

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۳۱

زهرا میرزایی ارجنکی^۱، ندا ترابی فارسانی^۲، پریسا داروئی^۳، مهدی راست قلم^۴

تحلیل اثرگذاری عملکرد رنگ در منظر بر رونق گردشگری روستایی

چکیده

در دنیا روستاهایی وجود دارند که ظاهری متفاوت از آنچه که همیشه از یک روستا تصور می شود، دارند و رنگ آمیزی منظر در این روستاها نه تنها شادی و نشاط را برای جامعه محلی تامین می کند، بلکه با جذب گردشگر به روستا رونق اقتصاد محلی را هم به دنبال دارد. پژوهش حاضر، به کمک روش کیفی (راهبرد تحلیل مضمون) و مطالعات ساختاری-تفسیری با استفاده از نرم افزار میک مک به دنبال شناسایی پیشرانهای کلیدی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری با محوریت رنگ آمیزی منظر است. ابزار گردآوری داده در پژوهش حاضر، فرم مصاحبه بوده و داده ها به کمک روش گلوله برفی جمع آوری شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که سه عامل ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا، بهبود و توسعه زیرساخت ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی و نزدیکی به معادن رنگ های طبیعی از بحرانی ترین و کلیدی ترین پیشرانهای زیرساختی هستند. همچنین، بر اساس نتایج مستخرج از نرم افزار میک مک توانمندسازی جامعه محلی مهم ترین پیشران اجتماعی شناسایی شد. به علاوه، انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا، ترک گیری و زیرسازی دیوارها، استفاده از رنگ های مخصوص نما (سیلکون دار)، پرهیز از شلوغ کاری در نقش های دیواره، رنگ خاک روستا و نوع مصالح مصرفی روستا به عنوان تاثیرگذارترین متغیرهای کالبدی معرفی شدند. در نهایت، می توان گفت که توجه به پیشرانهای کلیدی در رنگ آمیزی منظر روستایی می تواند راهکار اقتصادی خلاق در راستای رونق گردشگری روستایی باشد.

واژگان کلیدی: رنگ، روستا، روستاهای رنگی، منظر، گردشگری روستایی.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

^۲ عضو هیات علمی گروه موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

Email: n.torabi@aui.ac.ir

^۳ عضو هیات علمی دانشکده هنر های تجسمی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

^۴ مدرس گروه موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

مقدمه

امروزه، در بسیاری از نقاط جهان از رنگ آمیزی منظر و ساختمان‌ها برای جذب گردشگر استفاده شده است و به دنبال آن پیامدهای مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی داشته است. حال آنکه با وجود مقصدهای گردشگری در ایران همچون ایبانه، جزیره هرمز، کوه‌های آلا داغ در زنجان و... که وجود رنگ طبیعی عاملی مهم در سفر به این مناطق است، از رنگ مصنوعی نیز می‌توان برای جذب گردشگر به خوبی استفاده کرد که در ایران به جز خانه‌های رنگی انزلی آن گونه که باید پژوهش و استفاده نشده است. امروزه، از رنگ کردن منظر و ساختمان‌ها به عنوان ابزار کشتی برای جذب گردشگران به مقاصد گردشگری استفاده می‌شود به ویژه برای جذب به مقاصدی که جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی منحصر به فردی ندارند و این جاذبه مصنوع می‌تواند راهکاری برای تحریک بازدید گردشگران از مقصد باشد. روانشناسان معتقدند که رنگ‌ها نقش مهمی در روانشناسی ذهن مردم ایفا می‌کنند و باعث ایجاد روحیه مثبت در افراد می‌گردند. رنگ‌ها، مشاهده و فعل و انفعالات بصری، واکنش‌های الکترومغناطیسی و شیمیایی را در چشم باعث می‌شوند که همراه با آنها فرایندهایی در قلمرو روان انسان به وقوع می‌پیوندد. این واکنش‌ها که پس از مشاهده رنگ روی می‌دهد، بر ساحت روان انسان تأثیر می‌گذارد. بنابراین، علت عمده تأثیرات عصبی و ذهنی «مشاهده» است (ایتن، ۱۳۸۶: ۲۰۸).

در جهان روستاهای زیادی با عنوان روستاهای رنگارنگ وجود دارد که با استفاده از فاکتور رنگ آمیزی منظر به مقصد گردشگری تبدیل شده‌اند مثلاً، روستای مالنگ^۱ در مالزی که ابتدا منطقه‌ای زاغه نشین بوده و با پژوهش و تلاش دانشجویان به مقصد گردشگری تبدیل شده است. روستای آبی رنگ شف شاون^۲ در مراکش؛ روستای گمچون^۳ در کره جنوبی؛ روستای رنگی در کاهان دره پاکستان^۴، روستای جودپیان در مالنگ مالزی^۵، روستای کستل مزانو^۶ در ایتالیا نمونه‌های از روستاهای مقاصد گردشگری هستند که فاکتور رنگ آمیزی منظر عامل اصلی جذب گردشگران به این مقاصد است (شکل ۱). از آنجایی که شعار گردشگری در ۲۰۲۰ گردشگری و توسعه روستایی و در ۲۰۲۲ بازاندیشی در گردشگری است و همچنین پس از پاندمی کرونا رونق دوباره گردشگری نیاز به تحول دارد انجام این پژوهش با هدف شناسایی پیشران‌های کلیدی برای تبدیل روستاها به ویژه روستاهای هدف به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی می‌تواند گامی باشد در راستای تحقق این شعارها. به علاوه استفاده از رنگ در روستا به منظور جذب گردشگر به عنوان اقتصادی خلاق می‌تواند راهکاری باشد برای مبارزه با فقرزدایی در روستاها و رونق اقتصاد محلی. همچنین، موجب تنوع گردشگری روستایی خواهد شد و به دلیل تأثیر روانی رنگ، شادی و نشاط را برای روستاها به ارمغان خواهد آورد.

شایان ذکر است که سند چشم‌انداز وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مورخ ۱۳۹۹/۶/۱۶ نیز بر تنوع بخشی به فعالیت‌های گردشگری در مقاصد تاکید ویژه ای دارد که تمرکز بر پژوهش حاضر می‌تواند گامی باشد برای حل چالش‌های مربوط به صنعت گردشگری ایران.



شکل ۱: نمونه‌هایی از روستاهای رنگی جهان

الف). روستای شفشاون در مراکش، منبع: <https://www.dreamstime.com/photos-images/chefchaouen.html> ؛

ب) روستای گمچون در کره جنوبی، منبع: <https://www.hapskorea.com/gamcheon-culture-village-recognized-for-its-successful-urban-regeneration-project>

ج: روستای جودیپان در مالنگ مالزی، منبع: https://www.indonesia-tourism.com/east-java/bromo/jodipan_village.html ؛

د: روستای کستل مزانو در ایتالیا، منبع: <https://elements.envato.com/castelmezzano-village-in-apennines-dolomiti-lucane-9DRFQPH>

پیشینه تحقیق

هانگ و یانگ (۲۰۱۸: ۱۳۳-۱۴۰)^۱ در مقاله ای با عنوان "کشف انگیزه گردشگران از بازدید از دهکده رنگارنگ (مطالعه موردی: روستای رنگارنگ جینگ پو، دنیای گربه‌ها)" به شناسایی اهداف گردشگران از بازدید دهکده رنگارنگ پرداخته‌اند و نتایج تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌های توزیع شده در این روستا نشان می‌دهد که هنجارهای ذهنی و رفتار درک شده گردشگران بر قصد آنها از سفر تاثیر مثبت داشته است و طبق این پژوهش بهبود زیرساخت‌ها از قبیل مناطق استراحت، محتوای نقاشی‌ها، انجام فعالیت‌های مربوط به صنایع محلی و.... می‌تواند عمق و وسعت گردشگری در این منطقه را افزایش دهد.

