جذاب کم‌نظیری دارد (زنده‌دل، ۱۳۸۶: ۱۲۷).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای- کاربردی و از نظر پارادایم^۱ در گروه تحقیقات کیفی^۲ قرار می‌گیرد و از بعد روش از تئوری بنیانی بهره برده است. گراند تئوری^۳ یا تئوری بنیانی از روش‌هایی است که در تحقیقات کیفی استفاده می‌شود و مبتنی بر رویکرد استقرایی^۴ است، این روش‌شناسی به طور وسیعی در جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است (گلدینگ^۵، ۲۰۰۰: ۵۷-۵۰) و در تحقیقات ترویجی و توسعه‌ای نیز می‌تواند کاربردهای فراوانی داشته باشد. با توجه به مطالعات محقق در زمینه‌ی روش‌شناسی تئوری بنیانی به مراحل عملی ساخت تئوری یا مدل در پنج مرحله اشاره می‌شود.

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 (پاپ‌زن به نقل از پندیت، ۱۳۸۲: ۱۹۸).

جامعه‌ی مورد مطالعه اهالی روستای چرمه‌لیا علیا بوده است. حجم نمونه به وسیله‌ی روش گلوله برفی^۶ تعیین شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌ی عمیق^۷، مشاهده‌ی مستقیم، تهیه عکس و فیلم، مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد.

1-Paradigm

2-Qualitive research

3-Grounded Theory

4-Inductive Aporoach

5-Golding

6-Snow ball

7-In -Depeth Interview

جستجوی بیشتر به یافتن داده‌های جدیدتر منجر نمی‌شود و این همان چیزی است که تحت عنوان "اشباع تئوریک"^۲ از آن نام برده می‌شود. یکی از تفاوت‌های روش‌های کیفی و کمی نیز در همین وجه از تحقیق است، زیرا در اینجا محقق است که بر اساس 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.

مرحله‌ی سوم: تنظیم داده‌ها

هدف از این مرحله ایجاد آشنایی محقق با داده‌هاست. در این مرحله محقق نسبت به پیاده کردن نوارهای صوتی، تصویری، تنظیم یادداشت‌های حاصل از عملیات میدانی مبادرت نمود، در حین گوش دادن و نگاه کردن به تصاویر به مواردی از قبیل تن صدا و حالات پاسخ‌دهنده با توجه به مکان و موقعیت توجه نمود و تفاسیر و برداشت‌های خود را مجدد یادداشت نمود که حاصل این مرحله ثبت نکات کلیدی و برجسته بود.

مرحله‌ی چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

اصلی‌ترین فرایند در تئوری بنیانی تحلیل داده‌هاست که مرکز ثقل پژوهش‌های کیفی است. در اینجا سه شکل از کدگذاری وجود دارد که عبارتند از: کدگذاری باز^۳، کدگذاری محوری^۴، کدگذاری انتخابی^۵. این کدگذاری‌ها اشکال تجزیه و تحلیل هستند. لازم به ذکر است که هیچ ضرورتی ندارد که محقق حتماً این سه مرحله را پشت سرهم بگذارد (پاپزن، ۱۳۸۲: ۲۰۶).

پاسخ‌های نفر آخر با نفر اول یکی می‌شد و به عبارتی پاسخ‌ها تکرار می‌شدند و در این زمان که محقق 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 می‌نمود و برای تک‌تک روستا این روند ادامه داشت. این شیوه‌ی نمونه‌گیری و محدود نبودن تعداد نمونه‌ها، از ویژگی‌های منحصر به فرد تحقیق کیفی است که محقق را آزاد می‌گذارد تا آنجا که به اشباع تئوریک نرسیده، کار نمونه‌گیری را ادامه دهد. این استمرار مراجعه به نمونه‌های جدید تا آخرین قدم در تدوین تئوری و یا الگوی مورد مطالعه می‌تواند ادامه پیدا کند. در این جا شایان ذکر است که گوناگونی تکنیک‌های گردآوری داده‌ها، یکی از وجوه مثلث‌سازی^۱ می‌باشد که باعث اعتبار درونی تحقیق می‌شود. حاصل بهره‌گیری از این تکنیک‌ها (مصاحبه عمیق، مشاهده و قدم زدن در روستا، عکس و فیلم) انبوهی از اطلاعات با اشکال مختلف نوشتاری، صوتی و تصویری بود که محقق را به مرحله‌ی بعدی تحقیق هدایت نمود. شایسته ذکر است که محقق در این روستا ۷ مورد مصاحبه‌ی عمیق با مطلعین روستا اجرا نمود که اکثراً دهیاران و اعضای شوراها بودند.

