



نقش معماری خانه‌های روستایی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان

DOI: 10.22034/jtd.2020.226228.2016

سیدمحمد میرتقیان رودسری^۱، مهشید ناسوتی^۲

چکیده

معماری و ویژگی‌های آن، یکی از عوامل مهم جذب گردشگران بوده و نقش مهمی در این حوزه ایفا کرده است؛ حال آن‌که مجموعه‌سازی آن مبتنی بر میراث روستایی در قالب موزه، می‌تواند قدرت این جذابیت را برای گردشگران دوچندان سازد. براین اساس، مقاله حاضر با هدف بررسی نقش معماری خانه‌های روستایی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان در موزه میراث روستایی گیلان شکل گرفت. هدف پژوهش توصیفی - تبیینی بوده است. جامعه آماری را بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان تشکیل داده‌اند. تعداد نمونه آماری، با توجه به فرمولی که در بخش روش پژوهش گزارش شده، ۱۱۴ نفر برآورد شد. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس استفاده شد. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شدند. روایی پرسش‌نامه به صورت صوری و پایایی آن براساس تحلیل آلفای کرونباخ تأیید شد. تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، با استفاده از آمار توصیفی و آزمون رگرسیون چندمتغیره انجام شد. یافته‌ها نشان دادند که معماری و عناصر چشم‌انداز معماری، عملکرد معماری، زیبایی‌شناسی معماری و معناگرایی معماری، به ترتیب، بیشترین تأثیر را در تمایلات بازدیدکنندگان دارند. در نهایت نتیجه‌گیری شد که نقش متغیر «معماری خانه‌های روستایی» در «تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان» قوی‌تر و شدیدتر از نقش تک‌تک عناصر تشکیل‌دهنده معماری در تمایلات رفتاری آن‌هاست و این یعنی عناصر معماری اثری هم‌افزاینده دارند و در ترکیب با هم، قدرت تأثیرشان زیاد می‌شود.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۰۷

واژه‌های کلیدی:

معماری روستایی، تمایلات رفتاری، بازدیدکننده، موزه میراث روستایی گیلان

مقدمه

برنامه‌های وفادارسازی گردشگران و برانگیختن تمایلات رفتاری مثبت آن‌ها در بازارهای رقابتی گردشگری، یکی از اهداف راهبردی اصلی مقصدها به‌شمار می‌رود. یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در تمایلات رفتاری گردشگران، معماری بناها و میراث معماری است. نقش پُررنگ معماری در گردشگری و پیوند این دو با یکدیگر (فرجی‌راد و افتخاریان، ۱۳۹۱: ۵۰) به حدی است که معماری یکی از مهم‌ترین محصولات مصرفی گردشگری (Scerri et al., 2016: 1) و از خواستنی‌ترین و اصلی‌ترین جاذبه‌های گردشگری به‌شمار می‌رود که جزو دارایی‌های باارزش هر کشور است (Noraslinda et al., 2018: 2; Khaksar et al., 2011: 35).

برنامه‌های وفادارسازی گردشگران و برانگیختن تمایلات رفتاری مثبت آن‌ها در بازارهای رقابتی گردشگری، یکی از اهداف راهبردی اصلی مقصدها به‌شمار می‌رود. یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در تمایلات رفتاری گردشگران، معماری بناها و میراث معماری است. نقش پُررنگ معماری در گردشگری و پیوند این دو با یکدیگر (فرجی‌راد و افتخاریان، ۱۳۹۱: ۵۰) به حدی است که معماری یکی از مهم‌ترین محصولات مصرفی گردشگری (Scerri et al., 2016: 1) و از خواستنی‌ترین و اصلی‌ترین جاذبه‌های گردشگری به‌شمار می‌رود که جزو دارایی‌های باارزش هر کشور است (Noraslinda et al., 2018: 2; Khaksar et al., 2011: 35).

مقصدهای مبتنی بر معماری، مناطق خاصی اند که می‌توان از معماری به‌مثابه ابزاری اساسی برای تحریک توسعه گردشگری استفاده کرد (Piatkowska, 2012). یکی از گونه‌های این مقصد، موزه‌های خانه‌های تاریخی

۱. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول): sm_mirtaghian@atu.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، پژوهشگر مستقل



است. موزه خانه‌های تاریخی را می‌توان مجموعه‌ای از بناهای تاریخی تعریف کرد که تمرکزش بر نگهداری و تفسیر ساختمان تاریخی و نحوه زندگی مردم بومی در آن است (Palau-Saumell et al., 2016). این موزه‌ها با هدف بهره‌برداری و افزایش فعالیت‌های انسانی برای حفظ سنت و هویت مکان (Maggi & Falletti, 2000: 16) و برپایه امکانات، ویژگی‌ها و نیازهای محیطی هر منطقه شکل می‌گیرند (آذین، ۱۳۹۵: ۴۲). هم‌افزایی معماری و ویژگی‌های آن در قالب یک محصول (خانه‌های با معماری سنتی) به‌صورت نمایش در موزه‌ها، به‌گونه‌ای است که اثر قدرتمندی در رفتار بازدیدکنندگان دارد (Khaksar et al., 2011: 36) و در جذب آن‌ها اهمیت بالایی دارد (ابوالقاسمی مقدم و صادقی، ۱۳۹۲: ۱).

یکی از موزه‌هایی که با هدف صیانت و نمایش معماری بومی - روستایی تأسیس شده، موزه میراث روستایی گیلان است. این موزه، به‌صورت اختصاصی با هدف حفاظت، نگهداری و احیای میراث مادی و معنوی مردم استان گیلان تأسیس شده و به بررسی معماری روستایی کهن در مناطق گوناگون گیلان پرداخته است. در ساخت موزه، به شناسایی، واپچینی و دوباره‌چینی گونه‌های متنوع منازل روستایی، که در نقاط مختلف استان گیلان قرار داشتند، توجه خاصی شده است. این موزه علاوه بر صیانت از اصالت و فضا، روح حاکم در این بناها را حفظ کرده است. این موزه در فضای باز با توجه به ارائه عناصر فرهنگی با محوریت معماری، از پتانسیل جذب بیشتر بازدیدکنندگان برخوردار است (موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵). این موزه مبتنی بر بازنمایی معماری خانه‌های تاریخی و ویژگی‌های آن به دنبال جذب میزان قابل قبولی از بازدیدکنندگان و تحریک تمایلات رفتاری آن‌ها در جهت مثبت است.

از موزه‌های مبتنی بر معماری، در عصر حاضر، یعنی عصر «اقتصاد تجربه»، بسیار استقبال شده (Blasco López et al., 2020) و گردشگران زیادی را به خود جلب کرده است (Izadi Najafabadi et al., 2019; Shayegan, 2019). این موزه‌ها به‌منزله جاذبه‌هایی خاص و متمایز از جاذبه‌های دیگر عمل می‌کنند و در تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر می‌گذارند (Rattanaprichavej, 2019; Kaur & Kaur, 2019). منحصر به فرد بودن معماری (Blasco López et al., 2020) و ویژگی‌های زیبایی‌شناختی (Izadi Najafabadi et al., 2019; Pramanik et al., 2016) آن، نگرش بازدیدکنندگان را به‌منظور تمایلات رفتاری مثبت تغییر می‌دهد. تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان، متغیر مهم توسعه موزه خانه‌های تاریخی شناخته می‌شود؛ به‌گونه‌ای که اثر قدرتمندی در رفتار بازدیدکنندگان دارد (Khaksar et

al., 2011: 36) و در جذب آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است (ابوالقاسمی مقدم و صادقی، ۱۳۹۲: ۱).

یکی از موزه‌هایی که با هدف صیانت و نمایش معماری بومی - روستایی تأسیس شده، موزه میراث روستایی گیلان است. این موزه، به‌صورت اختصاصی با هدف حفاظت، نگهداری و احیای میراث مادی و معنوی مردم استان گیلان تأسیس شده و به بررسی معماری روستایی کهن در مناطق مختلف گیلان پرداخته است. در ساخت موزه، به شناسایی، واپچینی و دوباره‌چینی گونه‌های متعدد منازل روستایی، که در نقاط مختلف استان گیلان قرار داشتند، توجه خاصی شده است. این موزه علاوه بر صیانت از اصالت و فضا، روح حاکم در این بناها را حفظ کرده است. این موزه در فضای باز با توجه به ارائه عناصر فرهنگی با محوریت معماری، پتانسیل جذب بیشتر بازدیدکنندگان را دارد (موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵). این موزه، مبتنی بر بازنمایی معماری خانه‌های تاریخی و ویژگی‌های آن و به دنبال جذب تعداد زیادی از بازدیدکنندگان و تحریک تمایلات رفتاری آن‌ها در جهت مثبت است.

از موزه‌های مبتنی بر معماری، در عصر حاضر یعنی «عصر اقتصاد تجربه» بسیار استقبال شده (Blasco López et al., 2020) و گردشگران بسیاری را به خود جلب کرده است (Izadi Najafabadi et al., 2019; Shayegan, 2019). موزه‌های مذکور به مرکز توجهات مدیریتی این جاذبه‌ها تبدیل شده‌اند؛ زیرا بازدیدکنندگانی که تمایلات رفتاری مثبت دارند، به صرف هزینه‌های بیشتری تمایل دارند و می‌توانند با توصیه‌های شفاهی مثبت (Blasco López et al., 2020) نقش مبلّغ بانفوذ و رایگان (Kaur & Kaur, 2019) را داشته باشند و از این راه، به عاملی با قابلیت سودآوری برای مقاصد تبدیل شوند. این سودآوری می‌تواند در حوزه‌های انگیزش گردشگران (Specht, 2014)، برندسازی، افزایش ارزش محصول گردشگری، افزایش علاقه گردشگران و بهبود تجربه آن‌ها (Platou, 2007) و همچنین ابزار بازاریابی و مزیت‌های رقابتی (Piatkowska, 2012) باشد.