رانی و ولانداری (۲۰۱۸: ۳۲۲-۳۲۹)^۲ در مقاله‌ای با عنوان "توسعه اقتصاد خلاق (مطالعه موردی روستای رنگارنگ جودیپان در مالنگ)" با به‌کارگیری روش SWOT شرایط قبل و بعد از تاسیس دهکده رنگارنگ جودیپان را بررسی شدند و نتایج نشان می‌دهد که تاسیس این دهکده که مبتنی بر اقتصاد خلاق است به عنوان روشی برای کنترل میزان زاغه نشینی و افزایش رفاه اقتصادی جامعه معرفی شده است.

نورسیتا و همکاران (۲۰۱۷: ۲۳-۱۶)^۳ مقاله ای با عنوان "دهکده رنگارنگ به عنوان مقصد جدید گردشگری در مالنگ (نتیجه مثبت: احیای محله های فقیرنشین)" انجام داده‌اند. روش جمع آوری داده در این مطالعه

با رویکرد توصیفی کیفی بوده است تا شرایط واقعی جامعه به خوبی توصیف گردد و به این نتیجه رسیدند که وضعیت اقتصادی و اجتماعی سطح پایین جوامع باعث بروز زاغه نشینی در شهرهای بزرگ می شود. در این میان، رنگ توانسته با احیای محله های فقیرنشین آنها را به مقاصد جدید گردشگری تبدیل سازند و بهبود وضع اقتصادی را برای جامعه محلی به دنبال آورد.

مقاله ای دیگری با عنوان "ارزیابی زیست محیطی فیزیکی دهکده رنگارنگ در حاشیه رودخانه کد، یوگیا کارتا"^۴ انجام شده است. ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش مشاهده و مصاحبه بوده است و نتایج پردازش داده ها آشکار می کند که رنگ باعث بهبود محیط فیزیکی روستا شده است و موجب گشته که روستای فرسوده بازسازی و تبدیل به مقصد گردشگری گردد و میزان فقر را کاهش داده است ولی آن را به یک سکونتگاه ایده آل تبدیل نکرده است (Lumongga, 2019: 705-715).

مقاله ای با عنوان "آیا پروژه بازاریابی ترکیبی و برنامه ریزی محور بازاریابی اجتماعی مبتنی بر جامعه (CBSM) می تواند منطقه زاغه نشین را با موفقیت به دهکده گردشگری تبدیل کند؟ مطالعه موردی روستای رنگارنگ جودیپان، مالنگ"، به بررسی نقش رنگ منظر بر توسعه روستا پرداخته است و نتایج نشان می دهد که رنگ آمیزی روستا باعث افزایش محبوبیت منطقه فقیرنشین جودیپان در شهر مالنگ شده است و با کمک بازاریابی اجتماعی و استفاده از رسانه های اجتماعی وضعیت جذب گردشگر به منطقه جودیپان به طور قابل ملاحظه ای بهبود یافته است و ایجاد صفحه تریپ ادویزر جودیپان،^۵ دهکده را بهترین مقصد گردشگری تبدیل کرده است. همچنین وضعیت محیط زیست روستا بهبود یافته است و شش ماه پس از شروع پروژه زباله های رودخانه ۹۵ درصد کاهش یافته است و تعداد گیاهان رشد کرده، افزایش یافته و به طور کلی پاکسازی منطقه انجام شده است (Sulistyaningsih et al., 2022: 421-450).

شهسوارگر (۱۳۹۶: ۲۳-۳۲) در مقاله ای با عنوان "رنگ، برند گردشگری کوچه های مراکش" پژوهشی تحلیلی در سه مرحله (مشاهدات میدانی، تحلیل مشاهدات، مطالعات کتابخانه ای) انجام داده است و به دنبال پیدا کردن منشا ایده رنگین کمان بودن این منطقه می باشد. به دلیل جذابیت بالای رنگ ها در منظر شهری، عنصر رنگ به تنهایی به عنوان عنصر برند ساز کوچه های مراکش معرفی شده و موجب رونق گردشگری در این کوچه ها شده است نکته قابل توجه این است که اغلب رنگ های به کار رفته، رنگ طبیعی مصالح است. علاوه بر این، رنگ ها براساس هنر، تاریخ و فرهنگ بومی آفریقا به دست آمده اند به همین دلیل سیاست ها و برنامه ریزی های شهری که در این مناطق صورت می گیرد در راستای حفظ اصالت این رنگ ها است و رنگ آبی به عنوان رنگ منتخب در برند سازی کوچه های مراکش معرفی شده است.

در این حوزه پژوهش های علمی اندکی در ایران انجام گرفته است که پژوهشگران در زیر بدان پرداخته اند. متولی الموتی و ذوالفقارزاده (۱۳۹۴) در مقاله ای با عنوان "نگاهی به رنگ در معماری بومی ایران (نمونه های موردی: ابیان، ماسوله، کندوان، بوشهر)" ضمن یادآوردن این موضوع که رنگ عاملی تاثیر گذار در معماری ایران است به شرایط اقلیمی و محیطی اشاره کردند که بر شکل و رنگ فضاهای معماری بومی تاثیر می گذارند غنای معماری بومی ایران در این مناطق با بهره گیری از مصالح منطقه ای با رنگ های همساز با آن مناطق مشهود است. رنگ های طبیعی این مناطق با اقلیم، روحیه و فرهنگ هر منطقه عجین شده است و به عنوان شناسنامه و هویت منطقه محسوب می شوند.

این پژوهش نشان می‌دهد که به دنبال از بین رفتن برخی از خصوصیات بومی معماری در بسیاری از مناطق کشور جنبه‌های فرهنگی و هویتی این مناطق هم به خطر می‌افتد.

زاهدی در خانه (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «فعال‌سازی جزیره هرمز در جهت توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT» با در نظر گرفتن این موضوع که این جزیره از غنای طبیعی و فرهنگی ویژه‌ای برخوردار است به بررسی نقاط ضعف و قوت جزیره هرمز پرداخته است و راهبردهای پیشنهادی جهت فعال‌سازی جزیره در جهت توسعه گردشگری ارائه داده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که خاک جزیره هرمز با تنوع بیش از ۷۲ نوع رنگ، یکی از نقاط قوت کلیدی این منطقه است، به علاوه امکان توسعه زمین گردشگری (از زیرشاخه‌های گردشگری طبیعی) و احداث دانشگاه بین‌المللی زمین‌شناسی نمونه‌هایی از راهبردهای پیشنهادی این مقاله بوده است.

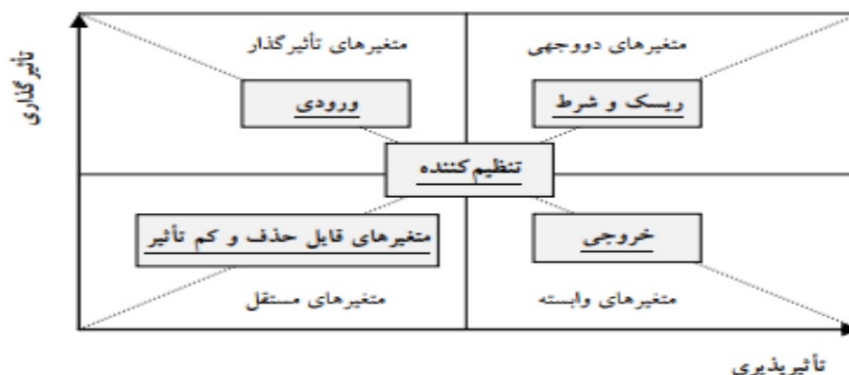
شایان ذکر است که هیچ کدام از پژوهش‌های داخلی و خارجی به شناسایی پیشران‌های کلیدی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر نپرداخته و نوآوری پژوهش حاضر در شناسایی این متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر است. به علاوه، مطالعات پیشینه داخلی و خارجی نشان می‌دهد که رنگ آمیزی منظر نقش به‌سزایی در جذب گردشگر و توسعه گردشگری روستایی دارند (جدول ۱).

