

Explaining the Role of Tourism in the Architectural Design of Second Homes in the Lowland Villages of Mazandaran: A Case Study of the Villages in the Central District of Nur County

1. Abolghasem Esmaeili Kelishomi[✉]: PhD Student, Department of Architecture, Cha.C., Islamic Azad University, Chalus, Iran

2. Ali Asgharzadeh^{✉*}: Department of Architecture, Cha.C., Islamic Azad University, Chalous, Iran.

3. Sadroddin Motevalli[✉]: Department of Geography, No.C., Islamic Azad University, Nour, Iran

*Corresponding Author's Email Address: Aliasgharzadeh@iau.ac.ir

How to Cite: Esmaeili Kelishomi, A., Asgharzadeh, A., & Motevalli, S. (2026). Explaining the Role of Tourism in the Architectural Design of Second Homes in the Lowland Villages of Mazandaran: A Case Study of the Villages in the Central District of Nur County. *Manifestation of Art in Architecture and Urban Engineering*, 4(4), 1-22.

Abstract:

This study aimed to explain the role of tourism in the architectural design of rural second homes and determine the effects of economic, socio-cultural, physical-spatial, and environmental dimensions in the Central District of Nur County. This applied study employed a descriptive-analytical, field-based mixed-methods design. Data were collected through documentary and library research, field observations, interviews, and questionnaires. The qualitative sample consisted of 20 participants selected until theoretical saturation was achieved, and the in-depth interview data were analyzed through thematic analysis using MAXQDA. The quantitative sample comprised 400 stakeholders selected using Cochran's formula and classified into three groups: 133 architectural designers, 133 clients or employers, and 134 second-home users. Quantitative data were analyzed in SPSS using one-sample t-tests, Pearson correlation coefficients, and Friedman tests. Pearson correlation analysis revealed a positive, very strong, and statistically significant relationship between tourism and second-home architectural design from the perspectives of designers, clients, and users ($r=0.944$, $r=0.944$, and $r=0.942$, respectively; $p<0.001$). The physical-spatial dimension demonstrated the strongest association with tourism across the three stakeholder groups ($r=0.788-0.790$), followed by the environmental, socio-cultural, and economic dimensions; all correlations were statistically significant ($p<0.001$). The one-sample t-tests also confirmed statistically significant effects for the socio-cultural, physical-spatial, and environmental criteria in all stakeholder groups. The Friedman tests indicated significant differences in the rankings of the tourism-related criteria and indicators ($p<0.001$). The economic criterion ranked first, followed by the physical-spatial, environmental, and socio-cultural criteria, respectively. Tourism plays a decisive and multidimensional role in shaping the architectural design of rural second homes. Nevertheless, the dominance of economic and physical considerations and the lower priority assigned to socio-cultural factors demonstrate the need for a balanced, context-sensitive, and sustainable design framework that simultaneously supports economic benefits, spatial quality, environmental protection, and the cultural identity of local communities.

Keywords: Tourism, rural tourism, second homes, rural architecture, physical-spatial design, Nur County

Received: 24 January 2026

Revised: 13 July 2026

Accepted: 20 July 2026

Initial Publication: 16 August 2026

Final Publication: 22 December 2026



تبیین نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم روستاهای جلگه‌ای مازندران: مطالعه موردی روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور

۱. ابوالقاسم اسماعیلی کلیشمی^{ID}: دانشجوی دکتری، گروه معماری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

۲. علی اصغرزاده^{ID*}: گروه معماری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. صدرالدین متولی^{ID}: گروه جغرافیا، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، نور، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: Aliasgharzadeh@iau.ac.ir

نحوه استناددهی: اسماعیلی کلیشمی، ابوالقاسم، اصغرزاده، علی، و متولی، صدرالدین. (۱۴۰۵). تبیین نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم روستاهای جلگه‌ای مازندران: مطالعه موردی روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۴(۴)، ۱-۲۲.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم و تعیین میزان اثرگذاری ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی-فضایی و زیست‌محیطی در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی، میدانی و مبتنی بر رویکرد آمیخته بود. داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی، مشاهدات میدانی، مصاحبه و پرسشنامه گردآوری شدند. نمونه بخش کیفی شامل ۲۰ نفر بود که براساس اشباع نظری انتخاب شدند و داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با روش تحلیل مضمون در نرم‌افزار MAXQDA تحلیل شد. نمونه بخش کمی شامل ۴۰۰ نفر از ذی‌نفعان بود که براساس فرمول کوکران انتخاب و در سه گروه طراحان معماری با ۱۳۳ نفر، کارفرمایان با ۱۳۳ نفر و استفاده‌کنندگان با ۱۳۴ نفر طبقه‌بندی شدند. داده‌های کمی با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، همبستگی پیرسون و آزمون فریدمن در نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند. نتایج همبستگی پیرسون نشان داد میان گردشگری و طراحی معماری خانه‌های دوم از دیدگاه طراحان، کارفرمایان و استفاده‌کنندگان رابطه مثبت، بسیار قوی و معناداری وجود دارد (به ترتیب $r=0.944$ ، $r=0.944$ ، $r=0.944$ ؛ $p<0.001$). در میان ابعاد مورد بررسی، بعد کالبدی-فضایی دارای بیشترین همبستگی با گردشگری بود ($r=0.788$ ، $r=0.790$ ؛ $p<0.001$) و پس از آن ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی قرار گرفتند؛ تمامی روابط معنادار بودند ($p<0.001$). نتایج آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای نیز اثرگذاری معنادار معیارهای اجتماعی-فرهنگی، کالبدی-فضایی و زیست‌محیطی را در هر سه گروه تأیید کرد. آزمون فریدمن تفاوت معناداری میان رتبه معیارها نشان داد ($p<0.001$)؛ معیار اقتصادی رتبه نخست، کالبدی-فضایی رتبه دوم، زیست‌محیطی رتبه سوم و اجتماعی-فرهنگی رتبه چهارم را به دست آورد. گردشگری نقشی تعیین‌کننده و چندبعدی در طراحی خانه‌های دوم روستایی دارد، اما غلبه ملاحظات اقتصادی و کالبدی و اولویت پایین‌تر مؤلفه‌های اجتماعی-فرهنگی، ضرورت به‌کارگیری الگوی طراحی متوازن، زمینه‌گرا و پایدار را نشان می‌دهد؛ الگویی که هم‌زمان منافع اقتصادی، کیفیت فضایی، حفاظت محیطی و هویت فرهنگی جوامع محلی را تأمین کند.

کلیدواژگان: گردشگری، گردشگری روستایی، خانه دوم، معماری روستایی، طراحی کالبدی-فضایی، شهرستان نور.

تاریخ دریافت: ۴ بهمن ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۲۲ تیر ۱۴۰۵

تاریخ پذیرش: ۲۹ تیر ۱۴۰۵

اولین انتشار: ۲۵ مرداد ۱۴۰۵

انتشار نهایی: ۱ دی ۱۴۰۵



مقدمه

گردشگری خانه‌های دوم، یکی از الگوهای گسترش گردشگری، به‌ویژه در نواحی روستایی است که با گسترش مالکیت خانه‌های دوم (خانه‌های تعطیلات) ایجاد می‌شود (1). با وجود سابقه نسبتاً زیاد شکل‌گیری خانه‌های دوم در نواحی روستایی، گردشگری خانه‌های دوم به‌تازگی تجدید حیات را تجربه می‌کند که بیشتر با توجه به الگوهای جدید تولید و مصرف اقتصادی تشریح‌شدنی است (2). این روند همچنین به‌منزله واکنشی در برابر بحران روستایی ناشی از تجدید ساختار کشاورزی در حال گسترش است (3). در بعضی کشورها، مالکیت خانه‌ای دوم به‌منزله بخش اجتناب‌ناپذیر زندگی جدید در نظر گرفته شده است و به همین دلیل، روستاها بیشتر مقاصد گردشگری داخلی‌اند (4). توسعه گردشگری خانه‌های دوم به‌منزله نوعی از گردشگری در نواحی روستایی بر ابعاد گوناگون توسعه تأثیر گذاشته است؛ این تأثیر هم مثبت و هم منفی است (5). پیامدهای گردشگری خانه‌های دوم در سه بعد عمده اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی - کالبدی بررسی می‌شود. یکی از مهم‌ترین پیامدهای آن، پیامدهای کالبدی است؛ زیرا ایجاد این خانه‌ها خود جنبه کالبدی دارد و به‌صورت فیزیکی بر روستا تأثیر می‌گذارد و اصولاً منظره آن‌ها در نواحی روستایی در نخستین نگاه، توجه انسان را به خود جلب می‌کند (6). همان‌گونه که اشاره شد، نگرش به این پدیده همواره یک‌سویه نبوده است و اگرچه شرایط ویژه روستا باعث می‌شود افراد زندگی کردن در یک محیط رمانتیک را تجربه کنند، اما در مقابل، توسعه این خانه‌ها روستاها را در معرض خطر زیبایی سطحی قرار می‌دهد. ایجاد دوگانگی در معماری و نظام سکونت، تغییر وسیع و بی‌ضابطه کاربری زمین‌های روستا، بورس‌بازی املاک و مستغلات، آلودگی محیط‌زیست و... از دیگر پیامدهای منفی این پدیده است. برای نمونه، گسترش خانه‌های ویلاقی با برهم زدن نمای ظاهری روستا، منظره‌های روستایی را خدشه‌دار می‌کند (7). زیرا در ساخت خانه‌های دوم به هماهنگی و توازن آن‌ها با هویت کالبدی روستا توجه نشده است. به این ترتیب، با برهم زدن زیبایی بصری و تخریب پوشش گیاهی، به حس مکانی روستا آسیب وارد می‌کند. با افزایش درخواست خرید خانه‌های دوم در روستا، ممکن است قیمت‌ها تا جایی افزایش یابد که مردم محلی دیگر توان خانه‌سازی یا خرید خانه را نداشته باشند؛ همچنین ممکن است حضور شهرنشینان در نواحی روستایی، فرهنگ مطلوب و بی‌آلایش روستاییان را کم‌رنگ کند و زمینه بی‌هویتی آنان را فراهم آورد.