از آنجاکه گردشگری معماری موضوع جدیدی در گردشگری است، در این حوزه ادبیات کمی وجود دارد (Izadi Najafabadi et al., 2019). همچنین در حوزه تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان به‌نسبت جاذبه معماری بناهای تاریخی، تحقیقات اندکی صورت پذیرفته است (Blasco López et al., 2020; Shayegan, 2019; Rattanaprichavej, 2019; Kaur & Kaur, 2019; Palau-Saumell et al., 2016; Pramanik et al., 2016). در ادامه



در حالی که پژوهش حاضر علاوه بر ارائه تمامی عناصر و ابعاد معماری، که در جذب بازدیدکننده به سمت سازه‌های معماری اثرگذارند، ادبیات جدیدی را درباره موضوع پژوهش، که به صورت محدود به آن پرداخته شده بود، ارائه کرده است. به علاوه، صلابت پژوهش‌های پیشین برای تبیین تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه‌های خانه‌های تاریخی کافی نبوده است. به همین علت و به منظور برطرف کردن این شکاف‌ها و افزایش دانش در مورد نحوه تأثیرپذیری تمایلات رفتاری از معماری و عناصر آن، تحقیق حاضر انجام شده است. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر معماری خانه‌های تاریخی و عناصر آن در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان است تا چگونگی این تأثیرپذیری را تبیین کند.

مبانی نظری

در بستر تبیین نظری مسئله پژوهش، به علت این که سؤال پژوهش در راستای بررسی تمایلات رفتاری گردشگر در محیط معماری است، نزدیک‌ترین نظریه‌ها به مسئله پژوهش نظریه‌های رفتار برنامه‌ریزی شده و روان‌شناسی محیط‌اند که در ادامه به تبیین این نظریه‌ها در راستای بررسی موضوع پرداخته می‌شود.

نظریه‌های روان‌شناسی محیطی

روان‌شناسی محیطی به منزله یکی از مجموعه‌های روان‌شناسی و زیرشاخه علوم رفتاری در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی مطرح شد که به بررسی رفتارهای انسان در ارتباط با سکونتگاه یا محیط پیرامون می‌پردازد. نظریه‌های روان‌شناسی محیطی، که مبتنی بر رفتار افراد در مقابل محیط معماری است، شامل نظریه میدان کورت لوین (۱۹۴۴)، الگوی عدسی یا کنش‌گرایی احتمالی برانسویک (۱۹۵۶)، نظریه اصل وضوح فضاهای لینچ (۱۹۶۰)، نظریه بوم‌شناسی بارکر (۱۹۶۸)، نظریه کنش متقابل ادراک ایتلسن (۱۹۷۳)، معنا و قابلیت‌ها محیطی گیبسون (۱۹۷۹)، نظریه روح مکان نوربرگ-شولز (۱۹۸۰)، نظریه مکان کانتور (۱۹۸۶) است (امامقلی و همکاران، ۱۳۹۱).

بر اساس نظریه‌های روان‌شناسی محیطی، میان محیط، تجربه و رفتار انسان پیوندهای مشترک ایجاد می‌شود و این پیوندها به صورت تعاملات، تقابلات، کنش‌ها و تجارب انسان با ابعاد اجتماعی، زیباشناختی، احساسی و فیزیکی محیط است (Rattanaprichavej, 2019). معماران در طراحی بناها به شناخت روان‌شناسانه رفتار انسان‌ها توجه دارند، در نتیجه نظریه‌هایی مانند روان‌شناسی محیطی، که به بررسی ارتباط رفتار انسان و محیط کالبدی می‌پردازند، برای

به این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

شایگان با بررسی مجموعه باستانی یادبودهای معماری و تأثیر آن در تمایلات رفتاری، به این نتیجه رسید که بازدیدکنندگان به توصیه و بازدید مجدد تمایل نسبتاً بالایی دارند (Shayegan, 2019). کائور و کائور دریافته‌اند که میراث معماری در تمایل به توصیه و تمجید و نیز تمایل به بازدید مجدد، تأثیر مثبت دارد (Kaur & Kaur, 2019). راتاناپریچاوج با استفاده از تئوری ادراک به این نتیجه رسید که طراحی معماری نوین از طریق تأثیرگذاری در ارزش احساسی و اجتماعی، در تمایلات رفتاری گردشگران مؤثر است (Rattanaprichavej, 2019). ایزدی نجف‌آبادی و همکاران با مطالعه‌ای در اصفهان، دریافته‌اند که معماری عاملی برای جذب گردشگران به مقصد است و توانستند شانزده موضوع برای بسته سفر مبتنی بر معماری را معرفی کنند (Izadi Najafabadi et al., 2019). پی و همکارانش دریافته‌اند که اصالت میراث معماری، عاملی تعیین‌کننده در وفاداری بازدیدکنندگان است (Yi et al., 2017). پالانو - سانومل و همکارانش به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های موزه‌های خانه‌های تاریخی در تمایل به توصیه شفاهی و بازدید مجدد بازدیدکنندگان تأثیر مثبت و مستقیم دارند (Palau - Saumell et al., 2016). پرامانیک و همکاران با به‌کارگیری تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده به تبیین تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان از موزه‌های میراثی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ارزش قدمتی، فرهنگی و زیبایی‌شناختی در نگرش و رفتار آتی بازدیدکنندگان تأثیر مثبت می‌گذارد (Pramanik et al., 2016). توکلیمان و خالقی (۱۳۹۷) دریافته‌اند که عناصر هویت‌ساز معماری، که سبب جذب گردشگر می‌شود، شامل عنصر کالبدی (شکل و سازه) و عنصر غیرکالبدی (معنا و رمزگرایی و زیبایی‌شناسی) هستند. زال (۱۳۹۶) در بررسی خود به این نتیجه رسید که عناصر معماری سنتی، که سبب جذب گردشگر است، شامل شاخص کالبدی (ساختار، تزئینات و...) و شاخص ادراکی (هویت، حس تعلق مکانی) می‌شود. از دیدگاه معماران و همکاران (۱۳۹۵)، ویژگی‌های معماری نظیر تازگی و منحصر به فرد بودن، سمبلیک و نمادگرایی و جذابیت بصری، در جذابیت یک مجموعه گردشگری به‌منظور جذب گردشگر اثرگذار است. گزالدینی نادری (۱۳۹۴) معتقد است معماری منازل مسکونی، که با محیط تناسب دارد، یعنی استفاده از مصالح بوم‌آورد، سبب جذب گردشگر به این روستا شده است.

در این پژوهش‌ها، عناصر معماری نظیر ساختارمندی، عملکردی، هویت‌مندی، معناگرایی، زیبایی‌شناسی، چشم‌انداز، نیرومندی و خاص بودن و ابعاد آن‌ها به صورت نامنسجم و بدون دسته‌بندی و تک‌به‌تک بررسی شده‌اند؛



معماری ابنیه تاریخی، مرتبط با «جذابیت» است که تحت تأثیر بخشی از عناصر معماری یا برآیندی از کل آن قرار دارد. در جدول ۱، مبتنی بر نظریه‌های موجود در روان‌شناسی محیطی، عناصر معماری از ادبیات پژوهش استخراج شد. به علت تعدد ابعاد معماری استخراجی از ادبیات، از طریق روش کاهش ابعاد، این ابعاد در عناصر هشت‌گانه عناصر دسته‌بندی شدند. گفتنی است این دسته‌بندی مبتنی بر دیدگاه پژوهشگران این پژوهش بوده است.

آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است (سالاری و مهدوی، ۱۳۹۵: ۲). معماری در قالب ترکیب ماده و هنر تعریف می‌شود (آذین، ۱۳۹۵: ۳۰). در تعریفی ساده، می‌توان از آن به منزله تبلوری از فرهنگ یک جامعه در گذر زمان یاد کرد (Pratheep, 2013, 40). معماری همواره بخش ناگسستی گردشگری به‌شمار می‌آمده و دو جایگاه اساسی در گردشگری دارد که شامل «لازمه» و «جذابیت» است (Dargahi & Pazhouhanfar, 2014: 277). رفتار بازدیدکنندگان در برابر

جدول ۱: عناصر معماری

نظریه شاهد	عنصر	معیارهای معماری (منبع)
نظریه میدان کورت لوین (Lewin, 1944): نظریه اصل وضوح فضاهای لینچ (Lynch, 1960): نظریه بوم‌شناسی بارکر (Barker, 1968): نظریه مکان کانتر (Canter, 1986).	ساختارمندی (STR)	شکل و نوع سازه (STR1) (توکلیان و خالقی، ۱۳۹۷): فناوری ساخت (STR2) (امیدی، ۱۳۹۴): مواد و مصالح بوم‌آورد و طبیعی (STR3) (زال، ۱۳۹۶): معماری پایدار (STR4) (Taheri & Emamgholi, 2017).
	عملکردی (FUN)	مقیاس انسانی (FUN1) (پیرنیا، ۱۳۷۴): بافت تاریخی (FUN2) (سرای و همکاران، ۱۳۹۴): قدمت بنا (FUN3) (Rapoport, 1990): کاربری بنا (FUN4) (آذین، ۱۳۹۵): پیوند معماری با بنا (FUN5) (میرمرادی، ۱۳۸۶).
نظریه الگوی عدسی یا کنشگرایی احتمالی برانسویک (Brunswik, 1956): نظریه کنش متقابل ادراک ایلتسن (Ittelson, 1973): نظریه روح مکان نوربرگ-شولز (Norberg-Schulz, 1980).	هویت‌مندی (IDE)	شناسه مکانی (IDE1) (زال، ۱۳۹۶): حس مکان (IDE2) (زال، ۱۳۹۶): تفکر رایج زمانه (IDE3) (زال، ۱۳۹۶): الهام از معماری گذشته (IDE4) (امیدی، ۱۳۹۴): علائم (IDE5) (کورت‌گروتر، ۱۳۹۳).
	معناگرایی (MEA)	رمزگرایی و پیچیدگی (MEA1) (توکلیان و خالقی، ۱۳۹۷): اصالت (MEA2) (Vukadinovic, 2011): نمادهای معنوی (MEA3) (رحمتی، ۱۳۷۶).
نظریه قابلیت‌های محیطی گیبسون (۱۹۷۹).	زیبایی‌شناسی (AES)	نور و انعکاس (AES1) (Grutter, 1987): رنگ (AES2) (Grutter, 1987): سایه‌روشن و تضاد (AES3) (لازی، ۱۳۸۶): تزئینات و زیبایی ظاهری (AES4) (Taheri & Emamgholi, 2017).
	چشم‌انداز (LAN)	ترکیب‌بندی (LAN1) (لازی، ۱۳۸۶): تماشایی بودن و ارتباط دیداری (LAN2) (Vukadinovic, 2011): فضامندی (LAN3) (Meiss, 2013).
	نیرومندی (POT)	گریزگری از روزمرگی (POT1) (Vukadinovic, 2011): پرهیز از بیهودگی (POT2) (پیرنیا، ۱۳۷۴): مرکزیت (POT3) (دبیا، ۱۳۷۸): عظمت (POT4) (زال، ۱۳۹۶).
	خاص بودن (UNI)	کیفیت نمادین (UNI1) (Specht, 2014): منحصر به فرد بودن (UNI2) (Specht, 2014): خصوصیت برجسته مکان (UNI3) (Rapoport, 1990).