در تئوری بنیانی کار گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورتی همزمان و همپا دنبال می‌شود و به همین دلیل نمونه‌گیری تئوریک برخلاف نمونه‌گیری‌های آماری که بر اساس یک نقشه و طرح از پیش تعیین و تقریباً غیر قابل انعطاف پیگیری می‌شود، بنابراین در این پژوهش عملیات میدانی و فرایند تکمیل اطلاعات در روستای مورد هدف تا آنجا ادامه پیدا کرد که محقق به این باور رسید که اظهارنظرها پیرامون موضوع و هدف تحقیق به حالتی یکنواخت و تکراری رسیده است و به عبارتی

2-Theoretical Saturation
3-Open Coding
4-Axial Coding
5-Selective Coding

1-Triangulation

کدگذاری باز

محقق با به کارگیری سیستم کدگذاری باز خط به خط داده‌ها را بازنگری نمود و فرایندهای آن را تشخیص و به هر جمله کد داد. در این مرحله کدها را کدهای اساسی می‌نامند، زیرا از عین کلمات افراد مصاحبه شده استفاده می‌شود. دو شیوهی کدگذاری اساسی باز عبارتند از: الف- کدهای دلالت‌انگیز، که محقق بر مبنای مفاهیم موجود در اطلاعات می‌سازد، ب- کدها از زبان فرد مصاحبه شده یا مشاهده شده (ادیب‌حاج باقری، ۱۳۸۶: ۱۲۸). در پژوهش حاضر از هر دو شیوهی کدگذاری استفاده شده است، طوری که پژوهشگر کدهای دلالت‌انگیز را با علامت (*) مشخص کرده است. طوری که تعداد ۸ مورد کد دلالت‌انگیز به دست آمد.

محقق 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، محقق یادداشت‌های میدانی را مرور کرد و جملات اصلی آنها را استخراج، اجزاء مشابه و معنی‌دار مباحث را به صورت کدهایی ثبت نمود که جمعاً ۵۶ مورد بود و برای هر کدام از نکات کلیدی یک کد انتخاب شد. بدین ترتیب نکات کلیدی حاصل از مصاحبه با خبرنگار روستایی با نشانگر (M) به تعداد (۴۱) مورد و نکات کلیدی حاصل از مصاحبه با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی با نشانگر (K) به تعداد (۱۵) مورد به دست آمد که محقق آن را در جدول ۱ تنظیم نمود.

کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری طبقات^۲ تشکیل شده توسعه یافتند و هر طبقه شامل زیر طبقه‌هایی شد. لازم‌های

مرحله‌ی کدگذاری محوری مقایسه‌ی دائمی داده‌هاست. محقق داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه نمود کدها و دسته‌های اولیه‌ای که در کدگذاری باز ایجاد کرده بود با ادغام موارد مشابه، ارتباط بین خرده طبقه‌ها را مشخص نمود و طبقاتی با مفاهیم جدید تشکیل داد (جدول ۲).

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی عبارت است تلفیق و توأم کردن طبقات به وجود آمده برای شکل‌گیری اولیه چارچوب تحقیق. در این مرحله جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده بودند دوباره با هم ترکیب شدند تا رابطه‌ی بین آنها قابل درک شود و سپس نمودار مربوط به آنها ترسیم شد.

فعالیت عمده و اصلی این مرحله از تحلیل، ایجاد خط سیر داستانی است که همه‌ی طبقات را شامل می‌شود. آنچه در این مرحله اتفاق می‌افتد در واقع تحلیلی کل-نگرانه 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 پریچ و خم پژوهش اندوخته، خط سیر داستان^۳ را دنبال می‌کند. یک داستان، به‌طور ساده توصیف خاصی است درباره‌ی یک پدیده اصلی که مطالعه می‌شود و خط سیر داستانی، مفهوم‌سازی چنین داستانی است.