جدول ۱: اهمیت رنگ آمیزی منظر در توسعه گردشگری روستایی

اهمیت رنگ در توسعه روستا	پژوهشگر
رنگ بر جذابیت بصری می‌افزاید و تجربه متفاوت و منحصر به فردی را برای گردشگران فراهم می‌کند	شهسواریگر ۱۳۹۶: ۲۹
رنگ به عنوان عامل به وجود آورنده طراوت، نشاط و زیبایی در یک منطقه است	Huang and Yang, 2018: 133-140
تبدیل به مقصد گردشگری و جذب گردشگر	Lumongga, 2019: 705-715
کمک به حفظ و پایداری محیط زیست	Sulistyaningsih et al., 2022: 421-450
بهبود روند زاغه نشینی و کاهش فقر	Noorsetya et al., 2017: 16-23
بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی	Sulistyaningsih et al., 2022: 421-450
عنصر برندساز	شهسواریگر ۱۳۹۶: ۲۳-۳۲
افزایش رفاه جامعه محلی	Rani and Wulandari, 2018: 322-329
بهبود زیرساخت‌ها	Huang and Yang, 2018: 133-140
حفظ و نگهداری هویت روستا و جلوگیری از تخریب و مهاجرت	متولی الموتی، ذوالفقارزاده، ۱۳۹۴

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های اکتشافی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو تکنیک تحلیل مضمون و مطالعات ساختاری تفسیری به کمک نرم افزار میک مک بهره گرفته شده است. در مرحله اول پژوهشگران پس از مطالعات کتابخانه‌ای و پیشینه تحقیق اهمیت رنگ آمیزی منظر در توسعه گردشگری روستایی را بررسی کردند و در مرحله دوم فرم مصاحبه نیمه ساختار یافته طراحی و به منظور شناسایی متغیرهای کلیدی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی در اختیار خبرگان قرار گرفت. برای ارزیابی روایی فرم مصاحبه از شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR) استفاده گردید. فرم روایی در اختیار ۸ متخصص قرار گرفت و میزان روایی سوالات به طور میانگین ۱ محاسبه شد که نشان‌دهنده روایی بالای فرم مصاحبه بوده است. تکنیک گلوله برفی به منظور جمع آوری داده استفاده گردیده و افرادی مصاحبه شدند که در حوزه‌های جغرافیای روستایی، توسعه روستایی، گردشگری و پژوهش هنر (هنرهای تجسمی) تحصیلات دانشگاهی داشتند و یا دارای تجربه کاری بوده‌اند. شایان ذکر است که داده‌ها در مصاحبه شماره ۲۰ به اشباع رسید. پس از هر مصاحبه پژوهشگران داده‌ها را به روش تحلیل مضمون (کد گذاری باز و بسته) تجزیه و تحلیل شده و مضمون‌های اصلی (عوامل زیر ساختی، عوامل اجتماعی و عوامل کالبدی) و فرعی استخراج گردید. در گام بعدی برای هر یک از مضمون‌های اصلی ماتریسی طراحی گردید و جهت امتیاز دهی در اختیار خبرگان قرار گرفت. در این ماتریس‌ها میزان ارتباط، با اعداد بین صفر تا سه سنجیده می‌شود. عدد «صفر» نشان دهنده بدون تأثیر بودن یک متغیر بر متغیر دیگر است و عدد «یک» به منزله «تأثیر ضعیف» است. عدد «دو» تأثیر متوسط را نشان می‌دهد. در نهایت عدد «سه» نشان‌دهنده تأثیر زیاد یک متغیر بر متغیر دیگر است و p نشان‌دهنده آن است که تأثیر دو متغیر بر هم احتمالی است. اگر تعداد متغیرهای شناسایی شده (مضمون‌های فرعی) n باشد، یک ماتریس $n \times n$ به دست می‌آید. در نهایت میانگین امتیازات خبرگان وارد نرم افزار میک مک گردید به گونه‌ای که متغیرهای سطرها، تأثیرگذار و متغیرهای ستون‌ها، تأثیرپذیر هستند و نقشه پراکنش اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌ها ترسیم شد (شکل ۲).



شکل ۲: نقشه پراکندگی متغیرها برگرفته از Godet, 1994: 283; Nematpour et al., 2020: 393-417

یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در قبل ذکر شد داده‌های حاصل از فرم مصاحبه در مصاحبه شماره ۲۰ به اشباع رسید و داده‌های به‌دست آمده به کمک راهبرد تحلیل مضمون و در قالب کدگذاری باز و محوری دسته‌بندی شدند و متغیرهای شناسایی شده به ۳ محور اصلی ۱. عوامل زیرساختی ۲. عوامل اجتماعی ۳. عوامل کالبدی طبقه‌بندی گردید (جدول ۳). در مرحله بعد، به منظور امتیازدهی و سنجش اهمیت هریک از پیشران‌ها از روش آینده پژوهشی استفاده شده است؛ از این‌رو سه ماتریس متقاطع (مربعات زوجی) که پیشران‌ها دو به دو کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، ترسیم شد. ماتریس‌های مورد نظر جهت امتیازدهی عدد ۰ (بی‌تأثیر) عدد ۱ (تأثیر کم) عدد ۲ (تأثیر متوسط) و عدد ۳ (بیانگر (تأثیر زیاد) در اختیار کارشناسان آگاه و خبره جهت امتیازدهی قرار گرفت.

جدول ۳: متغیرهای شناسایی شده در جذب گردشگر به روستاها با تاکید بر رنگ آمیزی منظر

نمونه ای از متن های مصاحبه‌ها	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
مصاحبه شماره ۱ و ۵: باید سعی شود در تسهیلات گردشگری نیز از رنگ و خلاقیت بهره برد مثلاً اگر در آن روستا زن‌ها قالی بافی می‌کنند نقش قالی را می‌توان روی نیمکت های استراحت روستا طراحی کرد و یا تیر های چراغ برق را متناسب با رنگ‌آمیزی روستا رنگ کرد و ... ولی باید توجه داشت که باید کمک‌هایی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری انجام گیرد مانند اختصاص وام های بدون بهره یا کم بهره به دهداری و یا روستاییان و یا دخیل کردن بخش خصوصی و	بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ‌آمیزی مانند نیمکت‌های رنگی و ... حمایت نهادهای دولتی	عوامل زیرساختی
مصاحبه شماره ۲۰: انتخاب روستاهایی ارجحیت دارند که به معادن رنگی طبیعی نزدیک باشند	نزدیکی به معادن رنگ‌های طبیعی	
مصاحبه شماره ۴ و ۸: کلاً زمانی که یک مقصد می‌خواهد به مقصد گردشگری تبدیل گردد باید به مسیرهای امن توجه ویژه داشت و همچنین با توجه به اینکه همیشه بیشتر گردشگران ورودی به یک مقصد از شهرها و روستاهای همجوار هستند انتخاب روستایی که به مراکز جمعیتی نزدیک باشد در جذب بیشتر گردشگر اهمیت به‌سزایی دارد برای مثال ایبانه به دلیل واقع شدن در مسیر سه استان تهران و قم و اصفهان و دسترسی عالی نسبت به سایر روستاها در جذب گردشگر بسیار موفق بوده هر چند که این تنها دلیل نیست . با توجه به موضوع رنگ می‌توان جشنواره‌هایی با موضوع رنگ نیز در روستا برگزار کرد با تمرکز بر رنگ‌هایی که نماد ایران هستند و یا لباس‌های محلی ایران که رنگارنگ است و	ایمن‌بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ و بهره‌گیری از توسعه بازارها و جشنواره‌های فصلی و جشن‌هایی با موضوع رنگ و فرهنگ ، رنگ در لباس‌های محلی ، رنگ‌ها و نمادهای فرهنگ ایرانی و ...	