می‌کند (خسروچردی و نوری‌پور، ۱۳۹۵: ۱۵۶). مفهوم تمایلات رفتاری پس از بازدید از یک اثر معماری در موزه با توجه به شرایط رقابتی، مورد توجه مدیران گردشگری قرار دارد که می‌تواند تحت تأثیر چند عامل از جانب بازدیدکنندگان باشد: اولاً تا چه اندازه بازدید از بنا می‌تواند برای بازدیدکننده خوشایند و مطلوب باشد، ثانیاً میزان تأثیر

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و مفهوم تمایلات رفتاری مبتنی بر بازدید از موزه میراث روستایی

آجران مبتنی بر نظریه عمل منطقی، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده را مطرح کرد (Ajzen, 1991). این نظریه، وقوع رفتاری خاص را براساس تمایل رفتاری افراد پیش‌بینی



۷۷). عنصر ساختارمندی معماری و زیرشاخه‌های آن از عوامل تأثیرگذار در جذب گردشگران است که در پژوهش‌های گوناگون (توکلیان و خالقی، ۱۳۹۷؛ زال، ۱۳۹۶؛ امید، ۱۳۹۴؛ Taheri & Emamgholi, 2017) این اثرگذاری تأیید شده است. ساختار از عوامل مهمی است که در مباحث معماری، به‌خصوص معماری سنتی، مطرح و مورد توجه قرار می‌گیرد (شهبازی و ترابی، ۱۳۹۳: ۳۵). معماری یک بنا می‌تواند دربرگیرنده شکل و نوع سازه باشد (امامقلی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۷) که در جذب بازدیدکنندگان مؤثر است. علاوه بر آن، معماران معتقدند فناوری ساخت در بناهای معماری از عوامل جذاب برای بازدیدکنندگان به‌شمار می‌رود (امیدی، ۱۳۹۴). انتخاب مصالح بوم‌آورد در بازدیدکننده حس خاطره‌انگیز بودن فضا را القا می‌کند (سلطانی، ۱۳۹۳: ۸). این احساس بیانگر تأثیر استفاده از مصالح بوم‌آورد به‌منزله عاملی در جذب گردشگران است (گزالدینی‌نادر، ۱۳۹۴: ۱). معماری پایدار - رعایت اصول توسعه پایدار در معماری در ساخت بناها - نیز از سایر عواملی است که در جذب بازدیدکنندگان مؤثر است (صمدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹). تحقیقات نشان دادند که گردشگران امروزی به دنبال جاذبه‌های مبتنی بر توسعه پایدارند. به‌طور کلی، پژوهش‌های بررسی شده بیانگر تأثیر عنصر ساختارمندی معماری در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان است. بنابراین، فرضیه فرعی اول پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H_{1-1} : عنصر ساختارمندی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است. عنصر عملکردی معماری و زیرشاخه‌های آن از عوامل مؤثر در جذب گردشگران است که در پژوهش‌های متعددی (آذین، ۱۳۹۵؛ سرابی و همکاران، ۱۳۹۴؛ میرمردی، ۱۳۸۶؛ پیرنیا، ۱۳۹۷؛ Rapoport, 1990) این تأثیر تأیید شده است. دارد (حسین‌زاده دلیر و یوسفی شهیر، ۱۳۹۳: ۹۹). تنوع سبک و کاربری ساختمان‌ها، آن‌ها را برای بازدیدکنندگان نمادین و جذاب می‌کند (Vukadinovic, 2011: 18). از سایر زیرشاخه‌های عنصر عملکردی می‌توان از بافت‌های تاریخی یاد کرد که از عوامل مهم و اثرگذار در جذب گردشگران گوناگون است (راستادبروجنی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۹). همچنین قدمت تاریخی به‌منزله زیرشاخه دیگر عنصر عملکردی معماری بنا، از عواملی است که بر جذابیت بنا در نگاه بازدیدکننده می‌افزاید (دیناری، ۱۳۸۴: ۸۵). از دیگر مشخصه‌های عنصر عملکردی معماری، می‌توان به به‌کارگیری مقیاس انسانی (پیرنیا، ۱۳۷۴) و پیوند معماری با بنا (میرمردی، ۱۳۸۶) اشاره کرد که در جذب بازدیدکننده اثرگذار است. در مجموع نتایج پژوهش‌های بررسی شده حاکی از تأثیر عنصر عملکردی معماری در تمایلات رفتاری

و نفوذ اجتماعی سایر افراد در شخص (مانند پیشنهاد آشنایان برای بازدید از یک بنا) چه اندازه باشد و همچنین احساس وی درقبال کنترل اراده خویش در بازدید از یک بنا چگونه باشد که این عوامل در روند تمایل به بازدید از یک سازه معماری اثرگذار بوده و در نتیجه این تمایلات ذهنی به (عمل یا رفتار) بازدید وی از آن سازه با معماری خاص منجر می‌شود. با توجه به این‌که موزه‌ها، ارائه‌دهنده خدمات مبتنی بر تجربه به گردشگران هستند، برون‌داده‌های رفتاری گردشگران، که همان تمایلات رفتاری است، می‌تواند به‌صورت بازدید مجدد (BI1)، توصیه شفاهی به دیگران (BI2) و عدم حساسیت به افزایش ورودیه (BI3) (تاج‌زاده‌نمین، ۱۳۹۷؛ Rattanaprichavej, 2019) ظاهر شود. تمایلات رفتاری مطلوب بازدیدکنندگان موزه، اغلب نشان‌دهنده وفاداری آن‌هاست که عاملی مهم برای قابلیت سوددهی بلندمدت یا پایدار است (رهبری پور و همکاران، ۱۳۹۷).

بسط فرضیه‌ها و مدل مفهومی

نقش ویژگی‌های معماری خانه‌های موزه میراث روستایی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان

معماری به‌منزله یکی از جاذبه‌های مهم در گردشگری (Specht, 2014: 10) و تأثیرگذار در تمایلات رفتاری مثبت گردشگران به‌شمار می‌رود (Blasco López et al., 2020; Shayegan, 2019; Rattanaprichavej, 2019; Kaur & Kaur, 2019; Palau-Saumell et al., 2016; Pramanik et al., 2016). گردشگری به‌سبب بافت‌های معماری سنتی و تاریخی می‌تواند باعث جذب بازدیدکنندگان به یک مکان شود (زال و همکاران، ۱۳۹۷: ۸). در واقع بافت‌های تاریخی معماری از مهم‌ترین عوامل جاذب گردشگران اند (میرحسینی و جهانبخش، ۱۳۹۵: ۹۱). این اهمیت در سطحی قرار دارد که در بیشتر سفرها، بناهای معماری به‌منزله جاذبه در برنامه سفر گردشگران قرار می‌گیرند (فرجی‌راد و افتخاریان، ۱۳۹۱: ۶۳). آثار معماری با داشتن ویژگی‌های متفاوت برای بازدیدکنندگان از جذابیت بالایی برخوردار است؛ در نتیجه ویژگی‌های انبیه معماری سبب جذب بازدیدکنندگان می‌شود (افشاری‌آزاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۶). از این‌رو، فرضیه اصلی پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H_1 : معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است. ساختار هر مکان، احساسات، تجارب و خاطرات وابسته به مکان را در ذهن بازدیدکننده زنده می‌کند (تابان، ۱۳۹۱: ۸۶)؛ بنابراین عوامل ساختاری قابل رؤیت نقش مؤثری در ماندگاری در ذهن بازدیدکنندگان دارند (تبریزی و زال، ۱۳۹۴:



بازدیدکنندگان است؛ بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₂: عنصر عملکردی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است.

عناصر هویت‌مندی به‌منزله مهم‌ترین عامل در معماری معاصر ما به‌شمار می‌آید (شهبازی و ترابی، ۱۳۹۳: ۳۵)؛ تاحدی که معماری بافت‌های تاریخی را میراث هویت‌بخش هر منطقه می‌داند که سبب جذب گردشگر می‌شود (جهانیان و احمدیان، ۱۳۹۵: ۱۰). معماری نمایانگر آرمان‌های اجتماعی، اظهارات سیاسی و تصویر فرهنگی جامعه است و می‌تواند از تاریخ جهان صحبت کند (Izadi et al., 2019). معماری خانه‌های تاریخی احساسات را القا می‌کند و خاطرات را در بازدیدکنندگان برانگیخته و محیط ویژه‌ای را ارائه می‌دهد که بازدیدکنندگان را به دوران گذشته باز می‌گرداند و باعث می‌شود آن‌ها از سبک‌های قدیمی شگفت‌زده شوند (Chhabra, 2010). پژوهش‌های متعدد (زال، ۱۳۹۶؛ امید، ۱۳۹۴) به بررسی رابطه عنصر هویت‌مندی معماری و زیرشاخه‌های آن و جذب بازدیدکنندگان پرداخته است. علائم در معماری، که یکی از زیرشاخه‌های عنصر هویت‌مندی است، ایده اصلی بنا را در غالب تزئینات به بازدیدکننده القا می‌کند و سبب جذب بازدیدکننده می‌شود (Grutter, 1987). همچنین فضاهای زیبای معماری با نشانه‌های مشخص در بازدیدکنندگان یک بنا، حس مکان را به وجود می‌آورد (Scerri et al., 2016: 1)؛ در نتیجه معماری در افراد، حس مکان و مالکیت را القا می‌کند (سلطانی، ۱۳۹۳: ۲) که سبب کشش بازدیدکننده به آن منطقه می‌شود (Scerri et al., 2016: 1; Vukadinovic, 2011: 18). علاوه بر آن، معماران معتقدند الهام از معماری گذشته در بناهای معماری از عوامل جذب‌کننده در بازدیدکنندگان به‌شمار می‌آید (امیدی، ۱۳۹۴). بنابراین پژوهش‌های بررسی‌شده بیانگر وجود رابطه میان هویت‌مندی یک بنا و اثر آن در جذب گردشگران به آن است؛ در نتیجه فرضیه فرعی سوم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₃: عنصر هویت‌مندی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است.