آنچه مسلم است، اینکه توسعه گردشگری به‌طور فزاینده‌ای به‌صورت یک نوشدارو، افزایش‌دهنده توان اقتصادی، توان زیست در نواحی دورافتاده و محرک تجدید حیات به حساب می‌آید؛ بنابراین، اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، به‌طور کلی خالق یا محرک فرایند توسعه‌یافتگی برای دستیابی به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در همه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و همچنین فعالیت گردشگری به حساب می‌آید.

شکل‌گیری و گسترش گردشگری خانه‌های دوم در نواحی جلگه‌ای شهرستان نور، خودجوش و بدون برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب بوده و به همین دلیل، ترکیبی از پیامدهای مطلوب و نامطلوب را به همراه داشته که در سال‌های اخیر موجب بعضی دگرگونی‌های زیادی در معماری ساختمان‌ها شده است.

پیشینه تحقیق

رسولی و همکاران (8) در مقاله‌ای تحت عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر تکوین الگوهای معماری بومی در طراحی مسکن روستایی» به این نتایج دست یافتند که معماری مسکن روستایی ایران به دلیل تأثیرپذیری از روندهای مدرن و تغییر سبک زندگی، دچار تغییرات زیادی شده و دیگر مانند گذشته بازتاب مستقیم

فرهنگ و نیازهای بومی نیست. به رغم این، سادگی، هماهنگی با طبیعت و استفاده از مصالح بومی همچنان از ویژگی‌های برجسته معماری روستایی است که انعطاف‌پذیری فضایی و عملکردی بالایی دارد. عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری این الگوها دارند و نادیده گرفتن آن‌ها باعث نابسامانی و بی‌هویتی فضایی خواهد شد. پژوهش تأکید دارد که برای حفظ هویت و پایداری مسکن روستایی باید این عوامل به دقت شناخته شده و در طراحی‌ها مورد توجه قرار گیرند.

نظری و همکاران (9)، مقاله‌ای دارند با عنوان «گونه‌شناسی، ارزیابی اثرات و پیامدهای گردشگری خانه‌های دوم (مورد مطالعه: سکونتگاه‌های روستایی غرب استان گلستان)». نتایج پژوهش از دیدگاه جامعه محلی نشانگر وجود تباینات ساختاری محیط روستا و خاستگاه و انگیزه‌های گردشگران بر کارکردها و تنوع گونه‌های گردشگری خانه‌های دوم است. رونق گردشگری خانه‌های دوم با تغییرات محیطی - کالبدی از دیدگاه مردم محلی و مدیران روستایی رابطه مثبت و از منظر صاحبان خانه‌های دوم رابطه عکس دارد. میزان تأثیرگذاری گردشگری خانه‌های دوم بر ابعاد محیطی - کالبدی روستاها در تیپ کوهستانی بیلاقی - جنگلی نسبت به روستاهای تیپ جلگه‌ای بیشتر است.

حاتمی خانقاهی و همکاران (10)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی آثار کالبدی شکل‌گیری خانه‌های دوم منطقه بر گردشگری سرعین از دیدگاه ذی‌نفعان» به این نتیجه دست یافتند که هر سه گروه ذی‌نفعان (گردشگران، جامعه محلی و متصدیان گردشگری) با بهبود شرایط کالبدی به‌طور کلی موافق هستند. در بررسی ریزفاکتورهای ارائه‌شده، عواملی چون افزایش امکانات و خدمات، بهبود امکانات اداری، ایجاد ساختمان‌هایی با مصالح جدید، بهبود راه‌های ارتباطی، توجه بیشتر مدیران به توسعه و عمران، تسریع پروژه‌های عمرانی به‌واسطه کمک مالی گردشگران، فراهم کردن زمینه‌های توسعه در منطقه در درازمدت و غیره، از جمله اثرات مثبت کالبدی حاصل از حضور خانه‌های دوم است؛ از طرفی، اثرات منفی همچون افزایش هزینه‌های ساخت و ایجاد سبک معماری متفاوت با سبک معماری منطقه نیز از منظر ذی‌نفعان مطرح شده است.

دروفیوا و همکاران (11)، در مورد چشم‌اندازهای توسعه اکوتوریسم در جنوب روسیه به مطالعه می‌پردازند. مناطق جنوبی روسیه بسیاری از شرایط لازم برای توسعه گردشگری را دارند. آن‌ها دارای منابع عظیم زیست‌محیطی هستند که استفاده از آن‌ها در کنار تقاضای فزاینده و در حال افزایش خدمات گردشگری، طبیعتاً منجر به تشدید توسعه زیرساخت‌ها و سازمان‌های اراضی اکوتوریسم خواهد شد.

کامیلری (1) در پژوهشی بیان داشت که رشد تعداد مالکان خانه‌های دوم گردشگری در جهان می‌تواند زمینه ناپایداری فرهنگی در مناطق مقصد گردشگری را فراهم نماید.

روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی و میدانی و به لحاظ هدف، کاربردی است و برای تحلیل داده‌ها از روش آمیخته ترکیبی استفاده شده است. گردآوری اطلاعات با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، اسنادی و مشاهدات میدانی صورت پذیرفته و ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر در بخش کیفی، مصاحبه و در بخش کمی، پرسشنامه است. حجم نمونه از روی جامعه آماری در بخش کیفی با توجه به اشباع نظری، ۲۰ نفر و در بخش کمی، ۴۰۰ نفر (دسته‌بندی در سه گروه ذی‌نفعان: ۱۳۳ نفر طراح، ۱۳۳ نفر کارفرما و ۱۳۴ نفر استفاده‌کننده) با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده است. تحلیل اطلاعات در بخش کیفی

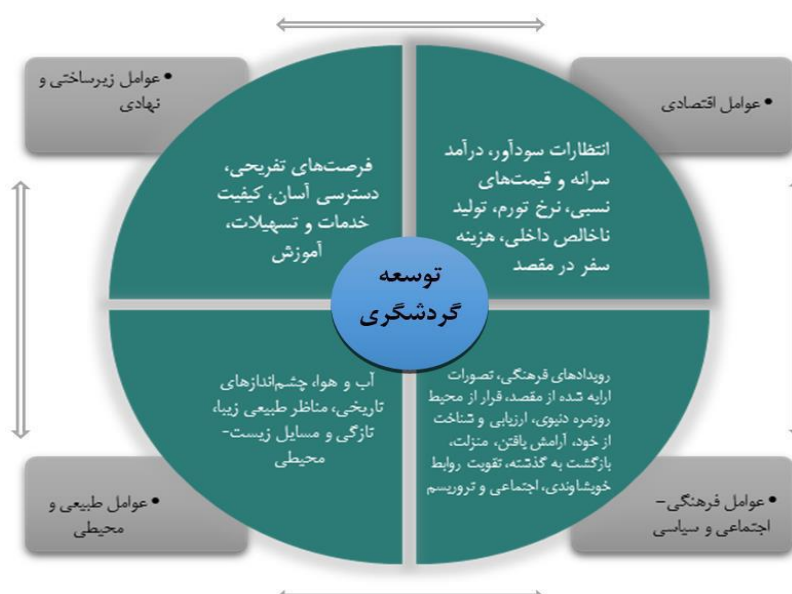
با تکنیک تحلیل مضمون و با استفاده از مصاحبه عمیق در نرم افزار MAXQDA انجام شده و در بخش کمی، از تحلیل های آماری مانند آزمون تی تک نمونه ای، همبستگی پیرسون و نیز آزمون فریدمن در نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری به عنوان یک صنعت