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	نمونه ای از متن های مصاحبه ها
عوامل اجتماعی	توانمندسازی و جامعه محلی	مصاحبه شماره ۳ و ۱۷: کلا زمانی که قرار است یک روستا به یک مقصد گردشگری تبدیل گردد باید مردم روستا موافق باشند و مشارکت آنها از اصول گردشگری پایدار است در ضمن لازم است حتی در انتخاب رنگ هم توافق داشته باشند و نیاز است در این راستا کارگاه های آموزشی و توانمندسازی قبل از اجرای پروژه برای مردم محلی و دهداری برگزار گردد
	پذیرش و رضایت جامعه محلی	مصاحبه شماره ۱۲ و ۱۵: مکان یابی روستا باید به گونه ای باشد که روستا از آلودگی ها دور باشد چون اگر دود زیاد باشد مثلا نزدیک جاده باشد و ... بعد از مدتی دود بر روی رنگ ها می نشیند و چشم انداز زشتی ایجاد می کند.
	محیط آرام و بدون آلودگی (پس از مدتی آلودگی باعث می شود که وضوح رنگ پشت دود از بین برود)	مصاحبه شماره ۱۰ و ۱۱: استفاده از نیروهای متخصص گردشگری نقش مهمی در برنامه ریزی گردشگری دارند و با تسلط بر استراتژی های رسوخ در بازار می توانند روستا را معرفی و به یک مقصد گردشگری تبدیل کنند و چه بسا خود این رنگ می تواند عنصر برند ساز برای مقصد باشد
	استفاده از نیروهای متخصص گردشگری	مصاحبه شماره ۷ و ۹: خلاقیت در انتخاب رنگ و رنگ آمیزی نقش بسیار بالایی دارد و می تواند روستا را از سایر مقاصد رنگی متمایز کند
	تبلیغات و بازاریابی گردشگری	مصاحبه شماره ۶، ۱۳ و ۱۵: رنگ خاک آنجا اگر مشخصه خاصی دارد تاثیرگذار است همچنین رنگ خانه ها و مصالح به کار رفته . شاید روستا رنگ شاخصی دارد که باید د توجه شود و یا معماری خاصی دارد که تاثیر گذار است. و یا حتی روستاییان ممکن است بر یک رنگ توافق دارند یا بر اساس اقلیم روستا آن را انتخاب کرده اند
عوامل کالبدی	انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا	مصاحبه شماره ۳، ۶، ۱۳ و ۱۵: رنگ خاک آنجا اگر مشخصه خاصی دارد تاثیرگذار است همچنین رنگ خانه ها و مصالح به کار رفته . شاید روستا رنگ شاخصی دارد که باید د توجه شود و یا معماری خاصی دارد که تاثیر گذار است. و یا حتی روستاییان ممکن است بر یک رنگ توافق دارند یا بر اساس اقلیم روستا آن را انتخاب کرده اند
	بهسازی بافت روستا و حفاظت از آن	
	ترک گیری و زیرسازی دیوارها	
	استفاده از رنگ های مخصوص نما (سیلکون دار)	
	معماری خاص روستا	
	پرهیز از شلوغ کاری در نقش های دیوارها	
	رنگ خاک روستا	
	نوع مصالح مصرفی روستا	
	استفاده از سبک معماری داخلی ساده و محلی	
	بازسازی ساختمان ها	
	توپوگرافی منطقه (روستا در مکانی قرار گرفته باشد که از دور چشم انداز زیبایی داشته باشد)	مصاحبه شماره ۳، ۲، ۱۶، ۱۸، ۱۴ و ۱۹: باید در مکانیابی روستا دقت کرد تا از دور چشم انداز قشنگی داشته باشد. در ایران تعداد زیادی روستای پلکانی وجود دارد که فقط تعداد کمی از آنها مقصد گردشگری هستند رنگ آمیزی منظر می تواند ابتکار و اقتصاد خلاق باشد برای تبدیل تعداد دیگر آنها به مقصد گردشگری

تجزیه و تحلیل نتایج ماتریس عوامل زیرساختی

جدول شماره ۴ منعکس‌کننده میانگین امتیازات کارشناسان به متغیرهای شناسایی شده در دسته عوامل زیرساختی است. پس از ورود این امتیازات به نرم افزار میک مک و انجام محاسبات مربوطه میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم پیشران‌ها مشخص گردید. شایان ذکر است که جمع سطرها بیانگر میزان اثرگذاری مستقیم پیشران‌های مورد نظر و جمع ستون‌ها بیانگر میزان تاثیرپذیری مستقیم پیشران است. در حقیقت جدول شماره ۵ بیان می‌کند که هر پیشران به صورت مستقیم در سیستم چه میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری را داراست. نتایج نشان‌دهنده آن است که از میان متغیرهای زیر ساختی شناسایی شده سه متغیر بهبود و توسعه زیرساخت ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی، نزدیکی به معادن رنگ‌های طبیعی، ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا دارای میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر هستند (جدول ۵).

جدول ۴: ماتریس عوامل زیرساختی امتیاز دهی شده توسط کارشناسان و خبرگان

پیشران‌ها	بهبود و توسعه زیرساخت ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی مانند نیمکت های پارکی رنگی و ...	حمایت نهاد های دولتی	افزایش زمینه های سرمایه گذاری بخش خصوصی	نزدیکی به معادن رنگ های طبیعی	ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا	نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ و بهره گیری از توسعه بازارها و جشنواره های فصلی و جشن هایی با موضوع رنگ و فرهنگ، رنگ در لباس های محلی، رنگ ها و نمادها فرهنگ ایرانی و ...
بهبود و توسعه زیرساخت ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی مانند نیمکت های پارکی رنگی و ...	۰	۲	۲	۱	۲	۲
حمایت نهاد های دولتی	۱	۰	۱	۱	۱	۱
افزایش زمینه های سرمایه گذاری بخش خصوصی	۲	۱	۰	۱	۲	۲
نزدیکی به معادن رنگ های طبیعی	۱	۲	۲	۰	۲	۲
ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا	۱	۲	۳	۲	۰	۲
نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ و بهره گیری از توسعه بازارها و جشنواره های فصلی و جشن هایی با موضوع رنگ و فرهنگ، رنگ در لباس های محلی، رنگ ها و نمادها فرهنگ ایرانی و ...	۱	۲	۳	۱	۱	۰

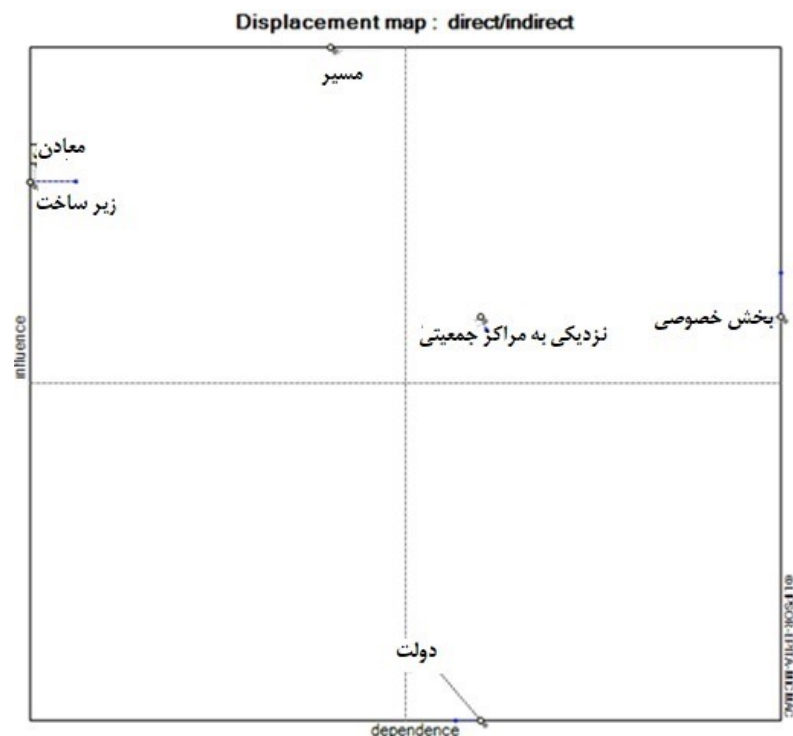
جدول ۵: میزان تاثیرگذاري و تأثيرپذيري مستقيم عوامل زيرساختي محاسبه شده توسط نرم افزار ميك مك