عناصر معنایی هر مکان در احساسات و درک افراد از آن مکان اثرگذار است (Boyer, 1996: 1). بعد معناگرایی از عوامل جذاب برای بازدیدکنندگان یک بنای معماری است. یکی از زیرشاخه‌های این بعد، گرایش به رمزگرایی

و پیچیدگی در معماری است که ماحصل نگرشی است که معماری به عالم هستی دارد؛ در واقع معماری عناصر سنتی را با صور مادی ترکیب کرده و از عناصر رمزگونه مانند احترام به چهار عنصر آب، باد، آتش و خاک بهره‌جسته است (توکلیان و خالقی، ۱۳۹۷: ۷). این پیچیدگی در حدی مورد توجه است که از دید کالن^۱ (1966) سبب تحریک حس بصری و جذب بازدیدکننده می‌شود (امیدی، ۱۳۹۴). معماری از یک طرف می‌تواند شادی، غم، شگفتی، نشاط و آرامش را به ارمغان آورد و از طرف دیگر می‌تواند با سرخوردگی، اضطراب، خصومت و ترس همراه باشد (Izadi Najafabadi et al., 2019). از دیگر زیرشاخه‌های عنصر معناگرایی، می‌توان به اصالت اشاره کرد. زال معتقد است معماری سنتی جذابیت خود را مدیون اصالت است (زال، ۱۳۹۶: ۹۶). همچنین از سایر ابعاد معناگرایی می‌توان به نمادگرایی اشاره کرد که سبب جذب گردشگران به یک بنا می‌شود (Vukadinovic, 2011: 20). نتایج تعدادی از پژوهش‌ها (توکلیان و خالقی، ۱۳۹۷؛ رحمتی، ۱۳۷۶)، که به بررسی رابطه میان عنصر معناگرایی و اثر آن در جذب بازدیدکنندگان پرداخته‌اند، گویای این رابطه‌اند؛ بنابراین فرضیه فرعی چهارم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₄: عنصر معناگرایی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است.

مشخصه‌های زیبایی‌شناسی معماری با پیشینه ذهنی افراد درباره مکان در ارتباط است (تبریزی و زال، ۱۳۹۴: ۷۷). گردشگران از طریق زیبایی‌شناسی معماری بناها انگیزه می‌شوند (Shaw, 2015). میراث معماری به علت ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و شهرت، گردشگران بسیاری را به خود جلب می‌کند (Izadi Najafabadi et al., 2019). زیبایی‌شناسی شامل ادراک حسی مرتبط با نظم و تضاد است (حجازی و مهدیزاده سراج، ۱۳۹۳: ۱۷). از ابعاد زیبایی‌شناسی معماری، که برای گردشگران جالب است، تزئینات ظاهری بنا (Taheri & Emamgholi, 2017: 831)، نور و انعکاس نور، سایه‌روشن و رنگ است (Rapoport, 1990). در مطالعات پیشین (لاری، ۱۳۸۶؛ Grutter, 1987)، این عناصر و ابعاد آن بررسی شدند و نتایج نشان‌دهنده تأثیر عناصر زیبایی‌شناسی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان است (Pramanik et al., 2016). بنابراین، فرضیه فرعی پنجم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₅: عنصر زیبایی‌شناسی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است.



(Vukadinovic, 2011)، مرکزیت و پرهیز از بهبودی از اصول جدایی‌ناپذیر معماری ایران به‌شمار می‌روند (پیوسته‌گر و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳؛ ندیمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۶؛ Vukadinovic, 2011) و سبب ایجاد فضاهایی می‌شوند که برای بازدیدکنندگان جذاب باشد. تمامی این ابعاد، حاکی از تأثیر عنصر نیرومندی معماری یک بنا در رفتار بازدیدکنندگان است. بنابراین، فرضیه فرعی هفتم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

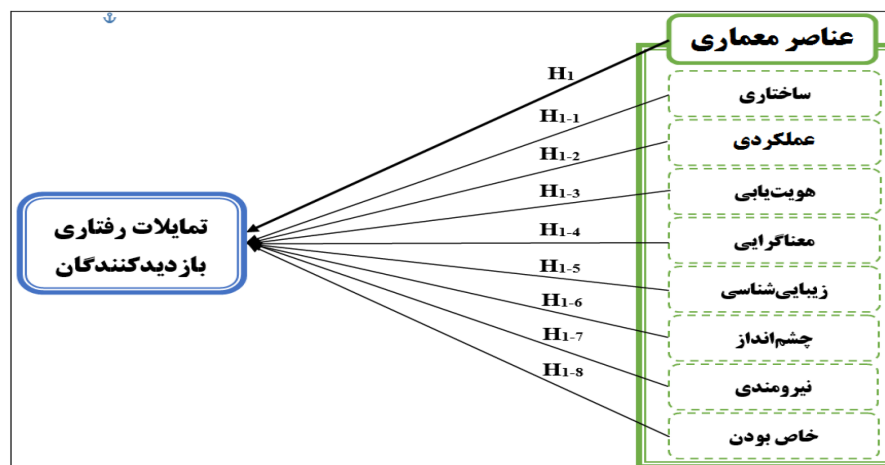
H₁₋₇: عنصر نیرومندی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است. آخرین عنصر معماری و ابعاد بررسی‌شده آن، خاص بودن است که در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان اثرگذار است و در برخی پژوهش‌ها (Specht, 2014; Rapoport, 1990) به بررسی این رابطه پرداخته شده است. از ویژگی‌های جذاب معماری، که سبب جذب بازدیدکنندگان می‌شود، می‌توان به کیفیت نمادین و منحصربه‌فرد بودن بنا اشاره کرد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۷؛ معاریان و همکاران، ۱۳۹۵) و خصوصیت برجسته مکان (Rapoport, 1990)، که سبب درخاطرماندن بنا می‌شود، از سایر عواملی است که در جذب بازدیدکننده به یک بنای تاریخی اثرگذار است. نتایج پژوهش‌های بررسی‌شده حاکی از تأثیر خاص بودن معماری در جذب بازدیدکنندگان است. از این‌رو، فرضیه فرعی هشتم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₈: عنصر خاص بودن معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است. با توجه به پیشینه‌های بررسی‌شده و فرضیه‌های ارائه‌شده، مدل مفهومی پژوهش برای بررسی رابطه معماری و عناصر آن در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان خانه‌های تاریخی موزه میراث روستایی گیلان در شکل ۱ ارائه شده است.

چشم‌انداز و زیرشاخه‌های آن، عنصری است که سبب درخاطرماندن ساختمان‌ها می‌شود (Scerri et al., 2016: 3)؛ در نتیجه سبب جذب مجدد بازدیدکننده به بنا می‌شود. یکی از مهم‌ترین جذابیت خانه‌های تاریخی برای بازدیدکنندگان، ویژگی‌های بصری آن‌هاست (Palau-Saumell et al., 2016). در پژوهش‌های پیشین (Vukadinovic, 2011; Meiss, 2013) به بررسی این اثرگذاری پرداخته شده است. فضامندی یکی از زیرشاخه‌های چشم‌انداز است. مرلوپونتی معتقد است فضامندی در معماری شامل ابعاد عاطفی است (بهبودی، ۱۳۸۸: ۱۰۰) و این بدان معناست که درگیری احساسی فرد با مکان بازدیدشده سبب جذب بازدیدکننده می‌شود. از سایر ابعاد عنصر چشم‌انداز مؤثر در جذب بازدیدکننده، می‌توان به ترکیب‌بندی اشاره کرد که به ترکیب عناصری مثل بافت، رنگ، نور، سایه، شکل و خط اشاره دارد (لاری، ۱۳۸۶). تماشایی بودن از سایر ابعاد عنصر چشم‌انداز است که در جذب بازدیدکنندگان اثرگذار است (معاریان و همکاران، ۱۳۹۵). نتایج پژوهش‌های بررسی‌شده بیانگر وجود رابطه میان عنصر چشم‌انداز معماری و اثر آن در جذب بازدیدکنندگان است. بنابراین، فرضیه فرعی ششم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود:

H₁₋₆: عنصر چشم‌انداز معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است.

از دیگر عناصر معماری، که به همراه ابعادش در جذب بازدیدکنندگان به یک بنای تاریخی اثرگذار است، می‌توان به نیرومندی بنا اشاره کرد که در پژوهش‌های متعددی (زال، ۱۳۹۶؛ دیبا، ۱۳۷۸؛ پیرنیا، ۱۳۷۴؛ Vukadinovic, 2011) این رابطه بررسی شده است. عظمت بنا از ویژگی‌هایی است که در مخاطب اثر گذاشته و سبب جذب وی به بازدید از بنا می‌شود (زال و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۹). گریز از روزمرگی



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش مبتنی بر ادبیات پژوهش



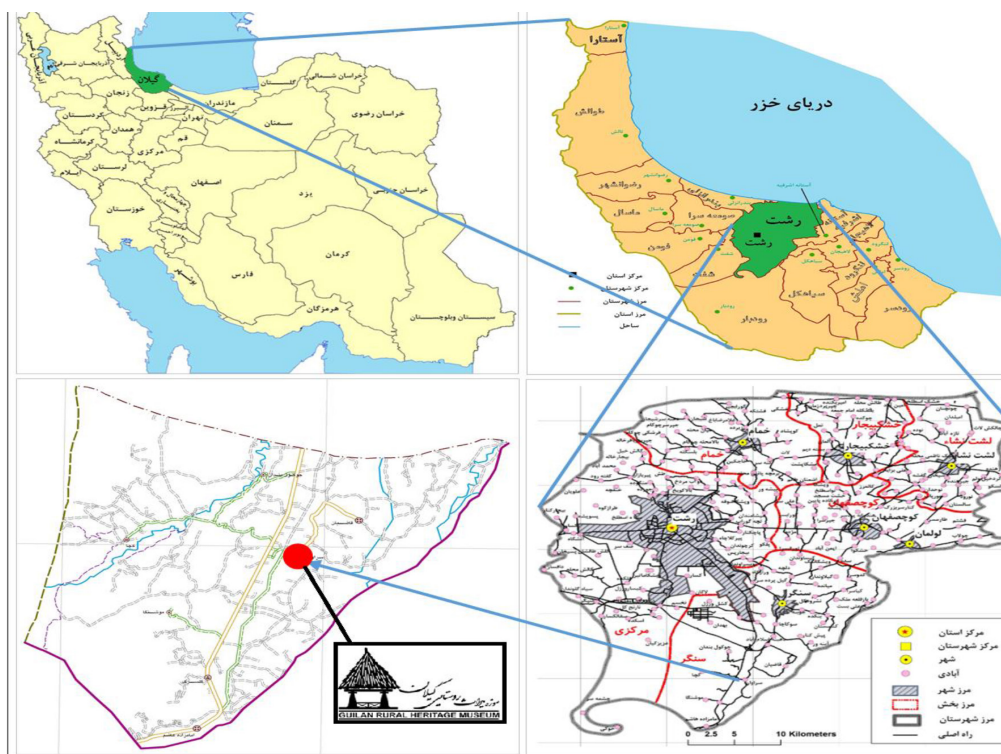
محدوده مورد مطالعه: موزه میراث روستایی گیلان