جدول ۱: مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

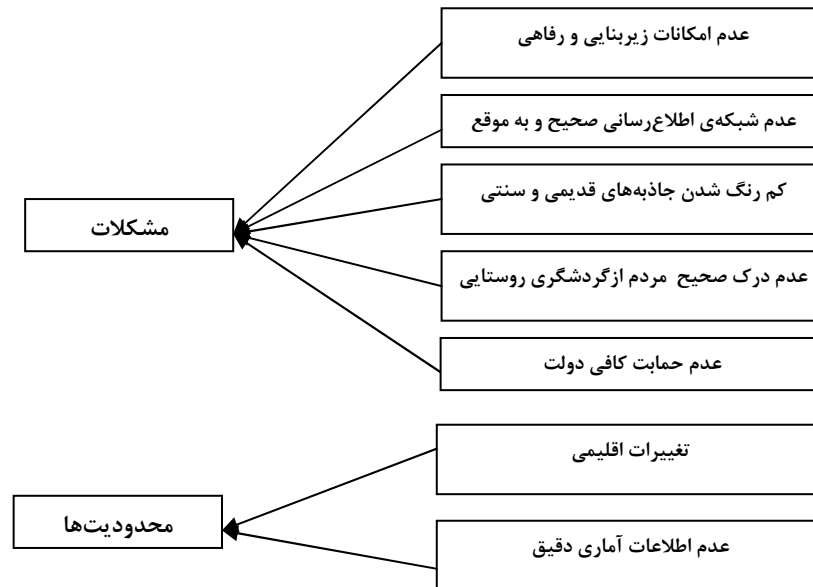
ردیف	مفاهیم	کد
۱	خاکی بودن راه روستا	m۰۱
۲	نبودن جای مناسب برای نشستن در کنار سراب	m۰۲
۳	اطلاع نداشتن از اینکه اینجا روستای توریستی است	m۰۳
۴	مشکل کم آبی	m۰۴
۵	نبودن تابلوی راهنما در جای مناسب	m۰۵
۶	دهیار و شورا از خودشان است* ^۱	m۰۶
۷	خودمان چه کنیم*	m۰۷
۸	مردم روستا پول ندارند	m۰۸
۹	جاری بودن فاضلاب در وسط کوچه‌ها	m۰۹
۱۰	نبودن جای پارک ماشین	m۱۰
۱۱	نصفه نیمه شدن و ناتمام شدن کارها توسط دولت	m۱۱
۱۲	نبودن تفریح‌گاه روستایی	m۱۲
۱۳	جمع شدن زباله در کنار منازل	m۱۳
۱۴	دهیار حقوق ندارد	m۱۴
۱۵	جمع شدن فضولات حیوانی در نزدیک خانه‌ها	m۱۵
۱۶	نداشتن آنتن‌دهی موبایل	m۱۶
۱۷	تحويل نگرفتن روستایی با لباس کردی	m۱۷
۱۸	اختصاص دادن سهمیه آرد به نانوايي‌ها	m۱۸
۱۹	تغییر کردن بازی‌های محلی	m۱۹
۲۰	وجود جوانان طالب فوتبال و بازی‌های کامپیوتری	m۲۰
۲۱	عدم برگزاری مراسم عروسی مثل قدیم	m۲۱
۲۲	نبودن تابلو تبلیغاتی برای شناسایی آبادی	m۲۲
۲۳	کمبود اعتبارات از طرف دولت	m۲۳
۲۴	روستای ما چیزی ندارد*	m۲۴
۲۵	نبودن تابلو میراث فرهنگی	m۲۵
۲۶	مشخص نبودن جاذبه‌های روستا	m۲۶
۲۷	افتخار به شهری بودن	m۲۷