ردیف	پیشران	جمع سطرها	جمع ستون‌ها	توضیحات
۱	بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ امیزی مانند نیمکت های پارکی رنگی و ...	۹	۶	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
۲	حمایت نهادهای دولت	۵	۹	میزان تأثیرپذیری مستقیم بیشتر
۳	افزایش زمینه‌های سرمایه گذاری بخش خصوصی	۸	۱۱	میزان تأثیرپذیری مستقیم بیشتر
۴	نزدیکی به معادن رنگ‌های طبیعی	۹	۶	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
۵	ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا	۱۰	۸	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
۶	نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ و بهره گیری از توسعه بازارها و جشنواره های فصلی و جشن‌هایی با موضوع رنگ و فرهنگ، رنگ در لباس‌های محلی، رنگ‌ها و نمادهای فرهنگ ایرانی و ...	۸	۹	میزان تأثیرپذیری مستقیم بیشتر
جمع		۴۹	۴۹	

شایان ذکر است که نقش و پراکنش اثرگذاری پیشران‌ها شامل چهار ناحیه است که هر ناحیه بیانگر نوع روابط و میزان اثرگذاری و تأثیرپذیری متغیرهایی است که در آن ناحیه قرار می‌گیرند. نوع اثرگذاری و موقعیت این چهار ناحیه به قرار ذیل می‌باشد، ناحیه ورودی و یا اصلی که مطابق شکل شماره ۳ موقعیت قرارگیری این ناحیه در نقشه مربع سمت چپ بالا است. ناحیه ورودی و اصلی نشان‌دهنده با ارزش‌ترین یا به تعبیری دیگر اصلی‌ترین پیشران‌های تأثیرگذارند. در واقع، میزان تأثیرگذاری این پیشران‌ها بر پیشران‌های دیگر به مراتب بالاتر از میزان تأثیرپذیری آنها از پیشران‌های دیگر است. ناحیه دوم حد وسط: موقعیت قرارگیری این ناحیه در نقشه مربع سمت راست بالاست، این ناحیه حاوی پیشران‌هایی هست که میزان تأثیرگذاری و میزان تأثیرپذیری‌شان نسبت به پیشران‌هایی دیگر به یک میزان است. ناحیه سوم پیشران‌های وابسته و تأثیرپذیر هستند که موقعیت قرارگیری این ناحیه در نقشه مربع سمت راست پایین نقشه است، پیشران‌های این ناحیه میزان تأثیرگذاری‌شان به نسبت کم و میزان تأثیرپذیری‌شان زیاد است. ناحیه چهارم (مستقل): موقعیت قرارگیری این ناحیه در نقشه مربع سمت چپ پایین نقشه است که نشان‌دهنده پیشران‌هایی است که هم میزان تأثیرگذاری و هم میزان تأثیرپذیری کمی بر پیشران‌های دیگر دارند و یا به بیان دیگر در میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری رفتار مستقلی از خود نشان می‌دهند.

همان‌طور که در شکل شماره ۳ و در ادامه در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌شود پیشران‌هایی که در ناحیه اول و ورودی قرار دارند نشان‌دهنده با ارزش‌ترین یا به تعبیری دیگر اصلی‌ترین پیشران‌هایی تأثیرگذارند. در واقع، میزان تأثیرگذاری این پیشران‌ها بر پیشران‌های دیگر به مراتب بالاتر از میزان تأثیرپذیری آنها از پیشران‌های دیگر است.

بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی مانند نیمکت‌های رنگی و ...، نزدیکی به معادن رنگ‌های طبیعی و ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا از تاثیرگذارترین متغیرهای زیر ساختی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی شناسایی شدند.



شکل ۳: نقشه و پراکنش اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌ها زیرساختی در نواحی چهارگانه ترسیم شده توسط نرم افزار میک مک

جدول ۶: وضعیت هر یک از متغیرهای ماتریس عوامل زیرساختی بر اساس تحلیل در نرم افزار میک مک

متغیر	نوع متغیر
ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا	ورودی و تاثیرگذار
بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ‌آمیزی مانند نیمکت‌های رنگی و ...	
نزدیکی به معادن رنگ‌های طبیعی	
افزایش زمینه‌های سرمایه گذاری بخش خصوصی	حد وسط یا دو وجهی
نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ و بهره‌گیری از توسعه بازارها و جشنواره‌های فصلی و جشن‌هایی با موضوع رنگ و فرهنگ، رنگ در لباس‌های محلی، رنگ‌ها و نمادهای فرهنگ ایرانی و ...	
حمایت نهادهای دولتی	
—	مستقل

تجزیه و تحلیل نتایج ماتریس عوامل اجتماعی

جدول شماره ۷ نشان دهنده میانگین امتیازات کارشناسان به متغیرهای شناسایی شده در دسته عوامل اجتماعی است. نتایج مندرج در جدول شماره ۸ بیانگر میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم پیشرانها است جمع سطرها بیانگر میزان اثرگذاری مستقیم پیشرانهای مورد نظر و جمع ستونها بیانگر میزان تاثیرپذیری مستقیم پیشران است. نتایج نشان دهنده آن است که توانمندسازی جوامع محلی، محیط آرام و بدون آلودگی و پذیرش و رضایت جامعه محلی سه متغیر عوامل اجتماعی هستند که میزان اثرگذاری مستقیم بالایی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی دارند.

جدول ۷: ماتریس عوامل اجتماعی امتیازدهی شده توسط کارشناسان و خبرگان

متغیرهای اجتماعی	توانمندسازی جامعه محلی	تبلیغات و بازاریابی گردشگری	محیط آرام و بدون آلودگی	استفاده از نیروهای متخصص گردشگری	پذیرش و رضایت جامعه محلی	به کارگیری خلاقیت و ایده‌های منطقی توسط افراد متخصص در رنگ آمیزی روستا
توانمندسازی جامعه محلی	۰	۳	۲	۲	۱	۲
تبلیغات و بازاریابی گردشگری	۱	۰	۱	۲	۱	۲
محیط آرام و بدون آلودگی	۱	۲	۰	۲	۱	۱
استفاده از نیروهای متخصص گردشگری	۲	۳	۱	۰	۲	۲
پذیرش و رضایت جامعه محلی	۱	۲	۱	۲	۰	۲
به کارگیری خلاقیت و ایده‌های منطقی توسط افراد متخصص در رنگ آمیزی روستا	۱	۳	۱	۲	۱	۰

جدول ۸: بیانگر میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم عوامل اجتماعی محاسبه شده توسط نرم افزار میک مک

توضیحات	جمع ستون‌ها	جمع سطرها	پیشران
میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر	۶	۱۰	توانمندسازی جامعه محلی
میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر	۱۳	۷	تبلیغات و بازاریابی گردشگری
میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر	۶	۷	محیط آرام و بدون آلودگی