پس از زلزله سال ۱۳۶۹ گیلان، دکتر محمود طالقانی طرح تأسیس موزه میراث روستایی گیلان را مطرح کرد که شامل شناسایی، واچینی و دوباره‌چینی گونه‌های مختلف معماری روستایی می‌شد. با انجام پژوهش‌های مکان‌یابی (در اوایل سال ۱۳۸۱)، پارک جنگلی سراوان برای ساخت موزه انتخاب شد که از نظر دو معیار جغرافیایی و توپوگرافی، هم‌بستگی نزدیکی با استان گیلان داشت (موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵). موزه میراث روستایی گیلان (شکل ۲) در پارک جنگلی سراوان از توابع بخش سنگر شهرستان رشت، واقع در ۱۸ کیلومتری جاده رشت - تهران بنا شده است (مطیعی‌لنگرودی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹۱).

پارک جنگلی سراوان، بخشی از جنگل‌های کم‌ارتفاع شمالی (منطقه رویشی هیرکانی) در جنوب غربی استان گیلان است و با مساحت حدود ۱۴۸۰ هکتار جزو مناطق مرطوب تا خیلی مرطوب با ضریب خشکی ۵/۱۸ و متوسط رطوبت ماهیانه بیش از ۸۵ درصد است. حداقل ارتفاع محدوده از سطح دریا ۳۸ متر و حداکثر ۲۰۰ متر بوده و بیشتر دربردارنده مناطق کم‌شیب و فاقد جهت با شیب ۰/۵ درصد است. از خصوصیات کلی خاک‌های آن، داشتن عمق زیاد، تکامل پروفیلی، درصد مواد آلی بالا و PH خنثی تا اسیدی است (محمدی‌استادکلاویه و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۷). موزه میراث روستایی گیلان اولین ژنو-اکوموزه‌ای است

که درباره معرفی تاریخیچه و نوع فرهنگ و زندگی مردم در فضای باز تأسیس شده است؛ این موزه، با داشتن ویژگی‌های فرهنگی، معماری، زیبایی‌شناسی و فناوری ساخت بدون معمار، با سایر موزه‌های باز متفاوت است. بخش معماری این موزه، مجموعه‌ای است که قدمت بناهای آن به‌طور متوسط به ۱۵۰ سال می‌رسد (آذین، ۱۳۹۵: ۱۲۱). مساحت کل سایت موزه بیش از ۲۵۳ هکتار بود که در حدود ۴۵ هکتار آن برای ساخت مجموعه موزه‌ای در مرکز سایت و بقیه به‌صورت کم‌ربند سبز امنیتی برای حفاظت از مجموعه در نظر گرفته شد. عملیات ساختمانی موزه، مبتنی بر نه حوزه فرهنگی - معماری روستایی استان گیلان (جدول ۲) در اردیبهشت ۱۳۸۴ آغاز شد و تاکنون ادامه دارد (موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵).

در این موزه، علاوه بر ۲۳ مجموعه مسکونی (شامل ۷۸ ساختمان مسکونی)، سه قهوه‌خانه سنتی، یک مدرسه، یک مسجد، یک کارگاه آهنگری و یک کوره زغال‌گیری سنتی نیز بازسازی شده است (موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵). همچنین به غیر از معماری، جاذبه‌های دیگر این موزه در شش دسته طبقه‌بندی شده است که عبارت‌اند از: معماری، مردم‌شناسی، سفره گیلانی، اشیاء و آثار، پوشاک، جشن‌ها و رویدادها (بازی، موسیقی و نمایش) (مطیعی‌لنگرودی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹۲-۱۹۳).