ردیف	مفاهیم	کد
۲۸	گردشگری برای شما خوبه *	m۲۸
۲۹	اگر این چند هکتار زمین نباشد چه کنیم	m۲۹
۳۰	درآمد گردشگری چیه *	m۳۰
۳۱	نبودن توالت عمومی	m۳۱
۳۲	اجرا نکردن موسیقی محلی	m۳۲
۳۳	سرگردان بودن مسافران *	m۳۳
۳۴	مگر چند نفر می‌توانند مغازه بزنند *	m۳۴
۳۵	در دسترس نبودن آبشار	m۳۵
۳۶	چشمه‌ی آبگرم روی کوه قرار دارد *	m۳۶
۳۷	لباس جوانان مد روز	m۳۷
۳۸	دست‌نوشته‌های (استقلال - پیروزی) روی دیوار	m۳۸
۳۹	همکاری نکردن دولت	m۳۹
۴۰	عاجز شدن مسافران از بوی تعفن فضولات حیوانی	m۴۰
۴۱	رفت و آمد با تراکتور در فصل زمستان	m۴۱
۴۲	تغییر کردن هنرهای دستی	k۴۲
۴۳	نبود روش استاندارد برای تخمین تعداد مسافران	k۴۳
۴۴	مشارکت نکردن زنان در طرح گردشگری	k۴۴
۴۵	نبود فروشگاه صنایع دستی	k۴۵
۴۶	ندانستن هدف از ثبت بعضی از روستاها	k۴۶
۴۷	از خوراکی‌های سنتی خبری نیست	k۴۷
۴۸	نبود مرکز بهداشتی	k۴۸
۴۹	از بین رفتن سوغاتی‌های روستا	k۴۹
۵۰	مقصر نبودن تنها میراث فرهنگی	k۵۰
۵۱	همکاری نکردن سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها	k۵۱
۵۲	مشارکت نکردن مردم	k۵۲
۵۳	انگیزه نداشتن دهیاران	k۵۳
۵۴	داشتن چند راه ورودی و خروجی در بعضی روستاها*	k۵۴
۵۵	کمرنگ شدن فرآورده‌های محلی و سنتی	k۵۵
۵۶	از بین رفتن معماری سنتی	k۵۶

جدول ۲: طبقات گسترده و خرده طبقات حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)

طبقات گسترده	خرده طبقات
عدم امکانات زیربنایی و رفاهی	عدم آسفالت و سنگفرش کوچه‌ها
	عدم اسکان مناسب
	عدم پارکینگ
	مشکل دفع فاضلاب
	نبود سیستم جمع‌آوری زباله
	مشکل مخابراتی
	عدم سرویس بهداشتی عمومی
	عدم مرکز بهداشت
	عدم فروشگاه صنایع دستی و فرآورده‌های روستایی
عدم شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع	عدم تنوع تبلیغات
	زمان و نحوه ی تبلیغات
	نبود تابلو تبلیغاتی
کمرنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی	تغییر و تحول بازی‌های 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 خوراک‌های سنتی
	تغییر و تحول هنرهای دستی
	منسوخ شدن سوغاتی‌های روستا
عدم درک صحیح مردم و مسؤولین از گردشگری	عدم مشارکت خودجوش مردم روستا
	آگاه نبودن مردم روستا از هدف گردشگری
	پی نبردن به مزایا و منافع گردشگری روستایی
	توجه نکردن به جاذبه‌های طبیعی
	عدم آگاهی مسؤولین از هدف و تعریف گردشگری
عدم توجه کافی دولت	عدم پیگیری و نظارت مسؤولان
	مشکلات اداری
	تعدد مراکز تصمیم‌گیری
	پارتنری‌بازی
تغییرات اقلیمی	خشکسالی
	سرما و یخبندان
عدم اطلاعات دقیق آماری	مشکلات آمارگیری
	عدم اطلاع از تعداد گردشگران روستایی
عدم انگیزه مسؤولان محلی	مهارت پایین دهیاران
	عدم حقوق دهیار

مأخذ: نگارندگان



شکل ۳: نمود مقوله‌ها در کدگذاری انتخابی

مأخذ: نگارندگان

مروری بر خط سیر داستان تحقیق

پس از انتخاب موضوع و سپس محدوده‌ی تحقیق، آنچه که ذهن محقق را در فرایند تحقیق به خود مشغول کرده بود، این موضوع بود که علی‌رغم گذشت ۹ سال از به ثبت رسیدن روستای چرمه‌ی علیا جزء روستاهای 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 روستاها به چشم نمی‌خورد. شاید اساس انجام این تحقیق نیز همین سؤال باشد. البته با توجه به اخبار و اطلاعات و مطالعات کتابخانه‌ای و دست نوشته‌ها کارهای عمرانی زیادی برای روستاها انجام گرفته است، اما زمان نشستن پای سخن روستاییان، حرف‌های آنها حکایت از عدم رسیدگی مسؤولان، نبود امکانات، اعتبارات و اعتنا نداشتن به نظرات آنها است و از طرفی مشاهدات میدانی نیز نسبت به کمبودها و نواقص در این مناطق صحه می‌گذارد. درحالی‌که توجه به امر ساماندهی گردشگری برای بنیان‌سازی توسعه‌ی