گردشگری یکی از پویاترین و سریع ترین صنایع در حال رشد جهان بوده و از معدود بخش های خدماتی است که فرصت های مناسب را برای تجارت کشورهای جهان، فارغ از میزان توسعه یافتگی آنها، فراهم آورده است. (12) این نکته ظریف سبب رشد این مقوله خدماتی شده، به گونه ای که از گردشگری به صنعت تعبیر شده و بعد از صنعت نفت و خودرو، به عنوان صنعت سوم درآمد ساز جهان شناخته می شود و بخش بزرگ صادراتی جهان با قابلیت بالای اشتغال زایی و توسعه جوامع محلی و با گردش مالی ۱۶۰۰ میلیارد دلاری، مولد ۱۰ درصد تولید ناخالص جهان بوده و به ازای هر ۱۰ شغل در جهان، یک شغل مربوط به حوزه گردشگری است. (9) در مجموع، ۱۰۸ میلیون نفر در سراسر دنیا مشاغلی مرتبط با بخش گردشگری دارند و سه برابر این رقم نیز مشاغلی است که به نحوی غیر مستقیم وابسته به صنعت گردشگری است. (11)

بر اساس پیش بینی سازمان تجارت جهانی، تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران در کل دنیا به رقمی بالغ بر یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر و در سال ۲۰۳۰ به رقمی بالغ بر یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر خواهد رسید و بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از این طریق قابل رفع خواهد بود. صنعت گردشگری به عنوان صنعت پاک به شمار می رود؛ زیرا نسبت به صنایع دیگر از آلودگی بسیار کمتری برخوردار است. (13) سازمان ملل متحد این صنعت را به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه اقتصادی، اشتغال و منبعی برای کسب درآمد بالاتر به رسمیت شناخته است. در کشورهای توسعه یافته، گردشگری باعث تنوع درآمد و کاهش عدم انسجام در اقتصاد می شود، این در حالی است که در کشورهای در حال توسعه، این صنعت فرصتی برای صادرات با شیوه ای سریع تر از روش های سنتی است. (8)



شکل ۱: عوامل کشش و رانش کلان مؤثر بر صنعت گردشگری مأخذ: (14)

گردشگری خانه دوم

منظور از خانه دوم، خانه فرد روستایی است که در شهر زندگی می‌کند، اما در واقع به خانه‌هایی گفته می‌شود که اغلب شهروندان مرفه در نواحی خوش آب‌وهوا و بیلاق، جهت گذران اوقات فراغت و استراحت تدارک می‌بینند (15). بیشتر خانه‌های دوم در نواحی روستایی به صورت خرید زمین و ساخت خانه‌های ویلایی در دامنه تپه‌های مشرف به مناظر طبیعی زیبا و به سبک مدرن و لوکس و با هزینه‌های بالا بنا می‌شود. همچنین به خانه‌هایی گفته می‌شود که به وسیله خانوارهای ساکن در نقاط دیگر خریداری و یا به مدت طولانی اجاره می‌شود. چنین خانه‌هایی معمولاً در نواحی روستایی قرار دارند و برای مقاصد تفریحی استفاده می‌شوند. مقبولیت و فراوانی خانه‌های دوم اساساً پدیده‌ای است متعلق به بعد از سال ۱۹۴۵ که زندگی مردم متأثر از درآمد کافی بود و می‌توانستند بخشی از آن را به اقامت غیراساسی اختصاص دهند و همچنین داشتن وقت آزاد کافی برای اینکه این درآمد را در راه فعالیت‌های اوقات فراغت مورد استفاده قرار دهند. در گذشته، تصرف خانه‌های دوم به بخش کوچکی از جامعه محدود می‌شد؛ از جنگ جهانی دوم به بعد، به طور چشمگیری تغییر یافت (16).

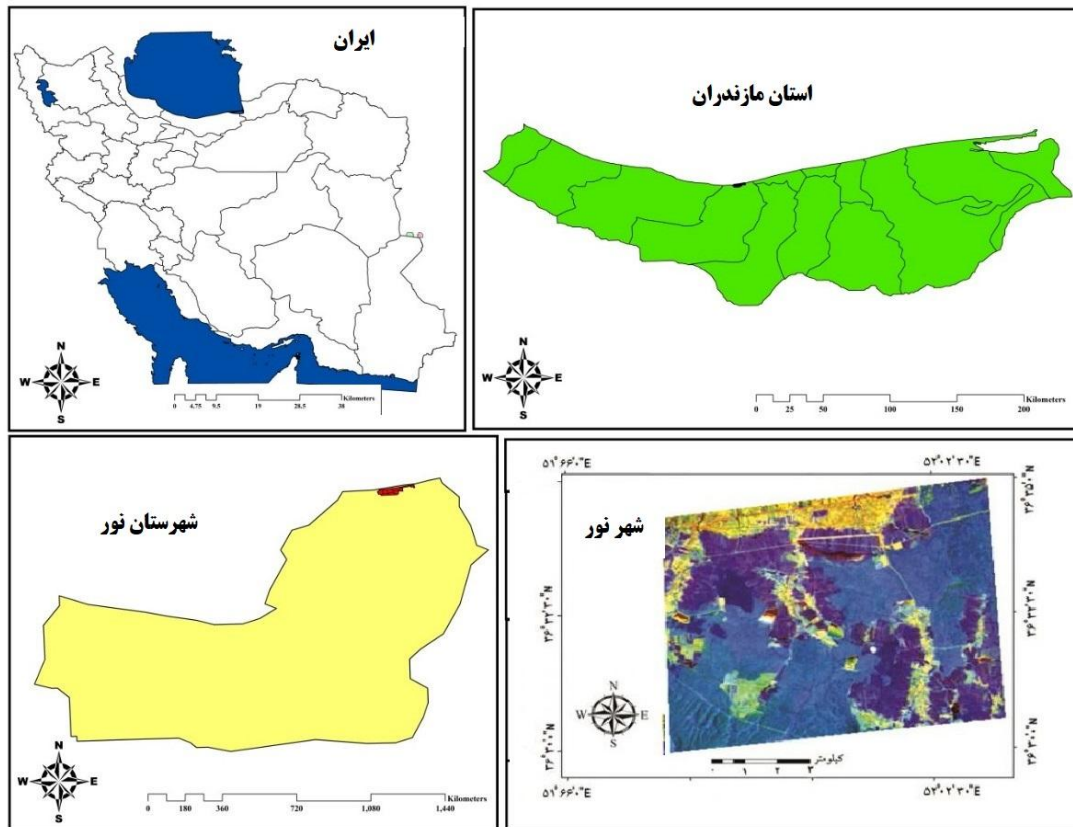
جدول ۱: پیامدهای ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در روستاها

پیامدها	مثبت	منفی
اقتصادی	اشتغال‌زایی، کسب سرمایه، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در بخش ساخت‌وساز، خرده‌فروشی و مسافرکشی، افزایش دادوستد، دریافت عوارض و مالیات، درآمدزایی، ایجاد بازار مناسب برای محصولات کشاورزی	تهدیدی برای کشاورزی، تبدیل مزارع و باغ‌ها به باغ‌های خانگی کم‌بازده، رکود کشاورزی در برابر خدمات، نبود توجه اقتصادی، افزایش بهای زمین‌ها، افزایش قیمت زمین و مسکن، مشکل تهیه مسکن برای روستاییان، افزایش هزینه تهیه مسکن، افزایش قیمت کالا و خدمات
اجتماعی - فرهنگی	تطبیق دو سیستم مختلف ارزشی به بخش‌هایی از محیط روستا، افزایش شناخت نواحی روستایی، گسترش فرهنگ روستا، گسترش ضوابط و قوانین در نواحی روستایی و بین مردم، رواج استفاده از وسایل رفاهی، گسترش امنیت، افزایش مشارکت، افزایش حس تعلق خاطر به محل سکونت	ایجاد رقابت و از بین رفتن پیوستگی جامعه روستایی، تضعیف یا تشدید مهاجرت روستاییان به شهر، ایجاد اختلاف و کشمکش، کاهش امکان خانه‌سازی برای روستاییان، تغییر مفهوم «کار» نزد روستاییان، تعارض اجتماعی و فرهنگی میان روستاییان و صاحبان خانه‌های دوم، اختلال در فرهنگ روستایی، اعتراض و انتقاد عمومی به دلیل خالی بودن روستا در بیشتر روزهای سال، مهاجرت جوانان، گسیختگی ساختار اجتماعی، رنجش روستاییان و واکنش رفتار منفی محلی، ازدیاد تخلفات اجتماعی، تسلط خانه‌دومی‌ها بر روستاییان
کالبدی	افزایش ساخت‌وسازهای جدید، افزایش امکانات بهداشتی - درمانی و سهولت دسترسی به آن‌ها، کاهش زمین‌های متروک، اتصال روستاها، بهبود تأسیسات و تجهیزات، تغییر نوع مصالح و سبک معماری	تسطیح دامنه کوه‌ها، تغییر کاربری زمین‌ها، ایجاد دوگانگی در محیط‌زیست ساخته‌شده، تغییر چشم‌اندازها، فرسایش، آلودگی، تغییر در ترکیب مجموعه گیاهان و جانوران، خطر زیبایی سطحی، افزایش هزینه نگهداری از تأسیسات، تنزل بصری، قطعه‌قطعه شدن زمین‌ها

مأخذ (12):