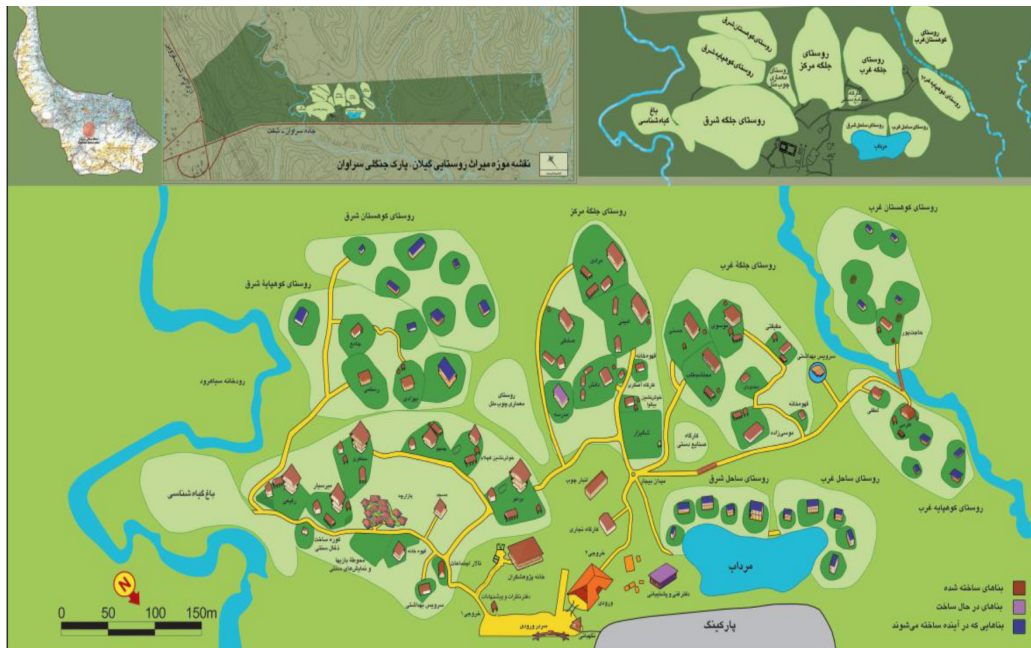


شکل ۲: موقعیت جغرافیایی موزه میراث روستایی گیلان، سراوان

جدول ۲: چشم‌انداز معماری موزه میراث روستایی گیلان

ویژگی معماری	مجموعه‌ها	حوزه معماری	
		شرقی	غربی
این حوزه، اولین بخش از طرح بازسازی و احداث بود که در اردیبهشت سال ۱۳۸۴ شروع و پس از یک‌سال به بهره‌برداری رسید و مربوط به مناطق جلگه‌ای شرق رودخانه سپیدرود است. ویژگی‌های معماری بناهای این حوزه بدین‌قرار است: اسکلت کاملاً چوبی بنا؛ استفاده‌نکردن از میخ یا اتصالات متداول در ساخت بی (قرارگیری عناصر پی به‌سبب نیروی وزن)؛ سقف چهارکله «گالی‌پوش»؛ سقف شیب‌دار سازه (برای جلوگیری از نفوذ باران به بدنه داخلی بنا) با ارتفاع بلند (تا ۱۰ متر) و نیز دو پوسته‌بودن بنا (ایجاد کوران و زیبایی) است.	مجموعه مسکونی رفیعی	شرقی	جلگه‌ای
	مجموعه مسکونی میرسیار		
	مجموعه مسکونی منتظری		
	مجموعه مسکونی چنچو		
	مجموعه مسکونی خوش‌نشین کچلام		
	مجموعه مسکونی پرمهر		
این حوزه در خرداد ۱۳۸۸ بهره‌برداری شد. همچنین، دو مجموعه مسکونی حسنی و حقیقی در اردیبهشت ۱۳۹۰ افتتاح شدند. معماری این حوزه، از شهرستان شفت تا آستارا را دربر می‌گیرد. ویژگی‌های معماری بناهای این حوزه عبارت است از: تلفیق سازه چوبی و سازه گلی در دیوارهای چینه‌ای؛ لایه شفاف و سقف شیب‌دار کُلشی؛ بنا دو پوسته دارد (پوسته شفاف بیرونی و پوسته درونی (حل مسائل اقلیمی، ایجاد کوران و زیبایی) و شکل‌گیری ساختمان روی صفه‌ای از خاک رس کوبیده با اندود کُلش و گل (جلوگیری از نفوذ رطوبت به کف اتاق‌ها) می‌شود.	مجموعه مسکونی محتشم‌طلب	غربی	جلگه‌ای
	مجموعه مسکونی حسنی		
	مجموعه مسکونی موسوی		
	مجموعه مسکونی حقیقی		
	مجموعه مسکونی محمودی		
	مجموعه مسکونی موسی‌زاده		
این حوزه، فاز دوم طرح احداث موزه بود که در اردیبهشت ۱۳۸۶ اجرایی و در اردیبهشت ۱۳۸۷ افتتاح شد. به‌علاوه، از بنای مدرسه در اردیبهشت ۱۳۹۱ بهره‌برداری شد. این حوزه، مناطق جلگه‌ای مرکز گیلان، حاشیه غربی رودخانه سپیدرود، شهرستان رشت و قسمتی از شهرستان شفت را دربر می‌گیرد. ویژگی‌های معماری این سازه‌ها عبارت است از: سقف شیب‌دار کُلشی؛ بدنه‌های شفاف بنا (ایجاد کوران و شرایط آسایش در بنا و نیز جلوه بصری؛ تلفیق دیوارهای زگالی و چینه‌ای؛ اسکلت چوبی بنا؛ احداث خانه‌ها بر صفه‌ای از جنس خاک رس کوبیده با اندود کاه‌گل به ارتفاع ۶۰ تا ۱۰۰ سانتیمتری از سطح زمین و جلوگیری از نفوذ رطوبت به کف سازه).	مجموعه مسکونی بیالوا	مرکزی	جلگه‌ای
	مجموعه مسکونی دانش		
	مجموعه مسکونی امینی		
	مجموعه مسکونی مرادی		
	مجموعه مسکونی صادقی		
	مدرسه		
این حوزه، هنوز توسعه نیافته است و مناطق ساحلی چابکسر تا لنگرود (شرق) و زیباکنار تا بندر انزلی (غرب) را دربر می‌گیرد. ویژگی‌های معماری بناهای این حوزه بدین‌شرح است: سازه‌ها اغلب در یک طبقه بوده (پایین‌بودن مقاومت سطح به علت بارش زیاد باران و ماسه‌ای‌بودن خاک)؛ بناها از پی گسترش یک اتاق به چند اتاق و ایوان مقابل (ایوان سراسری) شکل گرفته؛ جهت‌گیری بنا و مکان ظهور بازشوهای آن مبتنی بر نسیم دایمی دریا و ساحل بوده؛ نقش ارزنده ایوان جنوبی (امکان بهره‌گیری از آفتاب و واردنشدن ماسه‌های ساحلی از طریق باد و طوفان به داخل خانه)؛ ایوان شمالی به شکل فانکن بوده؛ و وجود پنجره‌های شرقی.	مجموعه مسکونی موسوی	شرقی	ساحلی
	مجموعه مسکونی آصفی	غربی	
این حوزه در سال ۱۳۹۳ به بهره‌برداری رسید. این حوزه، مناطق شهرستان رودبار را دربر می‌گیرد. از آنجاکه انتقال مجموعه‌ها به موزه امکان‌پذیر نبود، براساس مستندسازی انجام‌شده و با مصالح و تکنیک‌های بومی در موزه دوباره‌سازی شدند. ویژگی‌های معماری این سازه‌ها، شامل دیوارهای زگمه‌ای و زگالی؛ پوشش سقف بنا از لت و پوشاندن اطراف دیوارها و روی سقف با سنگ (با توجه به شدت باد در منطقه) است.	مجموعه مسکونی محمدنژاد	شرقی	کوهستانی
	مجموعه مسکونی محسنیان		
فاز ششم: احداث این حوزه در خرداد ۱۳۸۹ آغاز شد. این حوزه، مناطق کوهستانی و بیلاقیات گیلان در غرب رودخانه سفیدرود را دربر می‌گیرد. خانه‌ها در این حوزه، با توجه به اقلیم سرد مناطق کوهستانی، فضاهای بسته‌ای دارند و با توجه به وضعیت زمین شکل گرفته‌اند و نیز به‌صورت فصلی استفاده می‌شوند. ویژگی‌های معماری این سازه‌ها شامل دیوار تخت‌های، زگالی، سنگ‌چین و زگمه‌ای خانه؛ سازه پوری؛ لت به‌منزله پوشش سقف؛ سازه‌های جانبی (طولیه، لانه مرغ و کوره نان‌پزی) است.	مجموعه مسکونی حاجت‌پور	غربی	کوهپایه‌ای
فاز پنجم: احداث این حوزه در خرداد ۱۳۸۹ آغاز شد. همچنین دو مجموعه مسکونی بهزادی و جامع در اردیبهشت ۱۳۹۰ افتتاح شدند. این حوزه، مناطق کوهپایه‌ای گیلان در حاشیه شرقی رودخانه سفیدرود را دربر می‌گیرد. ویژگی‌های معماری این سازه‌ها بدین‌قرار است: جهت ساخت بناها به سمت شرق، جنوب شرقی و جنوب (حداکثر استفاده از آفتاب و کوران)؛ بناهایی که فضاهای بسته، حداکثر در دو طبقه دارند؛ دیوارهای زگالی و زگمه‌ای؛ پوشش سقف به‌صورت لت؛ و دارای بناهای جانبی بسته به موقعیت صاحب‌خانه (انبار برنج، طولیه و لانه مرغ).	مجموعه مسکونی رستمی	شرقی	
	مجموعه مسکونی جامع		
	مجموعه مسکونی بهزادی		
احداث این حوزه در اردیبهشت ۱۳۸۷ اجرایی و در خرداد ۱۳۸۸ بهره‌برداری شد. شکل‌گیری بنا در کوهپایه، جلوه بصری متفاوتی به‌نسبت مناطق جلگه‌ای به این حوزه بخشیده است. ویژگی‌های معماری این سازه‌ها عبارت است از: اسکلت کاملاً چوبی بنا؛ استفاده از سنگ در پی؛ سقف شیب‌دار کُلشی یا لته‌سر؛ وجود دو پوسته در بنا و بناهای مترکم است.	مجموعه مسکونی رحمانی	غربی	کوهپایه‌ای
	مجموعه مسکونی طربی		
	مجموعه مسکونی لطفی		

(منابع: آذین، ۱۳۹۵؛ موزه میراث روستایی گیلان، ۱۳۹۵)



شکل ۲: وضع موجود سایت پلن موزه میراث روستایی گیلان، سراوان (منبع: وبگاه موزه)

از موزه عبارت بود از: ۸ عامل و ۳۱ گویه (مبتنی بر مبانی و ادبیات که پیش‌تر در جدول ۲ گزارش شد) و متغیر تمایلات رفتاری شامل ۳ گویه (بازدید مجدد (BI1)، توصیه شفاهی به دیگران (BI2) و حساسیت‌ناداشتن به افزایش ورودیه (BI3) (تاج‌زاده‌نمین، ۱۳۹۷؛ رهبری‌پور و همکاران، ۱۳۹۷). روایی پرسش‌نامه از طریق روایی صوری تأیید شد. همچنین پایایی پرسش‌نامه با استفاده از پیش‌آزمون (۳۰ مورد اولیه از نمونه) از طریق آزمون آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.916$) بررسی و تأیید شد. داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی (آزمون فرضیه‌ها) تحلیل شدند. طبقه‌بندی و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس ۲۲ انجام شد.

یافته‌ها

پس از تحلیل توصیفی داده‌های جمعیت‌شناختی (جدول ۳) مشخص شد که بیشتر بازدیدکنندگان را زنان (۷۷٪)، گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ (۴۲٪)، با تحصیلات فوق‌لیسانس (۴۰٪) و میزان درآمد ۲/۱ تا ۳ میلیون تومان (۳۷٪) تشکیل می‌دهند. همچنین بیشتر افراد در حوزه شغلی نامرتب با گردشگری (۶۷٪) و از نوع شغل آزاد (۴۸٪) فعالیت می‌کنند. به علاوه، بیشتر افراد (۷۰٪) به صورت خانوادگی از مجموعه بازدید کرده‌اند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، کمی است. جامعه آماری پژوهش را بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان تشکیل می‌دهند. به علت نامحدود بودن حجم جامعه آماری و نوع تحلیل (تحلیل رگرسیون)، برای برآورد حجم نمونه لازم از طریق رابطه $(nR^2 = 8k + 50)$ برآورد شد (Ryne, 1991) به نقل از میرتقیان رودسری و خراسانی، ۱۳۹۸). با توجه به این که تعداد متغیرهای پیش‌بین در پژوهش حاضر برابر با (۸k) است؛ بنابراین حداقل حجم نمونه لازم برای انجام تحلیل، ۱۱۴ نفر است. با توجه به شرایط پژوهش و ماهیت پیش‌بینی پیگیری جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس استفاده شد. شایان ذکر است با به‌کارگیری این روش، امکان تعمیم نتایج و بحث و مقایسه با نتایج دیگران وجود ندارد و استنباط فقط در سطح خود جامعه آماری (بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان) امکان‌پذیر است. همچنین از پرسش‌نامه مبتنی بر ادبیات و مبانی، برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. پرسش‌نامه شامل سؤال از دو بخش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و متغیرهای اصلی تحقیق بود. عناصر معماری مؤثر در بازدید

۱. در تشریح این رابطه باید گفته شود که تعداد نمونه لازم (n) برای ضریب تبیین در تحلیل رگرسیون (R^2) برابر است با ۸ برابر تعداد متغیرهای پیش‌بین (k) به علاوه مقدار ۵۰ که مساوی است با ۱۱۴. ۲. پرسش‌نامه‌ها به شکل الکترونیکی، توزیع و جمع‌آوری شد. لینک پرسش‌نامه: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdS9nD7fgZMfno_LR-QujKkaYgnR_iLGV6K7R53i8Uzs4RkQA/formResponse

جدول ۳: ویژگی‌های جمعیت شناختی

ویژگی	فراوانی (درصد)	ویژگی	فراوانی (درصد)
جنسیت	مرد	فوق دیپلم و پایین‌تر	۳۷ (۳۲/۵٪)
	زن	لیسانس	۷۷ (۶۷/۵٪)
گروه سنی	۱۸-۲۳	فوق لیسانس	۷ (۶/۱٪)
	۲۴-۲۹	دکتری	۳۵ (۳۰/۷٪)
	۳۰-۳۹	۱/۵ و پایین‌تر	۴۸ (۴۲/۱٪)
	۴۰-۴۹	۱/۵ - ۲	۲۱ (۱۸/۴٪)
حوزه شغلی	بالاتر از ۶۰	۲ - ۳/۱	۳ (۲/۶٪)
	مرتبط با گردشگری	۳ - ۴/۱	۳۸ (۳۳/۳٪)
نوع شغل	نامرتبط با گردشگری	۵ - ۴/۱	۷۶ (۶۶/۷٪)
	دولتی	۵ و بالاتر	۹ (۷/۹٪)
	آزاد	انفرادی	۵۵ (۴۸/۲٪)
	دانشجو	خانوادگی	۱۴ (۱۲/۳٪)
نوع بازدید	خانه‌دار	گروهی با تور	۲۳ (۲۰/۲٪)
	سایر	گروهی بدون تور	۱۳ (۱۱/۴٪)

برای تحلیل توصیفی متغیرها و گویه‌های تحقیق (جدول ۴) از شاخص میانگین و انحراف معیار استفاده شد. با توجه به استفاده از طیف لیکرت پنج‌تایی در اندازه‌گیری، اگر میانگین متغیر یا گویه‌ای بیشتر از مقدار متوسط (۲/۵) باشد، از نظر بازدیدکنندگان وضعیت مناسبی خواهد داشت. براساس مقادیر به‌دست‌آمده، متغیرها و گویه‌ها در وضعیت مناسبی قرار دارند. عناصر «ساختار مندی» و «سرگرم‌کنندگی»