روستایی ضروری به نظر می‌رسد چرا که طرح گردشگری روستایی و معرفی روستای مذکور در استان کرمانشاه با دخالت سازمان دولتی شکل گرفته است. از جمله مواردی که به آن اشاره می‌شود طبقه‌ی گسترده "عدم امکانات زیربنایی و رفاهی" می‌باشد. مردم روستا به خرابی جاده، نبود توالی عمومی، مشکل فاضلاب، مخابرات و نبود سیستم جمع‌آوری زباله اشاره می‌کردند، بجز مواردی که خبرگان روستایی اظهار داشتند در جلسه‌روایی پایان‌نامه کارشناسان سازمان میراث فرهنگی مواردی همچون "عدم مرکز بهداشت"، "عدم فروشگاه صنایع دستی و فرآورده‌ها" را به عنوان خرده طبقه به آن اضافه کردند. مصاحبه‌شوندگان این طبقه را بسیار بزرگ جلوه می‌دادند و کمتر به پتانسیل‌های ذاتی روستا توجه داشتند و این مسأله به آگاه نبودن از هدف موضوع دلالت داشت. با توجه به مرور ادبیات تحقیق، هدف از گردشگری روستایی و شناسایی مناطق موردنظر معرفی آداب و رسوم مردمان روستا، آب و هوای پاک روستا، معماری سنتی و در

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 مسؤولیت واگذار کرد و عملاً درگیر کارهای عمرانی روستا نمود. البته نداشتن دید سیستمی به روستا و بها ندادن به نظرات مردم از جمله مشکلات این طرح محسوب می‌شود. در مجموع روستاییان خصوصاً زنان و دختران بایستی در مرکز ثقل توجه این طرح قرار گیرند نه اینکه به حاشیه هدایت شوند. طبقه‌ی گسترده‌ی فوق شامل آن دسته از مفاهیم بود که به نوعی مردم روستایی و مسؤولان ذی‌ربط از درک صحیح و روشن از گردشگری روستایی برخوردار نیستند.

مدیریت: بررسی خط سیر داستانی تا همین‌جا بیانگر این است که بین طبقات و خرده طبقات رابطه‌ی تنگاتنگی وجود دارد، با توجه به اهداف و محتوای طرح بایستی روش‌های مناسب در نظر گرفته شود. طبیعی است برای تحقق این امر به تشکیلات بخصوصی نیاز می‌باشد که باید به نحو مطلوب 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 می‌سازد. کم‌رنگ 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 مسؤولان به حفظ جاذبه‌های فرهنگی روستاها می‌باشد.

نهایت همان ویژگی ذاتی و فرهنگ اصیل روستا می‌باشد زیرا گردشگران می‌خواهند بجز تفریح خود را در محلی متفاوت از محل زندگی عادی خود بیابند، اما ذی‌نفعان که مردم روستا و مسؤولان محلی می‌باشند از هدف موضوع به صراحت آگاه نبودند. 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 نیست، لذا می‌بایست قبل از هر برنامه‌ای هدف و تعریف روشن از توریسم روستایی بیان می‌شد که همین مسأله زیربنا و پایه‌ی همه‌ی برنامه‌ریزی‌ها در زمینه‌ی مذکور تشکیل می‌دهد و می‌توان گفت ابتدا باید بسترسازی صورت می‌گرفت و بعد تبلیغات انجام می‌گرفت.

اطلاع‌رسانی: 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 مورد هدف زمان تبلیغات خیلی مهم است. بنابراین عدم بهره‌برداری صحیح و بجا از رسانه و وسایل اطلاع‌رسانی می‌تواند به مشکلات این طرح بیافزاید. مردمان حوزه‌ی 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،

عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، نبود تابلوی راهنما، بی‌توجهی و عدم آگاهی مردم روستا نسبت به گردشگری روستایی و خاکی بودن راه ورودی به روستا می‌باشد. به طوری که راه مناسبی برای دیدن آبشار پریشان که از جاذبه‌های طبیعی و بکر روستای چرمه‌لی علیا است وجود نداشت. متأسفانه جاری بودن فاضلاب در سطح کوچه‌ها جلوه‌ی بدی به روستا داده بود. در میان مردم روستا مشارکت و همدلی دیده نمی‌شد به طوری که طبق گفته‌ی دهیار از طرف میراث فرهنگی پیشنهاد داده بودند که اهالی قسمتی از منازل خود را {طبق بافت سنتی روستا} به گردشگران اختصاص دهند که هیچ‌یک از افراد موافقت نکرده بودند. از محدودیت‌های این روستا محدودیت اقلیمی است که تنها در دو فصل بهار و تابستان پذیرای گردشگران است زیرا به عنوان یک منطقه‌ی سردسیر محسوب می‌شود و در زمستان گردشگری ندارد.