محدوده مورد مطالعه

مطابق با آخرین تقسیمات سیاسی کشور، شهر نور به عنوان مرکزیت شهرستان نور محسوب شده و زیرمجموعه‌ای از استان مازندران است. شهر نور در قسمت میانی استان و در سواحل جنوبی دریای خزر استقرار دارد؛ شهر نور از شمال به دریای خزر، از شرق به ایزدشهر و شهرستان آمل، از شمال شرق به محمودآباد، از غرب به رویان و شهرستان نوشهر متصل است. این کانون در فاصله ۱۲۰ کیلومتری مرکز استان و بین طول‌های جغرافیایی ۵۱ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۵۲ درجه و ۱۸ دقیقه شرقی و عرض‌های ۳۶ درجه و ۲ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۳۶ دقیقه شمالی از نقطه کانونی گرینویچ لندن، استقرار یافته است. از نظر توپوگرافی، شامل دو قسمت اصلی جلگه‌ای و کوهستانی است. مساحت شهر نور معادل ۷۰۵ کیلومتر مربع است. شهرداری نور در سال ۱۳۳۳ تأسیس شده است. (11)



شکل ۲: موقعیت شهرستان نور در تقسیمات کشوری

یافته‌های پژوهش

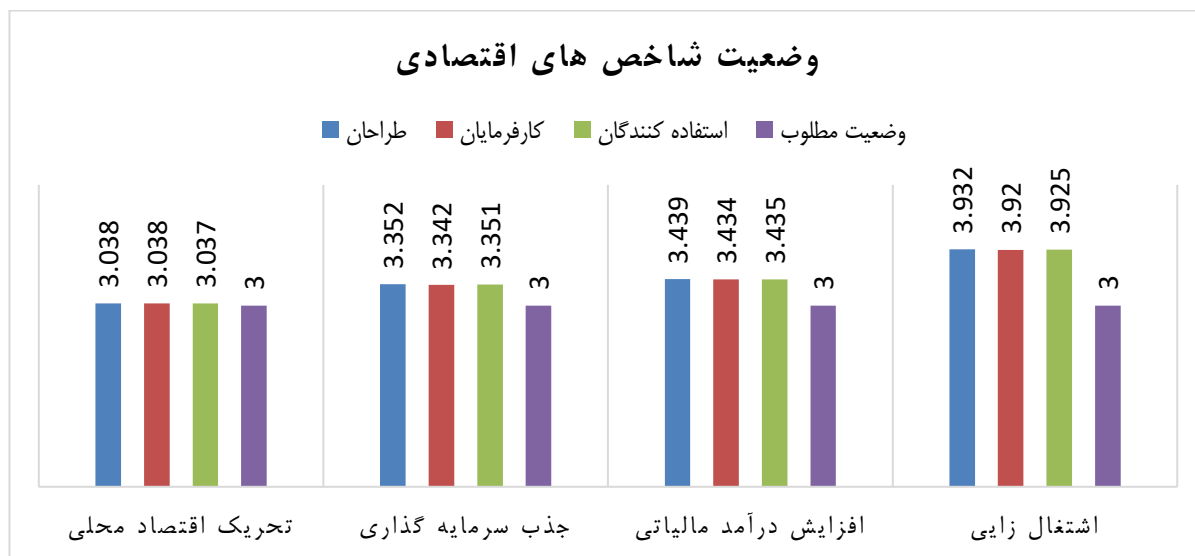
گردشگری می‌تواند نقش مهمی در طراحی معماری خانه‌های دوم روستاهای جلگه‌ای مازندران داشته باشد. این نقش می‌تواند به صورت زیر تبیین شود:

۱. الهام‌بخشی از طراحی: گردشگری می‌تواند به عنوان یک منبع الهام‌بخش برای طراحان معماری خانه‌های دوم در روستاهای جلگه‌ای مازندران عمل کند. از طریق مطالعه و بررسی سبک‌ها و روش‌های معماری محلی و همچنین تجربه‌های گردشگری، طراحان می‌توانند ایده‌های جدید و خلاقانه برای طراحی خانه‌های دوم ارائه دهند.

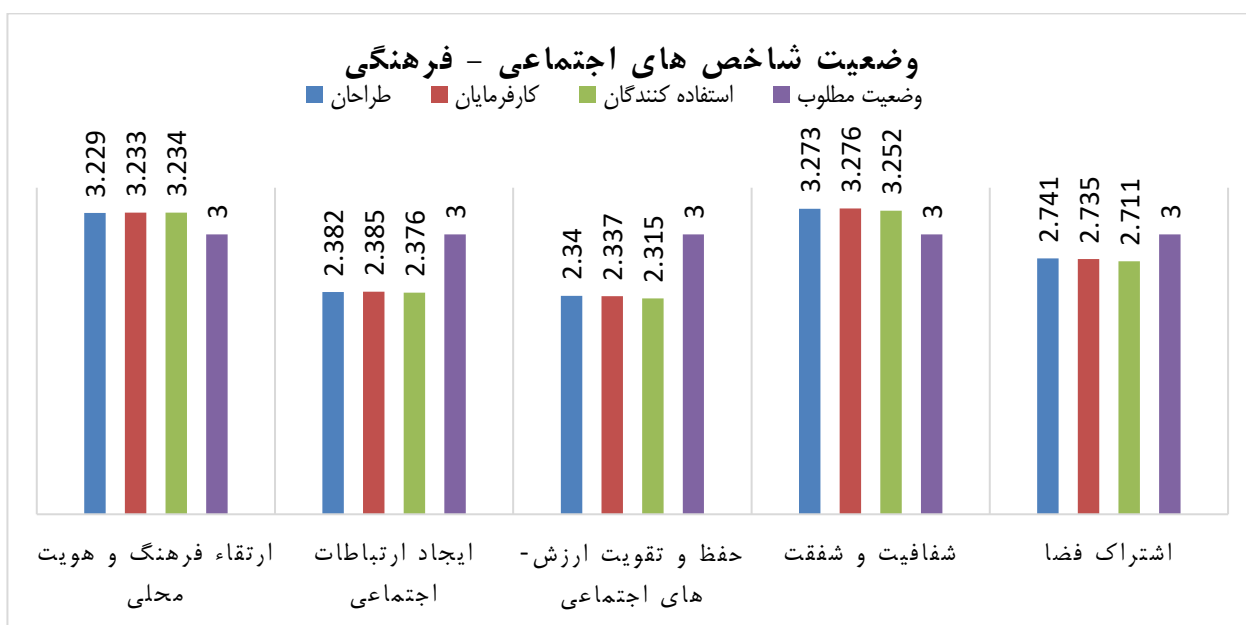
۲. حفظ و حراست از فرهنگ و سنت: گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار برای حفظ و حراست از فرهنگ و سنت معماری منطقه مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به تقاضای گردشگران برای تجربه فرهنگ و سنت محلی، طراحان معماری می‌توانند خانه‌های دوم را به گونه‌ای طراحی کنند که از جزئیات و عناصر معماری محلی الهام گرفته شده باشند.

۳. توسعه اقتصادی: گردشگری می‌تواند به عنوان یک منبع درآمد جدید برای ساکنان روستاهای جلگه‌ای مازندران عمل کند. طراحی خانه‌های دوم با توجه به نیازهای گردشگران و افزایش جذابیت منطقه، می‌تواند باعث تحرک اقتصادی و توسعه بخش گردشگری در منطقه شود. با توجه به این نقش‌ها، می‌توان گفت که گردشگری می‌تواند به عنوان یک عامل مؤثر در طراحی معماری خانه‌های دوم روستاهای جلگه‌ای مازندران در نظر گرفته شود و باعث ایجاد خلق و خلاقیت در این زمینه شود.

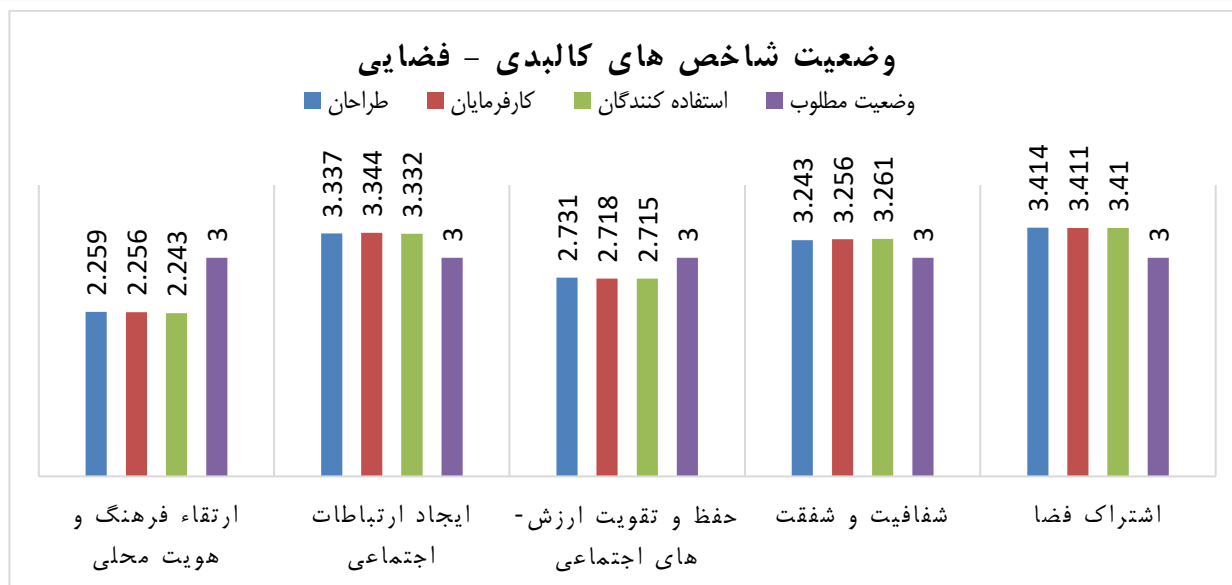
بررسی وضعیت شاخص‌های مرتبط با گردشگری در طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور، نظرات هر یک از گروه‌های ذی‌نفع، یعنی طراحان، کارفرمایان و استفاده‌کنندگان، به تفکیک ارائه شده است.