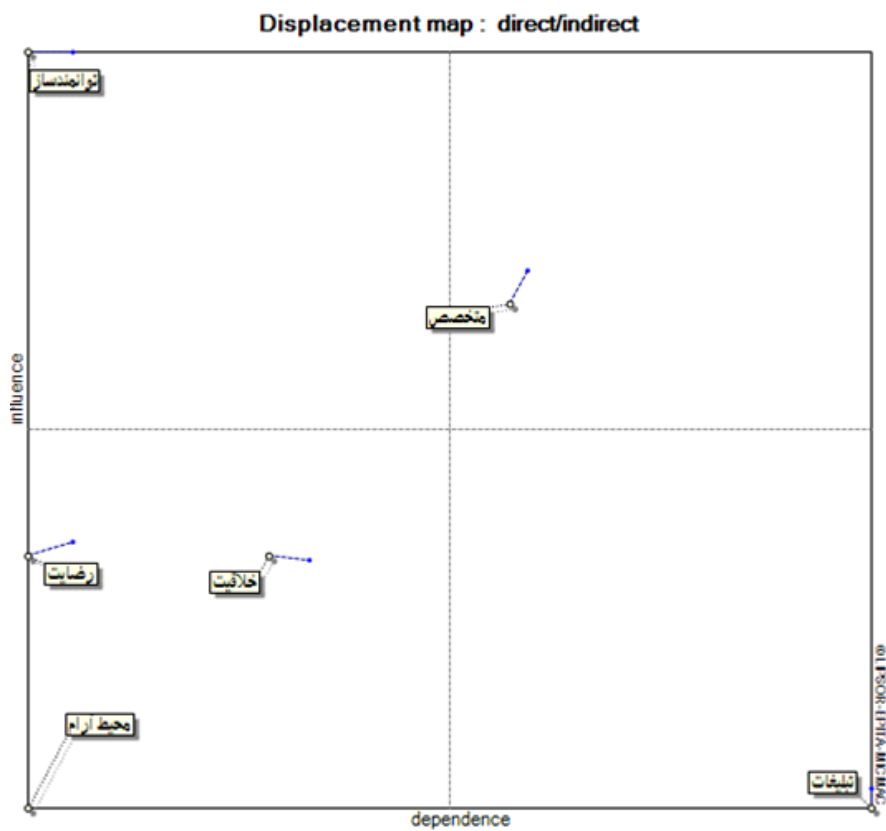
توضیحات	جمع ستون ها	جمع سطرها	پیشران
میزان تأثیرپذیری مستقیم بیشتر	۱۰	۹	استفاده از نیروهای متخصص گردشگری
میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر	۶	۸	پذیرش و رضایت جامعه محلی
میزان اثرگذاری و تأثیرپذیری یکسان	۸	۸	به کارگیری خلاقیت و ایده های منطقی توسط افراد متخصص در رنگ آمیزی روستا
	۴۹	۴۹	

شکل ۴ نقشه و پراکنش اثرگذاری پیشران های عوامل اجتماعی است و موقعیت قرارگیری هر متغیر اجتماعی را نشان می دهد. از بین متغیرهای اجتماعی شناسایی شده توانمندسازی جوامع محلی متغیر ورودی و تأثیرگذارترین متغیر اجتماعی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی است که باید بسیار مورد توجه برنامه ریزان حوزه گردشگری و هنر گردی قرار گیرد.

ناحیه دوم حد وسط یا متغیرهای اجتماعی دو وجهی هستند که بیانگر پیشران هایی هست که میزان تأثیرگذاری و میزان تأثیرپذیری شان نسبت به پیشران های دیگر به یک میزان است. همان گونه که شکل ۴ و جدول شماره ۹ نشان می دهد، استفاده از نیروهای متخصص گردشگری تنها پیشران ناحیه دو وجهی است.

ناحیه سوم پیشران های وابسته و تأثیرپذیر را منعکس می کند پیشران هایی این ناحیه میزان تأثیرگذاری شان به نسبت کم و میزان تأثیرپذیری شان زیاد است. همان طور که شکل شماره ۴ و جدول شماره ۹ نشان می دهد پیشران تبلیغات و بازاریابی گردشگری تنها پیشران این ناحیه می باشد.

ناحیه چهارم پیشران های مستقل هستند که حاوی پیشران هایی است که هم میزان تأثیرگذاری و هم میزان تأثیرپذیری کمی بر پیشران های دیگر دارند و این پیشران ها ارتباط کمی با سیستم دارند. همان طور که در شکل شماره ۴ و جدول شماره ۹ مشاهده می گردد، پیشران های تأثیرگذار اجتماعی این ناحیه عبارت اند از: پذیرش و رضایت جامعه محلی، به کارگیری خلاقیت و ایده های منطقی توسط افراد متخصص در رنگ آمیزی روستا و محیط آرام و بدون آلودگی.



شکل ۴: نقشه و پراکنش اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌های اجتماعی در نواحی چهارگانه ترسیم شده توسط نرم افزار میک

جدول ۹: وضعیت هریک از متغیرهای ماتریس عوامل اجتماعی بر اساس تحلیل در نرم افزار میک

متغیر	نوع متغیر
توانمندسازی جامعه محلی	ورودی و تاثیرگذار
استفاده از نیروهای متخصص گردشگری	حد وسط یا دو وجهی
تبلیغات و بازاریابی گردشگری	وابسته و تأثیرپذیر
پذیرش و رضایت جامعه محلی	مستقل
به کارگیری خلاقیت و ایده‌های منطقی توسط افراد متخصص در رنگ‌آمیزی روستا	
محیط آرام و بدون آلودگی	

تجزیه و تحلیل نتایج ماتریس عوامل کالبدی

جدول شماره ۱۰ نشان دهنده امتیازدهی کارشناسان به عوامل کالبدی موثر در رنگ آمیزی منظر روستایی

است. همچنین جدول شماره ۱۱ بیانگر میزان تاثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم پیشران‌های کالبدی است و جمع سطرها بیانگر میزان اثرگذاری مستقیم پیشران‌های مورد نظر و جمع ستون‌ها بیانگر میزان تأثیرپذیری مستقیم پیشران است. بر اساس نتایج تحلیل شده به وسیله نرم افزار میک مک، شش متغیر کالبدی انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا، ترک گیری و زیرسازی دیوارها، استفاده از رنگ‌های مخصوص نما (سیلکون دار)، پرهیز از شلوغ کاری در نقش‌های دیوارها، رنگ خاک روستا و نوع مصالح مصرفی روستا دارای میزان اثرگذاری مستقیم بالایی در رنگ آمیزی منظر روستایی به منظور رونق گردشگری دارند.

جدول ۱۰: ماتریس عوامل کالبدی امتیاز دهی شده توسط کارشناسان و خبرگان

توپوگرافی منطقه (روستا در مکانی قرار گرفته باشد که از دور چشم انداز زیبایی داشته باشد) (ر)	۱	۱	۱	۱	۲	۲	۲	۱	۱	۱	۰
بازسازی ساختمان ها (د)	۱	۲	۱	۲	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۲
استفاده از سبک معماری داخلی ساده و محلی (د)	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۱	۱	۰	۱
نوع مصالح مصرفی روستا (خ)	۱	۱	۲	۲	۱	۱	۲	۲	۲	۱	۱
رنگ خاک روستا (ح)	۲	۱	۱	۲	۲	۲	۰	۱	۲	۱	۱
پرهیز از شلوغ کاری در نقش های دیوارها (چ)	۲	۱	۱	۲	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱
معماری خاص روستا (ج)	۴	۱	۲	۲	۰	۲	۲	۳	۱	۱	۱
استفاده از رنگ های مخصوص نما (سیاکون دار) (ت)	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱
ترک گیری و زیرسازی دیوارها (پ)	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱
بهسازی بافت روستا و حفاظت از آن (ب)	۴	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا (الف)	۰	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
عوامل کالبدی	بافت	۰	۴	۱۰	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۰	۵	۱

جدول ۱۱: بیانگر میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم عوامل کالبدی بر اساس تحلیل در نرم افزار میک مک