مرحله‌ی پنجم: طراحی و اعتبار مدل

در این مرحله است که داده‌ها به تئوری یا مدل تبدیل می‌شوند. می‌توانیم بگوییم ساخت مدل یا نظریه از اولین تحلیل‌ها آغاز می‌شود و تا آخرین تحلیل‌ها ادامه می‌یابد. اولین قدم در مرحله‌ی طراحی مدل طبقه‌بندی مرکزی است که درون‌مایه‌ی تحقیق را نشان می‌دهد، این طبقه بین داده‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کند، اما خود در بین داده‌ها نیست (ادیب حاج باقری به نقل از پریست، ۱۳۸۶). با این تفاسیر با توجه به درک و دریافت پژوهشگر از مرحله آخر تئوری بنیانی در تحقیق حاضر، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل را حول محور هدف اصلی قرارداد و با پیوند دادن کدها (کدگذاری باز)، مفاهیم (کدگذاری محوری)، مقوله‌ها (کدگذاری انتخابی) مدل اقتضایی تحقیق را ترسیم

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 تجملی 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 مهمان‌نوازتر 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 همه‌ی فصول گردشگران از این روستا بازدید کنند. اهالی در فصل زمستان برای رفت و آمد 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 طبقه‌ی محدودیت اقلیمی باید در زمان و نحوه‌ی تبلیغات دقت شود که در موفقیت طرح گردشگری بسیار مؤثر است. بنابراین بایستی به محتوای طرح توجه شود، برخلاف 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 جلسه‌ی روایی پایان‌نامه 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. بر اساس مشاهدات، مهمترین مشکل این روستا

نمود و تأیید نظر کارشناسان نیز باعث اعتبار مدل حاصله شد.



شکل ۴: مدل اقتضایی روستای چرمه علیا

مأخذ: نگارندگان

زیبایی محیط حفظ شود. یکی از مزایای این اقدام تخمین تعداد گردشگران روستایی خواهد بود. از توصیه‌های دیگر در این خصوص سیستم گردآوری زباله، 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 اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع می‌باشد. مطالعات زاهدی (۱۳۷۷) و صادقی (۱۳۸۴) نیز نشان می‌دهد که تنوع تبلیغات و نحوه‌ی آن و علائم راهنما در جذب گردشگر تأثیرگذار است. در این خصوص توصیه می‌شود با ارایه‌ی برنامه‌های آموزشی از طریق رسانه‌های جمعی و آموزش کوتاه-مدت دهیاران و شوراهای در این زمینه 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 حایز اهمیت است. به مزایا و درآمد گردشگری واقف شده و به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی بها بدهند.

یکی دیگر از نتایج این پژوهش کم‌رنگ شدن جاذبه‌های سنتی و قدیمی روستاهای مورد هدف می‌باشد. طبق پژوهش خاموشی (۱۳۸۶) موسیقی محلی، آئین‌ها و مراسم‌های ویژه، تماشای رقص محلی نقش مهمی در جذب گردشگر روستایی دارد. قسمتی از نتایج به دست آمده در این تحقیق با بخشی از نتایج زاهدی (۱۳۷۷) با عنوان زمینه‌ها و موانع توریسم استان کرمانشاه مطابقت دارد که از جمله به موارد زیر می‌توان اشاره کرد: عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که از جمله مشکلات توریسم روستایی روستای چرمه‌لی علیا عدم امکانات زیربنایی و رفاهی می‌باشد که فقدان این امکانات باعث تأثیر منفی بر جذب گردشگر شده است، که در این راستا 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 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 عهده‌ی روستاییان بگذارند. شایان ذکر است که در این زمینه نیز احداث محل اسکان، پارکینگ، سرویس‌های بهداشتی متناسب با بافت روستا ضروری به نظر می‌رسد. از طرفی بایستی از معماری سنتی بهره برد تا

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 بیابند. از دیگر یافته‌های پژوهش، وجود محدودیت‌های توریسم روستایی از جمله محدودیت اقلیمی می‌باشد که هم جاذبه و هم یک مانع محسوب می‌شود، به طوری که خاموشی (۱۳۸۶) به نقل از داگلاس پیرس 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 ارائه‌ی 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.