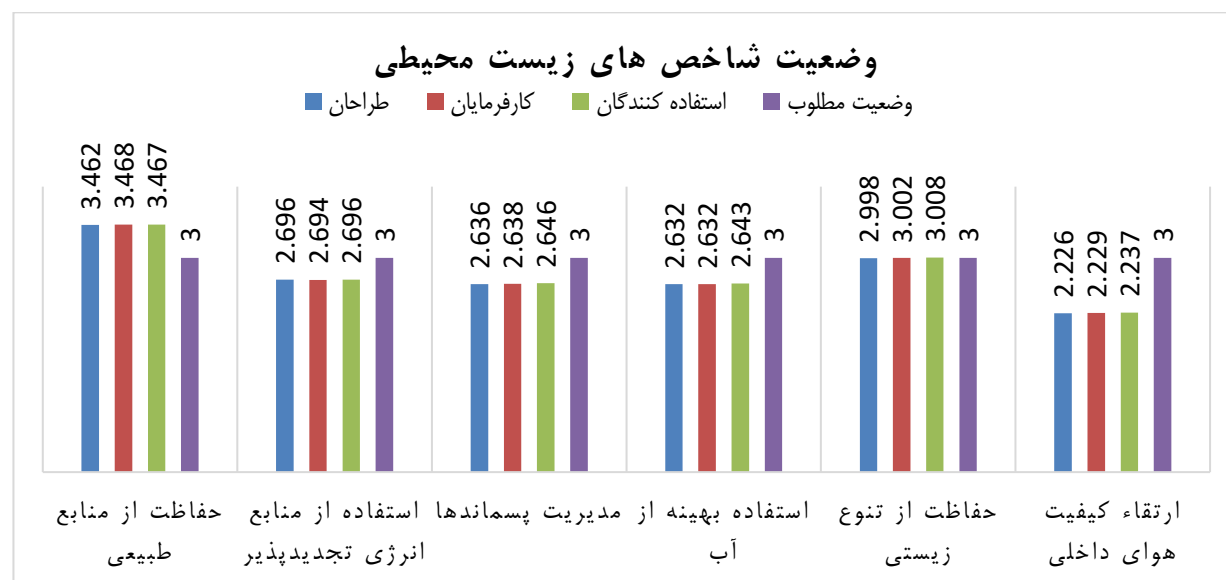
نمودار ۱: وضعیت شاخص‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری در طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور



نمودار ۲: وضعیت شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی مرتبط با گردشگری در طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور



نمودار ۳: وضعیت شاخص‌های کالبدی - فضایی مرتبط با گردشگری در طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور



نمودار ۴: وضعیت شاخص‌های زیست محیطی مرتبط با گردشگری در طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور

برای بررسی اثرگذاری معیار اجتماعی - فرهنگی مرتبط با گردشگری بر طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور، در این پژوهش از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است.

جدول ۲: نتیجه آزمون تی تک‌نمونه‌ای در ارتباط با اثرگذاری معیار اجتماعی - فرهنگی مرتبط با گردشگری بر طراحی خانه‌های دوم واقع در روستاهای

بخش مرکزی شهرستان نور

ذی‌نفعان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری
طراحان	۱۳۳	۲.۷۷۳	۰.۴۷۰	-۵.۵۶۷	۱۳۲	۰.۰۰۰
کارفرمایان	۱۳۳	۲.۷۷۴	۰.۴۶۹	-۵.۵۶۱	۱۳۲	۰.۰۰۰

استفاده کنندگان	۱۳۴	۲.۷۵۹	۰.۴۲۶	۶.۰۴۵-	۱۳۳	۰.۰۰۰
-----------------	-----	-------	-------	--------	-----	-------

جدول ۳: نتیجه آزمون تی تک نمونه ای در ارتباط با اثرگذاری معیار کالبدی - فضایی مرتبط با گردشگری بر طراحی خانه های دوم واقع در روستاهای بخش

مرکزی شهرستان نور

ذی نفعان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری
طراحان	۱۳۳	۲.۹۲۳	۰.۲۷۳	۳.۲۵۸-	۱۳۲	۰.۰۰۱
کارفرمایان	۱۳۳	۲.۹۲۲	۰.۲۷۷	۳.۲۳۳-	۱۳۲	۰.۰۰۲
استفاده کنندگان	۱۳۴	۲.۹۱۷	۰.۲۶۸	۳.۵۹۲-	۱۳۳	۰.۰۰۰

جدول ۴: نتیجه آزمون تی تک نمونه ای در ارتباط با اثرگذاری معیار زیست محیطی مرتبط با گردشگری بر طراحی خانه های دوم واقع در روستاهای بخش

مرکزی شهرستان نور

ذی نفعان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری
طراحان	۱۳۳	۲.۷۹۰	۰.۴۱۳	۵.۸۷۶-	۱۳۲	۰.۰۰۰
کارفرمایان	۱۳۳	۲.۷۹۲	۰.۴۱۱	۵.۸۳۸-	۱۳۲	۰.۰۰۰
استفاده کنندگان	۱۳۴	۲.۷۹۸	۰.۴۱۵	۵.۶۳۳-	۱۳۳	۰.۰۰۰

برای اولویت بندی شاخص های مرتبط با گردشگری در طراحی خانه های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور، به تفکیک نظرات گروه های

ذی نفع، از آزمون فریدمن استفاده شده است.

جدول ۵: آماره های آزمون فریدمن در رابطه با معیار اقتصادی

آزمون فریدمن	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
کای اسکوتر	۱۵۰.۰۸۵	۱۴۵.۰۲۹	۱۴۷.۸۰۰
درجه آزادی	۳	۳	۳
سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

جدول ۶: آماره های آزمون فریدمن در رابطه با معیار اجتماعی - فرهنگی

آزمون فریدمن	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
کای اسکوتر	۲۹۰.۱۴۱	۲۹۰.۴۶۶	۲۹۵.۵۱۹
درجه آزادی	۴	۴	۴
سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

جدول ۷: آماره های آزمون فریدمن در رابطه با معیار کالبدی - فضایی

آزمون فریدمن	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
کای اسکوتر	۲۳۴.۶۵۹	۲۴۳.۵۱۵	۲۴۴.۲۸۹
درجه آزادی	۴	۴	۴
سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

جدول ۸: آماره های آزمون فریدمن در رابطه با معیار زیست محیطی

آزمون فریدمن	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
کای اسکوئر	۲۶۶.۲۰۷	۲۶۷.۶۸۹	۲۶۵.۹۰۶
درجه آزادی	۵	۵	۵
سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

پژوهش حاضر دارای یک فرضیه اصلی و دو فرضیه فرعی است که در زیر، هر یک مورد آزمون قرار گرفته‌اند و نتایج هر یک ارائه شده است.

بین گردشگری و طراحی معماری خانه‌های دوم در محدوده مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد. برای بررسی میزان ارتباط میان گردشگری و طراحی معماری خانه‌های دوم در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۹: نتایج همبستگی میان گردشگری و طراحی معماری خانه‌های دوم در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور

آزمون پیرسون	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
گردشگری و طراحی معماری خانه‌های دوم	ضریب همبستگی	۰.۹۴۴	۰.۹۴۲
	سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴

گردشگری بر بعد فرهنگی - اجتماعی خانه‌های دوم بیشترین تأثیر را دارد. برای بررسی میزان اثرگذاری گردشگری بر بعد فرهنگی - اجتماعی خانه‌های دوم، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. از طرفی، میزان اثرگذاری گردشگری بر ابعاد اقتصادی، کالبدی - فضایی و نیز زیست‌محیطی خانه‌های دوم نیز بررسی شده است. در صورتی که میزان همبستگی میان دو متغیر گردشگری و بعد فرهنگی - اجتماعی بیشتر از سایر متغیرها باشد، نشان از آن دارد که گردشگری بر بعد فرهنگی - اجتماعی خانه‌های دوم بیشترین تأثیر را داشته است.