جدول ۴: تحلیل توصیفی گویه‌ها و متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ	گونه	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
STR	۴/۲۶۹۷	۰/۶۰۴۳۲	۰/۸۷۶	STR1	۴/۴۲۹۸	۰/۸۸۲۱۷	۰/۹۱۵
				STR2	۴/۰۵۲۶	۱/۰۲۰۵۲	۰/۹۱۸
				STR3	۴/۴۲۲۳	۰/۸۱۸۰۶	۰/۹۱۶
				STR4	۴/۱۸۴۲	۰/۷۲۳۳۹	۰/۹۱۴
FUN	۴/۰۹۱۲	۰/۶۵۹۳۹	۰/۸۶۶	FUN1	۳/۵۴۳۹	۱/۱۳۷۷۷	۰/۹۱۴
				FUN2	۴/۵۶۱۴	۰/۹۱۲۴۰	۰/۹۱۴
				FUN3	۴/۲۹۸۲	۰/۹۹۴۹۴	۰/۹۱۷
				FUN4	۴/۲۰۱۸	۰/۹۵۱۷۶	۰/۹۱۴
				FUN5	۳/۸۵۰۹	۰/۹۰۴۵۸	۰/۹۱۴
IDE	۳/۸۶۳۲	۰/۷۸۴۵۰	۰/۸۵۴	IDE1	۴/۱۱۴۰	۰/۹۰۹۷۲	۰/۹۱۷
				IDE2	۴/۴۳۸۶	۰/۹۴۱۰۵	۰/۹۱۵
				IDE3	۳/۲۰۱۸	۱/۲۲۰۶۲	۰/۹۱۲
				IDE4	۳/۹۷۳۷	۱/۱۴۷۹۹	۰/۹۱۴
				IDE5	۳/۵۸۷۷	۱/۳۲۲۴۵	۰/۹۱۰
MEA	۳/۷۲۵۱	۰/۹۳۳۶۳	۰/۸۵۱	MEA1	۳/۳۰۷۰	۱/۳۷۶۹۷	۰/۹۱۱
				MEA2	۴/۶۰۵۳	۰/۷۱۱۷۰	۰/۹۱۵
				MEA3	۳/۲۶۳۲	۱/۳۴۳۹۶	۰/۹۱۰
AES	۳/۵۶۸۰	۰/۹۲۸۴۶	۰/۸۶۰	AES1	۳/۵۲۶۳	۱/۲۵۶۵۶	۰/۹۱۲
				AES2	۳/۷۲۸۱	۱/۰۴۱۴۹	۰/۹۱۴
				AES3	۳/۲۱۹۳	۱/۱۲۶۹۷	۰/۹۱۳
				AES4	۳/۷۹۸۲	۱/۱۶۱۱۷	۰/۹۱۴



متغیر	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونیخ	گویه	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونیخ
LAN	۳/۹۱۸۱	۰/۸۵۵۹۶	۰/۸۴۷	LAN1	۴/۰۴۳۹	۰/۹۶۲۹۴	۰/۹۱۳
				LAN2	۳/۹۱۲۳	۱/۰۴۳۸۳	۰/۹۱۱
				LAN3	۳/۷۹۸۲	۱/۰۶۵۸۰	۰/۹۱۱
POT	۳/۷۱۲۷	۰/۸۰۰۴۶	۰/۸۵۴	POT1	۳/۴۵۶۱	۱/۲۱۳۰۶	۰/۹۱۲
				POT2	۳/۵۴۳۹	۱/۲۹۷۶۵	۰/۹۱۴
				POT3	۳/۶۸۴۲	۱/۱۷۷۳۴	۰/۹۱۳
				POT4	۴/۱۶۶۷	۱/۰۲۹۷۹	۰/۹۱۶
UNI	۳/۶۴۶۲	۱/۰۰۹۵۸	۰/۸۷۳	UNI1	۳/۵۹۶۵	۱/۱۱۰۸۴	۰/۹۱۳
				UNI2	۳/۹۴۷۴	۱/۱۱۱۸۲	۰/۹۱۴
				UNI3	۳/۳۹۴۷	۱/۲۵۹۴۳	۰/۹۱۱
IB	۴/۱۶۳۷	۳/۸۴۹۳	۰/۸۷۴	IB1	۴/۶۱۴۰	۰/۶۳۱۱۸	۰/۹۱۴
				IB2	۴/۷۶۳۲	۰/۵۸۴۵۰	۰/۹۱۴
				IB3	۳/۱۱۴۰	۱/۲۰۲۹۴	۰/۹۱۹

به منظور بررسی میزان تأثیر «عناصر معماری خانه‌های روستایی» در «تمایلات رفتاری» بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان، از تحلیل رگرسیون استفاده شد. گفتنی است که تحلیل رگرسیون برای دوبار انجام شد. بار اول، پس از انجام آزمون، به علت بالاتر بودن سطح معنی داری متغیرهای

عناصر معماری «ساختارمندی (STR)، هویت‌مندی (IDE)، نیرومندی (POT) و خاص بودن (UNI)» از مقدار استاندارد (۰/۰۵)، این متغیرها از تحلیل خارج شده، و تحلیل رگرسیون برای بار دوم، بدون حضور آن‌ها انجام شد (جدول ۵).

جدول ۵: تحلیل رگرسیون (بار دوم) تأثیر عناصر معماری در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان

متغیرهای ورودی و خروجی	روش	متغیرهای خروجی	متغیرهای ورودی	مدل			
متغیرهای ورودی و خروجی ^a	همزمان (Enter)	.	FUN, MEA, AES & LAN	۱			
				a متغیر وابسته: تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان b تمام متغیرهای ورودی به روش enter وارد شده‌اند.			
برازش مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	خطای استاندارد برآورد			
	۰/۶۸۷	۰/۴۷۲	۰/۴۵۳	۰/۴۱۱۳۲			
تحلیل واریانس رگرسیونی دو متغیره	منبع تغییرات	مجموع مجذورات	Df	معناداری			
				اثر رگرسیونی	۱۶/۵۰۲	۴	۴/۱۲۶
				باقی مانده	۱۸/۴۴۱	۱۰۹	۰/۱۶۹
مجموع	۳۴/۹۴۳	۱۱۳					
مدل رگرسیونی	نام متغیر	ضریب استاندارد نشده		T	Sign.		
		B	Std. Error				
	مقدار ثابت	۳/۰۷۴	۰/۲۵۳		۱۲/۱۷۰	۰/۰۰۰	
	FUN	۰/۱۸۹	۰/۰۷۴	۰/۲۲۴	۲/۵۶۶	۰/۰۱۲	
	MEA	۰/۱۸۱	۰/۰۶۰	۰/۳۰۴	۲/۹۹۷	۰/۰۰۳	
	AES	۰/۱۸۲	۰/۰۵۶	۰/۳۰۴	۳/۲۷۵	۰/۰۰۱	
LAN	۰/۴۶۹	۰/۰۶۶	۰/۷۲۲	۷/۱۶۲	۰/۰۰۰		
معادله رگرسیونی	$\text{تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان} = (\text{چشم انداز} \times ۰/۴۶۹) + (\text{عملکردی} \times ۰/۱۸۹) + (\text{زیبایی شناسی} \times ۰/۱۸۲) + (\text{معناگرایی} \times ۰/۱۸۱) + (۳/۰۷۴)$						

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش معماری و عناصر معماری خانه‌های روستایی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان است. با بررسی ادبیات و پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه، عناصر معماری تأثیرگذار را شناسایی کرده و در بستر دو نظریه روان‌شناسی محیطی (برای نقش معماری خانه‌های روستایی) و رفتار برنامه‌ریزی‌شده (برای تمایلات رفتاری)، به بسط فرضیه‌ها و یک مدل مفهومی تبیینی پرداخته شد. آزمون فرضیه‌ها نشان داد که فرضیه‌های فرعی دوم، چهارم، پنجم و ششم تأیید شدند.

در فرضیه اصلی (H_1) بیان شد که «معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است» و پس از آزمون، فرضیه تأیید شد. این یافته با نتیجه پژوهش‌های خارجی (Blasco López et al., 2020; Shayegan, 2019; Rattanaprichavej, 2019; Kaur & Kaur, 2019; Palau-Saumell et al., 2016; Pramanik et al., 2016; Specht, 2014) و همکاران، ۱۳۹۷؛ میرحسینی و جهانبخش، ۱۳۹۵؛ افشاری‌آزاد و همکاران، ۱۳۹۳؛ فرجی‌راد و افتخاریان، ۱۳۹۱) همسو بوده است. معماری خانه‌های روستایی با داشتن ویژگی‌های متنوع، که به ترتیب اولویت وضعیت از نظر بازدیدکنندگان (ساختارمندی، عملکردی، چشم‌انداز، هویت‌مندی، معناگرایی، نیرومندی، خاص‌بودن، زیبایی‌شناسی)، توانسته و می‌تواند توصیه شفاهی بازدیدکنندگان به آشنایان و دوستان را افزایش دهد، به بازدید مجدد از موزه منجر شود و حتی حساسیت افزایش پرداخت‌ها بابت ورودیه را کاهش دهد. در واقع، معماری خانه‌های تاریخی در موزه میراث روستایی گیلان این ارزش‌ها را برای بازدیدکنندگان ایجاد کرده است و می‌تواند ادامه داشته باشد.

در فرضیه فرعی دوم (H_{1-2}) بیان شد که «عنصر عملکردی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است» و پس از آزمون، این فرضیه تأیید شد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های ایران (راستادبروجنی و همکاران، ۱۳۹۶؛ آذین، ۱۳۹۵؛ سرایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ حسین‌زاده دلیر و یوسفی شهیر، ۱۳۹۳؛ میرمردی، ۱۳۸۶؛ دیناری، ۱۳۸۴؛ پیرنیا، ۱۳۷۴) و یافته‌های پژوهش‌های خارج از ایران (Vukadinovic, 2011; Rapoport, 1990) هم‌راستا بوده است. از نظر بازدیدکنندگان، به ترتیب اولویت، بافت تاریخی، قدمت بنا، کاربری بنا، پیوند معماری با بنا و مقیاس انسانی به‌منزله عناصر عملکردی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری آن‌ها در برابر موزه روستایی گیلان تأثیرگذار بوده است.