عامل	جمع سطرها	جمع ستونها	توضیحات
انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا	۱۷	۱۱	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
بهسازی بافت روستا و حفاظت از آن	۱۲	۲۱	میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر
ترک‌گیری و زیرسازی دیوارها	۱۴	۱۱	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
استفاده از رنگ های مخصوص نما (سیلکون دار)	۱۹	۱۱	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
معماری خاص روستا	۱۳	۱۹	میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر
پرهیز از شلوغ کاری در نقش‌های دیوارها	۱۶	۱۲	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
رنگ خاک روستا	۱۶	۱۵	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
نوع مصالح مصرفی روستا	۱۴	۱۳	میزان اثرگذاری مستقیم بیشتر
استفاده از سبک معماری داخلی ساده و محلی	۱۳	۱۷	میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر
بازسازی ساختمان‌ها	۱۲	۱۴	میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر
توپوگرافی منطقه (روستا در مکانی قرار گرفته باشد که از دور چشم انداز زیبایی داشته باشد)	۱۳	۱۵	میزان تاثیرپذیری مستقیم بیشتر
جمع	۱۵۹	۱۵۹	

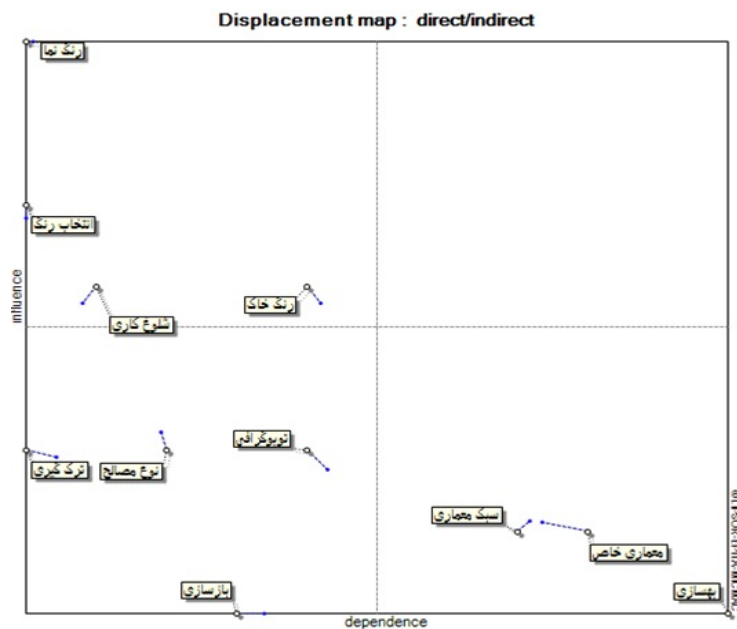
شکل شماره ۵ موقعیت قرارگیری هر متغیر را نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل (۵) و در جدول شماره ۱۲ ملاحظه می‌شود پیشران‌ها در ناحیه اول به عنوان پیشران‌های ورودی و اصلی هستند که پیشران‌های استفاده از رنگ‌های مخصوص نما (سیلکون دار)، انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا، پرهیز از شلوغ کاری در نقش‌های دیوارها و رنگ خاک روستا از بحرانی‌ترین و تأثیرگذارترین پیشران‌های کالبدی برای تبدیل روستا به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر روستایی شناسایی شدند.

ناحیه دوم جایگاه متغیرهای حد وسط یا دو وجهی است که بیانگر پیشران‌هایی هست که میزان تأثیرگذاری و میزان تأثیرپذیری‌شان نسبت به پیشران‌های دیگر به یک میزان است. همان‌طور که در شکل شماره ۵ ملاحظه می‌شود پیشرانی در این ناحیه وجود ندارد.

ناحیه سوم پیشران‌های وابسته و تأثیرپذیر هستند، شایان ذکر است که پیشران‌های این ناحیه میزان تأثیرگذاری‌شان به نسبت کم و میزان تأثیرپذیری‌شان زیاد است. همان‌طور که در شکل شماره ۵ و جدول شماره ۱۲ ملاحظه می‌شود ترک‌گیری و زیرسازی دیوارها، نوع مصالح مصرفی روستا، توپوگرافی منطقه و بازسازی ساختمان‌ها به عنوان متغیرهای کالبدی وابسته شناسایی شده‌اند.

ناحیه چهارم پیشران‌های مستقل هستند که هم میزان تأثیرگذاری و هم میزان تأثیرپذیری کمی بر پیشران‌هایی

دیگر دارند. که همان طور که در شکل شماره ۵ و جدول شماره ۱۲ ملاحظه می شود معماری خاص روستا ، استفاده از سبک معماری داخلی ساده و محلی و بهسازی بافت روستا و حفاظت از آن سه متغیر مستقل کالبدی شناسایی شده هستند.



شکل ۵: نقشه و پراکنش اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌های کالبدی در نواحی چهارگانه ترسیم شده به وسیله نرم افزار میک مک

جدول ۱۲: وضعیت هریک از متغیرهای ماتریس عوامل کالبدی بر اساس تحلیل در نرم افزار میک مک

متغیر	نوع متغیر
رنگ‌های مخصوص نما (سیلکون دار)	ورودی و تاثیرگذار
انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا	
پرهیز از شلوغ کاری در نقش‌های دیوارها	
رنگ خاک روستا	
_____	حد وسط یا دوجبهی
ترک‌گیری و زیرسازی دیوارها	وابسته و تأثیرپذیر
نوع مصالح مصرفی روستا	
توپوگرافی منطقه	
بازسازی ساختمان‌ها	
معماری خاص روستا	مستقل
استفاده از سبک معماری داخلی ساده و محلی	
بهسازی بافت روستا و حفاظت از آن	

بحث و نتیجه گیری

یکی از راهکارهای عملیاتی که می تواند مقاصد را به مقاصد گردشگری تبدیل کند، بهره گیری از هنر نقاشی دیواری و رنگ آمیزی منظر است. امروزه بسیاری از مقاصد روستایی به کمک رنگ آمیزی توانسته اند گردشگران بسیاری را به سمت خود جذب کنند و رنگ آمیزی منظر به عنوان یک عامل کششی در این مقاصد عمل کرده است. روستاهایی همچون جازکار در اسپانیا^۶، سینک ترا در ایتالیا^۷، بورانو دهکده رنگارنگ در ایتالیا^۸، لارونگ گار دهکده ای بودایی نشین در تبت^۹، روستای رنگین کمان، تایوان^{۱۰}، روستای نوبی در مصر^{۱۱}، زالیپی در لهستان^{۱۲}، روستای مالنگ دهکده گردشگری جودیپان^{۱۳}، روستای آبی رنگ شاف شاون در مراکش، روستای گمچون در کره جنوبی و روستای رنگی در کاهان دره پاکستان نمونه هایی از این مقاصد هستند. شایان ذکر است که پیاده سازی این ابتکار به عنوان یک اقتصاد خلاق در این روستاها نه تنها زیبایی بصری و طراوت، نشاط در روستا را به دنبال داشته (Huang and Yang, 2018: 133-140) بلکه باعث افزایش رفاه جامعه محلی، جذب بیشتر گردشگر، بهبود شرایط اقتصادی اجتماعی روستا و کاهش فقر شده است (Rani and Wulandari, 2018: 322-329; Lumongga, 2019: 705-715; Noorsetya et al., 2017: 16-23 & Sulistyaningsih et al., 2022: 421-450).

هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی پیشران های کلیدی در رنگ آمیزی منظر روستایی به منظور رونق گردشگری است. بدین منظور از روش کیفی تحلیل مضمون (تکنیک کدگذاری باز و محوری) و مطالعات ساختاری-تفسیری به کمک نرم افزار میک مک بهره گرفته شده است و نتایج کدگذاری، پیشران ها را در سه عامل زیرساختی، اجتماعی و کالبدی طبقه بندی کرد. به علاوه، نتایج تجزیه و تحلیل داده ها به کمک مطالعات ساختاری-تفسیری نشان داد که از میان پیشران های زیر ساختی سه عامل ایمن بودن مسیرهای دسترسی به روستا به منظور انتقال مصالح و رنگ مصرفی به روستا، بهبود و توسعه زیرساخت ها و تسهیلات گردشگری به کمک رنگ آمیزی مانند نیمکت های پارک رنگی و نزدیکی به معادن رنگ های طبیعی از بحرانی ترین و کلیدی ترین پیشران ها هستند که برنامه ریزان حوزه گردشگری روستایی و هنر باید به آن توجه ویژه ای داشته باشند. شایان ذکر است که نورسیتا و همکاران (۲۰۱۷: ۱۶-۲۳) نیز در پژوهش خود به ایمن بودن مسیرهای دسترسی به عنوان یک فاکتور کلیدی توجه داشته اند و پژوهش حاضر تاکید می کند بر صحت پژوهش ایشان.