جدول ۱۰: نتایج میزان همبستگی میان متغیر گردشگری و متغیرهای فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، کالبدی - فضایی و زیست‌محیطی

آزمون پیرسون	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
اقتصادی	ضریب همبستگی	۰.۶۰۰	۰.۶۱۶
	سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
فرهنگی - اجتماعی	ضریب همبستگی	۰.۷۰۳	۰.۶۹۸
	سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
کالبدی - فضایی	ضریب همبستگی	۰.۷۹۰	۰.۷۸۸
	سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
زیست‌محیطی	ضریب همبستگی	۰.۷۲۶	۰.۷۳۲
	سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴

اولویت طراحان بر بعد کالبدی - فضایی و نیز اولویت استفاده کنندگان و ذی نفعان بر بعد فرهنگی - اجتماعی و اولویت کارفرمایان بر بعد اقتصادی است.

جدول ۱۱: نتایج آزمون فریدمن در رابطه با معیارهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی - فضایی و زیست محیطی

ابعاد	آزمون فریدمن	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
اقتصادی	تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
	کای اسکوتر	۱۵۰.۰۸۵	۱۴۵.۰۲۹	۱۴۷.۸۰۰
	درجه آزادی	۳	۳	۳
	سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
اجتماعی - فرهنگی	تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
	کای اسکوتر	۲۹۰.۱۴۱	۲۹۰.۴۶۶	۲۹۵.۵۱۹
	درجه آزادی	۴	۴	۴
	سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
کالبدی - فضایی	تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
	کای اسکوتر	۲۳۴.۶۵۹	۲۴۳.۵۱۵	۲۴۴.۲۸۹
	درجه آزادی	۴	۴	۴
	سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
زیست محیطی	تعداد	۱۳۳	۱۳۳	۱۳۴
	کای اسکوتر	۲۶۶.۲۰۷	۲۶۷.۶۸۹	۲۶۵.۹۰۶
	درجه آزادی	۵	۵	۵
	سطح معناداری آزمون	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

بر این اساس، مطابق با نظر طراحان، کارفرمایان و استفاده کنندگان، معیار اقتصادی به ترتیب با رتبه میانگین (۳.۷۶)، (۳.۷۵) و (۳.۷۷)، بالاترین رتبه را در میان معیارهای مؤثر در تبیین نقش گردشگری در طراحی خانه های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور دارد.

جدول ۱۲: رتبه میانگین معیارهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی - فضایی و زیست محیطی از نظر طراحان، کارفرمایان و استفاده کنندگان

معیار	طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان
اقتصادی	۳.۷۶	۳.۷۵	۳.۷۷
اجتماعی - فرهنگی	۱.۷۷	۱.۷۶	۱.۷۲
کالبدی - فضایی	۲.۴۱	۲.۴۲	۲.۴۱
زیست محیطی	۲.۰۶	۲.۰۷	۲.۱۰

جدول ۱۳: رتبه بندی معیارهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی - فضایی و زیست محیطی از نظر طراحان، کارفرمایان و استفاده کنندگان

طراحان	کارفرمایان	استفاده کنندگان	معیار
اول	اول	اول	اقتصادی
چهارم	چهارم	چهارم	اجتماعی - فرهنگی
دوم	دوم	دوم	کالبدی - فضایی

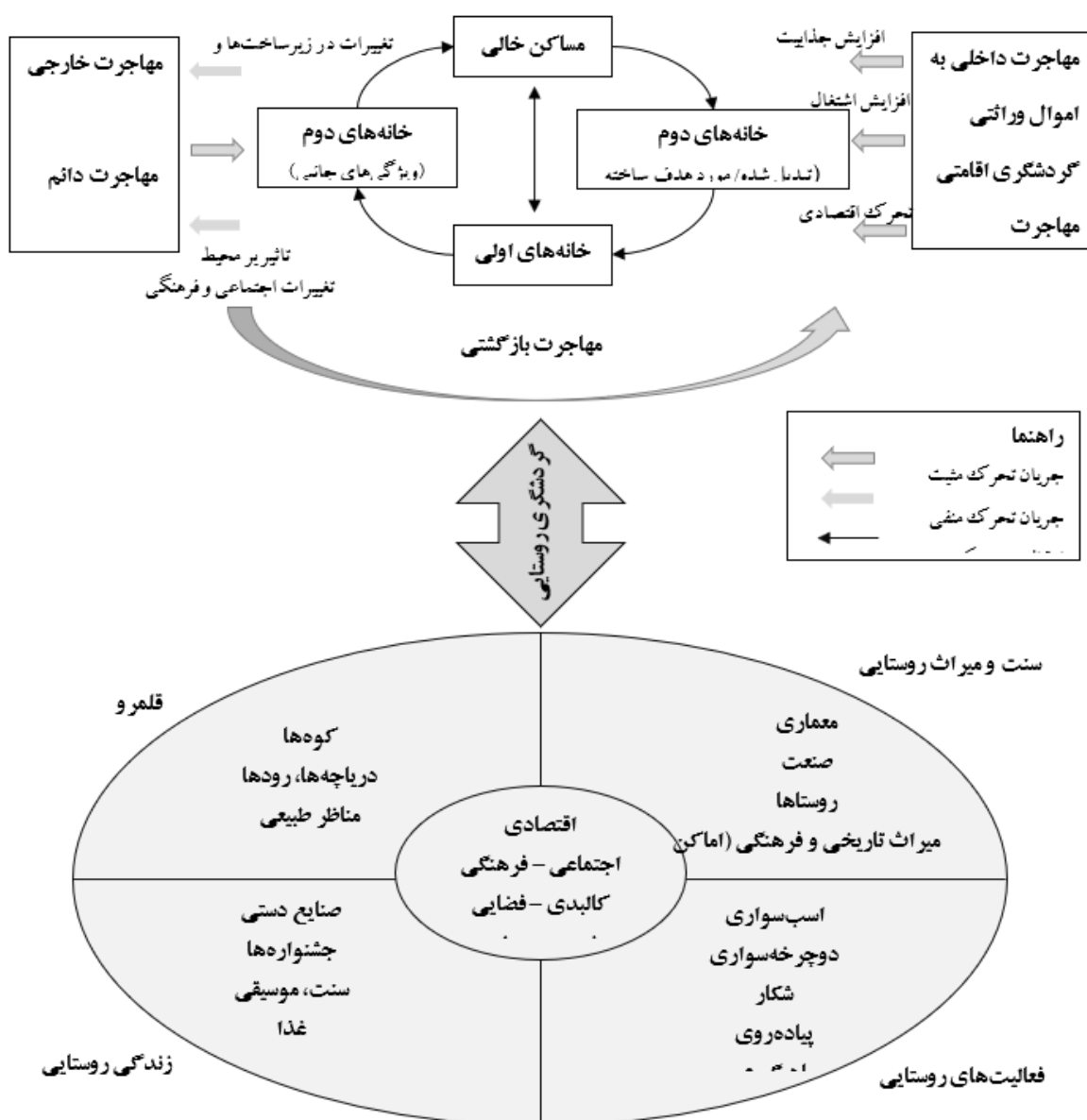
می‌توان نتیجه گرفت که از نظر طراحان، کارفرمایان و استفاده‌کنندگان، معیار اقتصادی با رتبه اول (۱) بالاترین اهمیت را در بین این شاخص‌ها دارد. سپس، معیار کالبدی - فضایی با رتبه دوم (۲)، معیار زیست‌محیطی با رتبه سوم (۳) و معیار اجتماعی - فرهنگی با رتبه چهارم (۴)، به ترتیب از اهمیت برخوردارند. این نتیجه نشان می‌دهد که از نظر طراحان، کارفرمایان و استفاده‌کنندگان، معیار اقتصادی اولویت بالاتری نسبت به سایر معیارها دارد. این نکته ممکن است نشان‌دهنده تمرکز بیشتر بر جنبه‌های اقتصادی و مالی پروژه‌ها و طرح‌های ساختمانی باشد. به عبارت دیگر، این نتیجه نشان می‌دهد که اهمیت اقتصادی و مالی برای طراحان، کارفرمایان و استفاده‌کنندگان بسیار مهم است و تصمیم‌گیری‌های آن‌ها بر اساس این معیار انجام می‌شود.