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، نتایج تحلیل رگرسیون دوم، شامل چهار بخش است: بخش اول، ورود متغیرهای مستقل (عناصر معماری عملکردی (FUN)، معناگرایی (MEA)، زیبایی‌شناسی (AES) و چشم‌انداز (LAN)) و روش تعیین رگرسیون (که در اینجا روش Enter است) را نشان می‌دهد. بخش دوم مربوط به برازش مدل است که عبارت است از: ضریب هم‌بستگی چندگانه برابر با (۰/۶۸۷) یعنی از طریق این چهار عنصر معماری خانه‌های تاریخی، می‌توان به میزان ۶۸/۷٪ تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان را پیش‌بینی کرد؛ ضریب تعیین مدل رگرسیونی برابر با (۰/۴۷۲) است، یعنی ۴۷٪ درصد از پراکندگی مشاهده‌شده در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان از طریق این چهار عنصر معماری خانه‌های تاریخی توجیه می‌شود. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل‌یافته برابر با ۰/۴۵۳ است. در بخش سوم، که به تحلیل واریانس رگرسیون مربوط است، نتایج به‌دست‌آمده برای سطح معناداری (۰/۰۰۰) بیانگر این است که فرض خطی بودن رابطه بین دو متغیر تأیید شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول است. بخش چهارم مربوط به معادله رگرسیونی است و از آنجا که سطح معنی‌داری آزمون تساوی ضریب رگرسیون و عرض از مبدأ، کمتر از ۰/۰۵ است، فرض تساوی این دو ضریب با صفر رد می‌شود و نباید آن‌ها را از معادله رگرسیون خارج کرد. از طرفی سطح معنی‌داری ضریب زوایه برابر با (۰/۰۰۰) و کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین رابطه خطی بین متغیرها پذیرفته می‌شود. مقدار ثابت رگرسیونی برابر با ۳/۰۷۴ و ضریب رگرسیونی به متغیر عنصر چشم‌انداز (۰/۴۶۹)، عنصر عملکردی (۰/۱۸۹)، عنصر زیبایی‌شناسی (۰/۱۸۲) و عنصر معناگرایی (۰/۱۸۱) مربوط است. در نهایت، مدل رگرسیونی مربوط به تأثیر چهار عنصر معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان تعریف شد. همچنین با توجه به مقدار بتای استاندارد شده می‌توان این‌گونه ادعا کرد که به‌ازای یک واحد تغییر در عنصر چشم‌انداز معماری خانه‌های تاریخی، ۰/۴۷ واحد تغییر در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان؛ به‌ازای یک واحد تغییر در عنصر معماری خانه‌های تاریخی، ۰/۱۹ واحد تغییر در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان؛ به‌ازای یک واحد تغییر در عنصر زیبایی‌شناسی معماری خانه‌های تاریخی، ۰/۱۸ واحد تغییر در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان و به‌ازای یک واحد تغییر در عنصر معناگرایی معماری خانه‌های تاریخی، ۰/۱۸ واحد تغییر در تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان ایجاد می‌شود که این مسئله با فرض ثابت بودن سایر متغیرهاست



در فرضیه فرعی چهارم (H_{1-4}) بیان شد که «عنصر معناگرایی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است» و پس از آزمون، فرضیه تأیید شد. تأیید این فرضیه با یافته‌های توکلیان و خالقی (۱۳۹۷)، زال (۱۳۹۶)، امید (۱۳۹۴)، رحمتی (۱۳۷۶)، ایزدی نجف‌آبادی و همکاران (۲۰۱۹)، و یکدنویچ (۲۰۱۱)، بویر (۱۹۹۶) و کالن (۱۹۶۶) هم‌راستا است. در عنصر معناگرایی معماری، ویژگی‌هایی همچون اصالت، رمزگرایی و پیچیدگی و نمادهای معنوی وجود دارد. جذابیت معماری خانه‌های تاریخی موزه میراث روستایی گیلان برای بازدیدکنندگان، مدیون اصالت معماری است. از نظر بازدیدکنندگان موزه، اصالت عامل بسیار مهمی است که در فضای موزه، سبب تحریک حس بصری و جذب بازدیدکننده می‌شود و احساسات و ادراک مثبت افراد را تقویت می‌کند. در فرضیه فرعی پنجم (H_{1-5}) بیان شد که «عنصر زیبایی‌شناسی معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است» و پس از آزمون، فرضیه تأیید شد. در پژوهش‌های داخلی (تبریزی و زال، ۱۳۹۴؛ حجازی و مهدیزاده‌سراج، ۱۳۹۳؛ لاری، ۱۳۸۶) و خارجی (Izadi Najafabadi et al., 2019; Taheri & Emamgholi, 2017; Pramanik et al., 2016; Shaw, 2015; Rapoport, 1990; Grutter, 1987)، این نتیجه تأیید شده بود. عنصر زیبایی‌شناسی شامل تزئینات و زیبایی ظاهری، رنگ و نور و انعکاس است. تزئینات و زیبایی یکی از ویژگی‌های معماری بناهای ایرانی است؛ البته زیبایی‌شناسی معماری خانه‌های تاریخی در موزه میراث روستایی گیلان، مشتمل بر سادگی و ادراک حسی مرتبط با نظم و تضاد است.

در فرضیه فرعی ششم (H_{1-6}) بیان شد که «عنصر چشم‌انداز معماری خانه‌های تاریخی در تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان موزه روستایی گیلان تأثیرگذار است» و پس از آزمون، فرضیه تأیید شد. این یافته، در پژوهش‌های داخلی و خارجی نیز به‌دست آمده بود (Palau-Saumell et al., 2016; Scerri et al., 2016; Meiss, 2013; Vukadinovic, 2011؛ معاریان و همکاران، ۱۳۹۵؛ بهبودی، ۱۳۸۸؛ لاری، ۱۳۸۶). ترکیب‌بندی (ترکیب عناصری مثل بافت، رنگ، نور، سایه، شکل و خط)، تماشایی بودن و ارتباط دیداری و فضامندی از مشخصه‌های زیبایی‌شناسی است که از طریق درگیری احساسی و عاطفی در فرد با خانه‌های تاریخی در موزه به شکل‌گیری انگاره قوی از بناها منجر می‌شود و آن‌ها را در ذهن ثبت می‌کند. این تصویر مثبت ماندگار در ذهن بازدیدکنندگان نیز با تمایلات رفتاری مثبت آن‌ها انعکاس می‌یابد. به‌طور کلی می‌توان به این نتیجه رسید که اولویت

تأثیر، به‌ترتیب به عناصر چشم‌انداز معماری، عملکرد معماری، زیبایی‌شناسی معماری و معناگرایی معماری مربوط است. همچنین اصلی‌ترین نتیجه هم‌بستگی میان «معماری خانه‌های روستایی» و «تمایلات بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان» قوی‌تر و شدیدتر از هم‌بستگی تک‌تک عناصر تشکیل‌دهنده معماری، با «تمایلات بازدیدکنندگان» است و بدین معناست که عناصر معماری اثری هم‌افزاینده دارند؛ یعنی در کنار هم و در ترکیب با هم تأثیر بسیاری در بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی خواهند داشت. در واقع رفتار بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان، تحت تأثیر برآیندی از کل عناصر معماری قرار دارد. چهار ویژگی معماری بناها، که بیشتر از همه برای بازدیدکنندگان موزه میراث روستایی گیلان اهمیت داشت، به‌ترتیب شامل چشم‌انداز (تماشایی بودن و منظرداشتن)، بافت تاریخی، زیبایی (کلی و جزئی) و اصالت بود. بازدیدکنندگان در بازدید از آثار معماری، آنچه را که در گذشته اتفاق افتاده و در دل میراث به یادگار مانده جست‌وجو می‌کنند. از این رو، در این گونه از بازدید، این‌که گذشته به چه صورت بوده (ریشه، قدمت و اصالت)، بیشترین تأثیر را در بازدیدکننده برجای می‌گذارد. براساس شدت قوی‌تر و نقش مهم‌تر هر یک از عناصر معماری خانه‌های روستایی، پیشنهادی کاربردی زیر (مبتنی بر نتایج جدول ۴ و ۵) برای تقویت و مثبت‌شدن تمایلات رفتاری بازدیدکنندگان ارائه می‌شود:

- ۱) رعایت ویژگی‌های فرمی بنا در واچینی و بازسازی خانه‌های تاریخی؛
- ۲) الهام‌گرفتن از روش سنتی در بازسازی خانه‌های تاریخی و ترکیب آن با روش مدرن؛
- ۳) نمایش فرایندهای چیدمان و بازسازی خانه‌های تاریخی در قالب گشت‌های آموزشی و تفریحی؛
- ۴) ترویج و آموزش تأمین جنبه‌های زیباشناسانه معماری بناها و خانه‌ها؛
- ۵) توجه به هماهنگی ظاهر بناها با محیط اطراف و جلوگیری از تضاد (به‌غیر از رویکرد جغرافیایی)؛
- ۶) نمایش سبک زندگی روزانه مرتبط با هر خانه در موزه؛
- ۷) برجسته‌سازی و نمایش عنصر نمادین معماری برای هر خانه تاریخی؛
- ۸) زمینه‌سازی برای احراز هویت و فراهم‌کردن امکان حفظ و نگه‌داری بافت‌ها و آثار ارزشمند معماری مبتنی بر طرح‌های به‌سازی؛
- ۹) گونه‌شناسی و کدگذاری سبک‌های معماری و کاربست آن در گشت‌های مبتنی بر آموزش و بازدید از معماری (البته گونه‌شناسی اکنون موزه مبتنی بر موقعیت جغرافیایی خانه‌ها در گیلان است).

مطالعه شده، موزه میراث روستایی گیلان است، می‌توان سایر جاذبه‌های معماری سنتی و نوین را نیز بررسی کرد؛ محدودیت سوم و مهم‌ترین آن، توزیع الکترونیکی پرسش‌نامه و نیاز به یک شبکه ارتباطی گسترده است که تعداد مدنظر پرسش‌نامه بسیار سخت جمع‌آوری شد.

از آنجاکه هیچ تحقیقی در حلاء محدودیت انجام نمی‌شود، تحقیق حاضر نیز شامل محدودیت‌هایی است؛ اول این‌که فقط تأثیر معماری و عناصر آن در تمایلات رفتاری بررسی شده است و نقش سایر متغیرها، به‌ویژه متغیرهای جمعیت‌شناختی در نظر گرفته نشده است؛ دوم این‌که بستر