همچنین بر اساس نتایج مستخرج از نرم افزار میک مک توانمندسازی جامعه محلی از مهم ترین پیشران های اجتماعی است که هانگ و یانگ (۲۰۱۸: ۱۳۳-۱۴۰) نیز در مطالعات خود بدان اشاره داشته اند. از میان یازده پیشران کالبدی شناسایی شده برای رنگ آمیزی منظر روستایی به منظور رونق گردشگری، شش متغیر کالبدی انتخاب رنگ مصرفی و کیفیت آن با توجه به معماری و اقلیم روستا، ترک گیری و زیرسازی دیوارها، استفاده از رنگ های مخصوص نما (سیلکون دار)، پرهیز از شلوغ کاری در نقش های دیوارها، رنگ خاک روستا و نوع مصالح مصرفی روستا به عنوان تاثیرگذارترین متغیرها شناسایی شدند. قابل ذکر است که در پژوهش های گذشته تا حدودی به متغیرهای اجتماعی و زیر ساختی اشاره شده بود ولی شناسایی پیشران های کالبدی رنگ آمیزی منظر روستایی به منظور رونق گردشگری از نوآوری پژوهش حاضر است که توانسته این خلا پژوهشی را پر کند.

به منظور تحقق این موضوع و عملیاتی کردن روستاهای رنگی در ایران لازم است که وزارت مسکن و

شهرسازی و وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور بر رنگ آمیزی منظر روستاها به عنوان هنری کاربردی و اقتصادی خلاق در توسعه روستا تاکید داشته باشند و در تدوین ضوابط و مقررات مربوط به نما و سیمای کالبدی روستاها آن را مورد توجه قرار دهند.

به علاوه برگزاری برنامه های آموزشی و توانمندسازی جوامع محلی در راستای معرفی روستاهای رنگی جهان و پیامدهای مثبت ناشی از پیاده سازی این ایده خلاق به منظور بهسازی مسکن روستایی و سیمای کالبدی روستا، جذب گردشگر و توسعه روستایی نقش به سزایی در توسعه پایدار روستا خواهد داشت.

همچنین، بررسی میزان گرایش و انگیزه گردشگران به بازدید از روستاهای رنگی و مطالعات امکان سنجی برای تبدیل روستاها به مقصد گردشگری به کمک رنگ آمیزی منظر می تواند موضوعات پژوهشی برای پژوهش های آتی باشد.

پی نوشت ها

1. Malang
2. Chefchaouen
3. Gamcheon Culture Village
4. Kaghan Valley, Pakistan
5. Jodipan Colorful Village
6. Castelmezzano
7. Huang and Yang
8. Rani and Wulandari
9. Noorsetya
10. Banks of the Code River, Yogyakarta
11. Trip Advisor Jodipan
12. Júzcar, Spain
13. Cinque Terre, Italy
14. Burano, Italy
15. Larung Gar, Tibet
16. Rainbow Village, Taiwan
17. Nubian Village, Egypt
18. Zalipie
19. Rainbow Village, Malang, Indonesia

فهرست منابع

- ایتن، جوهانز (۱۳۸۶). ترجمه محمد حسین حلیمی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- زاهدی در خانه، فرزانه (۱۳۹۳). فعال سازی جزیره هرمز در جهت توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT. اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران. چالش ها و چشم اندازها. ۲۶ مهر ۱۳۹۳. ایران: مشهد.

- شهسوارگر، مولود. (۱۳۹۶). رنگ برند گردشگری کوچه‌های مراکش. هنر و تمدن شرق. ۵ (۱۷)، ۳۲-۲۳.
- متولی الموتی، زهرا و ذوالفقارزاده، حسن (۱۳۹۴). نگاهی به رنگ در معماری بومی ایران (نمونه های موردی: ابیانه، ماسوله، کندوان، بوشهر). کنفرانس بین المللی انسان. معماری. عمران و شهر. ۲۵ خرداد ۱۳۹۴. ایران: تبریز.
- Godet, M. (1994). From Anticipation to Action: A Handbook of Strategic Prospective, UNESCO Publishing, Paris, France, 1-283.
- Huang, K. C., & Yang, M. L. (2018). Explore the Intention of Tourists of Visiting Colorful Village-A Case Study of Jingpu Colorful Village "Cat World". *International Journal of Business and Social Science*, 9(12), 133-140.
- Lumongga, R. I. (2019). Physical Environmental Assessment of 'Colorful Village' on the Banks of the Code River, Yogyakarta. *KnE Social Sciences*, 2018, 705-715.
- Nematpour, M., Khodadadi, M., Rezaei, N., & Makian, S. (2020). Structural analysis of the development of the Iranian tourism market employing a MICMAC approach: a new long-range planning method to attract the ASEAN international tourist market. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4 (4), 393-417. <https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2020-0053>.
- Noorsetya, B., Chayatin, U., Siswanto, B., Saudah, S., & Widayati, S. (2017). Colorful Urban Village as the New Tourism Destination in Malang: The Positive Outcome of Slum Revitalization. *Public Policy And Administration Research*, 7(9), 16-23.
- Rani, M., & Wulandari, D. (2018). The Development of Creative Economy: Case Study of Jodipan Colorful Village in Malang. *Economics Development Analysis Journal*, 7(3), 322-329.
- Sulistyaningsih, T., Jainuri, J., Salahudin, S., Jovita, H. D., & Nurmandi, A. (2022). Can combined marketing and planning-oriented of community-based social marketing (CBSM) project successfully transform the slum area to tourism village? A case study of the Jodipan Colorful urban village, Malang, Indonesia. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 34 (4), 421-450.

Received: 2022/11/14

Accepted: 2023/07/22

Impact analysis of the color performance in the landscape for the development of rural tourism

Zahra Mirzaei Arjanaki, Master's Student in Tourism at Art University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Neda Torabi Farsani, Department of Museum and Tourism; Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

Parisa Darouei, Faculty of Visual & Fine art; Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

Mahdi Rastghalam, Geography – Rural Planning Ph.D., lecturer at Department of Museum and Tourism; Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

Abstract

There are villages in the world that have a different color than what is always thought of as a village, and the coloring of the landscape in these villages not only provides happiness and vitality to the local community but also by attracting tourists to the village and promotes the local economy. The present research, with the help of a qualitative method (Thematic analysis) and interpretive structural modeling through MICMAC software, strive to identify the key drivers for turning the village into a tourist destination with the help of coloring the rural landscape. The tool of data collection in the present study was an interview form and the data was collected using the snowball sampling method. The results of the data analysis illustrated that the three factors of the safety of access routes to the village, the existence and possibility of developing infrastructure and tourism facilities, and the proximity to natural color mines are among the most critical and key infrastructure drivers. Also, based on the results extracted from MICMAC software, empowerment of the local community was identified as one of the most important social drivers. In addition, the choice of color to be used and its quality according to the architecture and climate of the village, cracking and underlying of the walls, using special colors for the facade (silicone), avoiding busy work on the patterns of the walls, the color of the village soil and the type of materials used was introduced as the most effective physical variables. Lastly, it can be said that paying attention to the key drivers in the coloring of the rural landscape can be a creative economic solution for promoting rural tourism.

Keywords: Color, Village, Colored villages, Landscape, Rural Tourism