نتیجه‌گیری

بررسی نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور می‌تواند به نتایج متنوعی منجر شود. در ادامه، تعدادی از نتایج حاصل مورد بررسی قرار گرفته‌اند:

۱. افزایش توجه به جذابیت طراحی: حضور گردشگران و توریست‌ها ممکن است باعث افزایش توجه به جذابیت طراحی خانه‌های دوم در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور شود. طراحان معماری ممکن است به منظره‌ها، فضاها، معماری عمومی و امکانات گردشگری توجه بیشتری داشته باشند و این عوامل را در طراحی خانه‌ها در نظر بگیرند.
 ۲. ارتقای اقتصاد منطقه: حضور گردشگران ممکن است باعث افزایش درآمد و اقتصاد منطقه شود. طراحی خانه‌های دوم با توجه به نیازهای گردشگران و توریست‌ها می‌تواند به افزایش جذب گردشگران و افزایش درآمد محلی کمک کند.
 ۳. حفاظت از فرهنگ و سنت‌های محلی: در طراحی خانه‌های دوم، حفظ و حراست از فرهنگ و سنت‌های محلی نقش مهمی دارد. حضور گردشگران ممکن است باعث افزایش توجه به این موارد شود و طراحان معماری بتوانند این عوامل را در طراحی خانه‌ها در نظر بگیرند.
 ۴. توسعه پایدار: طراحی خانه‌های دوم با توجه به اصول توسعه پایدار و حفاظت از محیط‌زیست می‌تواند به توسعه پایدار منطقه کمک کند. در نظر گرفتن عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی در طراحی خانه‌ها می‌تواند به حفظ منابع طبیعی و جلوگیری از آسیب به محیط‌زیست کمک کند.
- با توجه به این نکات، نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی محلی، توسعه اقتصاد منطقه و حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی کمک کند.

ویژگی‌های جانبی		بافت محلی معمولی
وضعیت رسمی	وضعیت ساختمان	
خانه‌های خالی	خرابه	مناطق روستایی نسبتاً دور از جمعیت در حال افول اقتصادی
خانه‌های دوم	فقر	
	نامطلوب	خدمات و امکانات محدود
خانه دوم فعال		خانه‌های خالی ← خانه‌های آخر هفته
خانه‌های مورد هدف ساخته شده	خانه‌های تبدیل شده	به طور گسترده از مناظر محیطی استفاده می‌شود
		مناظر معمولی روستایی در مناطق داخلی شهری
		امکانات رفاهی - مناطق داخلی غنی، مناظر ساحلی و کوهستانی
		مناطق اصلی برای تعطیلات، مناظر ساحلی و کوهستانی



نمودار ۵: الگوی نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور

جریان تحرکات مثبت و منفی در روستا به خانه‌های دوم جهت توسعه گردشگری می‌تواند تأثیر زیادی بر رونق گردشگری و اقتصاد منطقه داشته باشد. در زیر به برخی از جریانات مثبت و منفی که ممکن است در این زمینه رخ دهند، اشاره شده است:

جریانات مثبت:

۱. افزایش جذابیت منطقه: توسعه خانه‌های دوم به‌عنوان واحدهای اقامتی یا فعالیت‌های تفریحی و فرهنگی می‌تواند جذابیت منطقه را بالا ببرد و باعث افزایش تعداد گردشگران و توریست‌ها شود.
۲. افزایش اشتغال: توسعه خانه‌های دوم به‌عنوان واحدهای اقامتی یا فعالیت‌های تفریحی و فرهنگی می‌تواند فرصت‌های شغلی جدید ایجاد کند و به افزایش اشتغال در منطقه کمک کند.
۳. تحرک اقتصادی: با جذب گردشگران و توریست‌ها، تحرک اقتصادی منطقه افزایش می‌یابد و فروش محصولات محلی و خدمات محلی نیز افزایش می‌یابد.

جریانات منفی:

۱. تغییرات در زیرساخت‌ها و خدمات: با افزایش تعداد گردشگران، نیاز به بهبود زیرساخت‌ها و خدمات شهری و روستایی افزایش می‌یابد که ممکن است نیاز به سرمایه‌گذاری و تغییرات بزرگ در منطقه را به همراه داشته باشد.
 ۲. تأثیر بر محیط‌زیست: با افزایش تعداد گردشگران، ممکن است بار زیست‌محیطی منطقه افزایش یابد و به تخریب منابع طبیعی و محیط‌زیست منطقه منجر شود.
 ۳. تغییرات اجتماعی و فرهنگی: با ورود گردشگران به منطقه، ممکن است تغییرات اجتماعی و فرهنگی رخ دهد که بر برخی از جوامع محلی تأثیر منفی داشته باشد.
- با در نظر گرفتن همه جنبه‌های مثبت و منفی، لازم است برای توسعه خانه‌های دوم روستایی به‌عنوان جزء اصلی صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی دقیق و هوشمندانه صورت گیرد تا اثرات منفی کمینه شده و اثرات مثبت به حداکثر برسد.

الگوی گردشگری در توسعه خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مؤثر برای افزایش جذابیت و توسعه اقتصادی منطقه مورد استفاده قرار گیرد. در زیر به الگوهای مهمی که می‌تواند در این زمینه مورد استفاده قرار گیرد، اشاره شده است:

۱. توسعه خانه‌های دوم به‌عنوان واحدهای اقامتی: تبدیل خانه‌های دوم به واحدهای اقامتی برای گردشگران و توریست‌ها می‌تواند به افزایش درآمد محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی در منطقه کمک کند. این الگو باعث افزایش جذب گردشگران و توریست‌ها به منطقه و تحرک اقتصادی آن می‌شود.
۲. توسعه خانه‌های دوم به‌عنوان مکان‌های فعالیت‌های تفریحی و فرهنگی: این الگو شامل تبدیل خانه‌های دوم به مکان‌های فعالیت‌های تفریحی، فرهنگی و آموزشی می‌شود. این اقدامات باعث افزایش جذب گردشگران به منطقه و ترویج فعالیت‌های فرهنگی و هنری محلی می‌شود.
۳. توسعه خانه‌های دوم به‌عنوان مکان‌های آموزش و آموزش: این الگو شامل تبدیل خانه‌های دوم به مکان‌های آموزش و آموزش برای گردشگران و توریست‌ها می‌شود. این اقدامات باعث افزایش آگاهی و دانش گردشگران درباره فرهنگ، تاریخ و میراث محلی منطقه می‌شود.

۴. توسعه خانه‌های دوم با رویکرد پایدار: در این الگو، تمرکز بر توسعه خانه‌های دوم با رویکرد پایدار و حفاظت از محیط‌زیست قرار می‌گیرد. طراحی خانه‌ها با استفاده از فناوری‌های سبز، استفاده از منابع طبیعی و حفظ فضاهای سبز باعث حفظ محیط‌زیست و جلوگیری از آسیب به آن می‌شود.
- با استفاده از این الگوها، توسعه خانه‌های دوم روستایی به‌عنوان جزء مهمی از صنعت گردشگری و توسعه منطقه می‌تواند به بهبود شرایط اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه کمک کند.
- سنت و میراث روستایی از جوانب مهمی است که می‌تواند در طراحی و توسعه خانه‌های دوم روستایی برای گردشگری تأثیرگذار باشد. این عوامل می‌توانند به‌عنوان یک منبع اصلی برای جذب گردشگران و توریست‌ها به منطقه خدمت کنند و تجربه گردشگران را تقویت کنند. نقش سنت و میراث روستایی در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری شامل موارد زیر می‌شود:
۱. حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی و تاریخی: استفاده از عناصر معماری سنتی و مواد ساختمانی محلی در طراحی خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی و تاریخی منطقه کمک کند و جذابیت بیشتری برای گردشگران ایجاد کند.
 ۲. ارتقای تجربه گردشگران: طراحی خانه‌های دوم روستایی با تأکید بر عناصر سنتی و میراث روستایی، می‌تواند به ارتقای تجربه گردشگران از سفر به منطقه کمک کند و آن‌ها را به تجربه‌ای عمیق‌تر از فرهنگ و زندگی روستایی نزدیک کند.
 ۳. تحرک اقتصادی: استفاده از محصولات صنایع دستی محلی، غذاهای سنتی و سایر تجارت‌های محلی در خانه‌های دوم روستایی، می‌تواند به تحرک اقتصادی منطقه کمک کند و به اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی منطقه کمک کند.
 ۴. حفظ زیستگاه‌های طبیعی: طراحی خانه‌های دوم روستایی با رعایت محیط‌زیست و استفاده از روش‌های پایدار، می‌تواند به حفظ زیستگاه‌های طبیعی منطقه کمک کند و به توازن بین توسعه گردشگری و حفظ محیط‌زیست منطقه اعتنا نماید.
- با توجه به این نکات، استفاده از سنت و میراث روستایی در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری می‌تواند به تعادل بین توسعه گردشگری، حفظ فرهنگ و میراث منطقه و حفظ محیط‌زیست کمک کند و تجربه گردشگران را بهبود بخشد.
- مناظر طبیعی مانند کوه‌ها، دریاچه‌ها، رودخانه‌ها و جنگل‌ها از جوانب مهمی هستند که می‌توانند در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری تأثیرگذار باشند. این مناظر طبیعی می‌توانند به‌عنوان یک منبع اصلی جذب گردشگران و توریست‌ها به منطقه خدمت کنند و تجربه گردشگران را تقویت کنند. نقش این مناظر طبیعی در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری شامل موارد زیر می‌شود:
۱. افزایش جذابیت: استفاده از مناظر طبیعی چون کوه‌ها، دریاچه‌ها، رودخانه‌ها و جنگل‌ها در طراحی خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به افزایش جذابیت و جذب گردشگران به منطقه کمک کند. مناظر طبیعی زیبا و دلپذیر می‌توانند تجربه گردشگران را بهبود بخشند.
 ۲. فعالیت‌های خارج از اتاق: مناظر طبیعی مانند کوه‌ها، دریاچه‌ها و رودخانه‌ها فضای مناسبی برای فعالیت‌های خارج از اتاق، از جمله پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری، شنا و کوهنوردی فراهم می‌کنند که می‌توانند تجربه گردشگران را بهبود بخشند.
 ۳. ارتباط با طبیعت: حضور در نزدیکی مناظر طبیعی مانند جنگل‌ها و رودخانه‌ها می‌تواند به افزایش ارتباط گردشگران با طبیعت کمک کند و تجربه آن‌ها را بهبود بخشد.