سازمان‌ها و مؤسسات - عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی - نبود امکانات و خدمات رفاهی - بی‌توجهی و عدم آگاهی مردم نسبت به اثرات اقتصادی گردشگری.

در رابطه با مسایل 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 زمینه‌ی صنایع و هنرهای منسوخ شده نسبت به احیای این ثروت گرانبها در روستا اقدام نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود که در روستاهای مورد 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 مسایل 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 چشم‌نواز باشد. گردشگران غالباً به محلی که مطابق شیوه‌ی



نگاره‌ی ۱ و ۲: جاذبه تاریخی - حمام سنگی مربوط به دوره‌ی قاجاریه در روستای چرمه‌ی علیا

مأخذ: نگارندگان



نگاره ۳ و ۴: نمایی از روستای چرمه علیا
مأخذ: نگارندگان



نگاره ۶: جاذبه فرهنگی - موسیقی ساز و دهل
مأخذ: نگارندگان



نگاره ۵: جاذبه فرهنگی - قالی‌بافی و گلیم‌بافی از صنایع دستی
روستای چرمه علیا مأخذ: نگارندگان



نگاره ۸: جاذبه طبیعی - باغات روستای چرمه علیا
مأخذ: نگارندگان



نگاره ۷: جاذبه طبیعی - آبشار پریشان روستای چرمه علیا
مأخذ: نگارندگان

منابع و مآخذ

- ۱- ازکیا، مصطفی؛ عادل زارع؛ علی ایمانی (۱۳۸۷). رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی. نشر نی.
- ۲- ادیب‌حاج‌باقری، محسن؛ مهوش صلصالی (۱۳۸۲). روش‌های تحقیق کیفی، انتشارات بشری.
- ۳- پاپ‌زن، عبدالحمید (۱۳۸۲). طراحی مدل تلفیقی دانش بومی و رسمی به منظور دستیابی به رهیافتی سامانه‌ای - مشارکتی در شهرستان کرمانشاه، رساله دکتری. دانشگاه تهران.
- ۴- جنگ‌چی‌کاشانی، سمیه (۱۳۷۹). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی منطقه ریجاب کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- ۵- خاموشی، سپیده (۱۳۸۶). توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستاهای دست‌نخورده علیا، سفلی و عین‌القاص شهرستان صحنه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه رازی.
- ۶- دهقان، مهدی (۱۳۸۴). توسعه گردشگری پایدار، ماهنامه علمی - کشاورزی و زیست محیطی (دهاتی). سال ۳. شماره ۲۷.
- ۷- زاهدی، عبدالحمید (۱۳۷۷). زمینه‌ها و موانع توریسم در استان کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مدیریت دولتی کرمانشاه.
- ۸- زنده‌دل، حسن (۱۳۸۶). راهنمای گردشگری روستاهای ایران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۹- سقایی، مهدی (۱۳۸۰). بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۱۰- صادقی، عاطفه (۱۳۸۴). توریسم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستایی قوری قلعه شهرستان پاوه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه رازی کرمانشاه.
- ۱۱- فرشادگر، ناصر؛ محمدتقی ضیایی بیگدلی (۱۳۸۳). پژوهش مشارکتی، تهران. پژوهشکده امور اقتصادی.
- ۱۲- موسایی، میثم (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم در ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. شماره ۲۳.
- 13- Augustin, M (1998). National Strategies for rural Tourism development and Sustainability: The experience Journal of Sustainable Tourism.
- 14- Goulding .Q (2000). Grounded theory:the missing methodology on the interpretivist agenda. Qualitative Market Research:An International Journal Vol 1 Issu I.
- 15- Flisher.A (2000). support for rural tourism: dose it make a difference? Annals of Tourism research.
- 16- Kostas E. Sillignakis (2010). Rural Tourism Development for the Prefecture of Lassithi in Crete.
- 17- Page, s. Connell, j(2009). Tourism: A Modern Synthesis, Cengage, UK, London.
- 18- Schweinsberg, Stephen (2009). Sustainable Tourism Development and Rural Community, University of Technology, (Sustainable Tourism Cooperative Research Centre), Sydney.