۴. تأثیرات مثبت بر سلامت: حضور در مناظر طبیعی مثل جنگل‌ها و کوه‌ها ممکن است بر سلامت روحی و جسمی گردشگران تأثیر مثبت داشته باشد و به بهبود استراحت و خلق و خوی آن‌ها کمک کند.
۵. حفظ محیط‌زیست: حفظ مناظر طبیعی مانند کوه‌ها، دریاچه‌ها و جنگل‌ها در طراحی خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به حفظ محیط‌زیست منطقه کمک کند و به توازن بین توسعه گردشگری و حفظ محیط‌زیست منطقه اعتنا نماید.
- با توجه به این نکات، استفاده از مناظر طبیعی مانند کوه‌ها، دریاچه‌ها و رودخانه‌ها و جنگل‌ها در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری می‌تواند به تجربه گردشگران، حفظ محیط‌زیست و تحقق توسعه پایدار کمک کند.
- صنایع‌دستی، جشنواره‌ها، موسیقی، غذاهای محلی و گردشگری کشاورزی نیز از عوامل مهمی هستند که می‌توانند در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری تأثیرگذار باشند. نقش این عوامل در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری شامل موارد زیر می‌شود:
 ۱. صنایع‌دستی: استفاده از صنایع‌دستی محلی در طراحی و تزئین خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به ارتقای هویت فرهنگی و اقتصادی منطقه کمک کند. گردشگران ممکن است به خرید محصولات صنایع‌دستی محلی علاقه‌مند شوند و این باعث تقویت اقتصاد محلی و حفظ صنایع‌دستی سنتی شود.
 ۲. جشنواره‌ها: برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی و هنری در نزدیکی خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به جذب گردشگران و توریست‌ها کمک کند. این رویدادها ممکن است باعث افزایش شناخت منطقه و جذب گردشگران جدید شود.
 ۳. موسیقی: برگزاری کنسرت‌ها و نمایش‌های موسیقی در نزدیکی خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به افزایش جذب گردشگران علاقه‌مند به هنر و موسیقی کمک کند. فضاهای موسیقی محلی ممکن است تجربه گردشگران را بهبود بخشند.
 ۴. غذاهای محلی: ارائه غذاهای محلی و سنتی در رستوران‌ها و فضاهای خوراکی نزدیک به خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به تجربه گردشگران از فرهنگ و آشپزی محلی کمک کند. غذاهای محلی ممکن است جذب گردشگران با سلیقه‌های غذایی مختلف شود.
 ۵. گردشگری کشاورزی: امکانات برای شرکت در فعالیت‌های کشاورزی مانند باغبانی، چیدمان محصولات کشاورزی و تجربه زندگی روستایی برای گردشگران ممکن است در جذب آن‌ها به منطقه کمک کند. این فعالیت‌ها ممکن است به تجربه تعامل با محصولات طبیعی و سالم منطقه اضافه کنند.
- با توجه به این نکات، توجه به صنایع‌دستی، جشنواره‌ها، موسیقی، غذاهای محلی و گردشگری کشاورزی در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری ممکن است به تجربه گردشگران، حفظ فرهنگ محلی و تحقق توسعه پایدار منطقه کمک کند.
- فعالیت‌های روستایی مانند پیاده‌روی، شکار، ماهیگیری، اسب‌سواری و دوچرخه‌سواری می‌توانند نقش مهمی در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری داشته باشند. این فعالیت‌ها می‌توانند به تجربه گردشگران از زندگی روستایی و فرصت‌های فعالیت در طبیعت کمک کنند. نقش این فعالیت‌ها در طراحی خانه‌های دوم روستایی برای توسعه گردشگری شامل موارد زیر می‌شود:
 ۱. پیاده‌روی: ارائه مسیرهای پیاده‌روی در طبیعت و مناظر زیبا در اطراف خانه‌های دوم روستایی می‌تواند به تجربه گردشگران از طبیعت و فضای سبز منطقه اضافه کند. این فعالیت ممکن است به سلامت و رفاه جسمی و روحی گردشگران کمک کند.

۲. شکار و ماهیگیری: امکان شکار و ماهیگیری در نزدیکی خانه‌های دوم روستایی ممکن است به تجربه گردشگران علاقه‌مند به این فعالیت‌ها کمک کند.

این فعالیت‌ها ممکن است به افزایش جذب گردشگران علاقه‌مند به ورزش‌های خارج از منطقه شهری کمک کند.

۳. اسب‌سواری و دوچرخه‌سواری: امکان فعالیت‌های اسب‌سواری و دوچرخه‌سواری در منطقه اطراف خانه‌های دوم روستایی ممکن است به تجربه

گردشگران علاقه‌مند به ورزش‌های خارج از منطقه شهری کمک کند. این فعالیت‌ها ممکن است به تجربه آزاد و استفاده از فضای باز در طبیعت منطقه

اضافه کنند.

با توجه به این نکات، ارائه فعالیت‌های روستایی مانند پیاده‌روی، شکار، ماهیگیری، اسب‌سواری و دوچرخه‌سواری در نزدیکی خانه‌های دوم روستایی ممکن است به تجربه گردشگران، حفظ فرهنگ و طبیعت محلی و تحقق توسعه پایدار منطقه کمک کند.

پیشنهادهای

برای بررسی پیشنهادهای برای نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم واقع در روستاهای بخش مرکزی شهرستان نور، می‌توان به شرح زیر اقدام کرد:

۱. بررسی وضعیت فعلی: ابتدا باید وضعیت فعلی روستاها و خانه‌های دوم موجود در بخش مرکزی شهرستان نور را بررسی کرد. این شامل شناسایی تعداد و نوع خانه‌های دوم، وضعیت معماری آن‌ها، تأثیرات گردشگری فعلی و سطح تجربه گردشگران است.

۲. بررسی نقش گردشگری: سپس باید نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم و تأثیر آن بر تجربه گردشگران را بررسی کرد. این شامل ارزیابی جذابیت‌های گردشگری محلی، امکانات موجود برای گردشگران و تأثیرات مثبت و منفی گردشگری بر روستاها می‌شود.

۳. ارائه راهکارها: با توجه به بررسی‌های انجام‌شده، می‌توان راهکارهای مناسب برای بهبود طراحی معماری خانه‌های دوم و افزایش نقش گردشگری در آن‌ها ارائه کرد. این شامل ایده‌ها برای توسعه گردشگری محلی، بهبود امکانات خدماتی، حفظ فرهنگ و هویت محلی و استفاده از الگوهای پایدار در طراحی معماری خانه‌ها می‌شود.

۴. اجرای طرح‌ها: پس از ارائه راهکارها، می‌توان طرح‌های خود را در عمل اجرا نمود و نتایج آن را پس از مدت‌زمان مناسب ارزیابی کرد تا مشخص شود چطور نقش گردشگری در طراحی معماری خانه‌های دوم و روستاها بهبود یافته است.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

خلاصه مبسوط

Extended Abstract

Second-home tourism has become one of the most visible forms of tourism expansion in rural areas, particularly in environmentally attractive regions where urban households purchase, construct, or rent dwellings for leisure, seasonal residence, and temporary escape from metropolitan life. The expansion of such dwellings is closely associated with changing patterns of consumption, lifestyle, mobility, and investment and has increasingly transformed rural settlements into spaces of tourism production and consumption (1, 2). Although second homes may contribute to local employment, construction activity, service development, and increased circulation of capital, their uncontrolled growth can intensify the commodification of land, raise housing prices, alter agricultural land uses, and deepen spatial inequalities between permanent residents and non-local property owners (3, 5). These developments are especially important in the lowland villages of Mazandaran Province, where natural scenery, proximity to the Caspian Sea, accessibility from major urban centers, and favorable climatic conditions have encouraged extensive villa construction. The physical presence of second homes directly affects village morphology, architectural character, land subdivision, infrastructure, landscape continuity, and the relationship between built form and the natural environment (6, 7). Consequently, the architectural design of second homes cannot be regarded merely as an individual construction decision; rather, it represents a multidimensional process influenced by economic expectations, tourism demand, environmental conditions, cultural identity, local traditions, and the interests of different stakeholder groups.

Rural second homes are generally established in scenic locations and are frequently designed in modern, luxurious, and non-native architectural styles that may differ substantially from the spatial organization, materials, proportions, and construction traditions of permanent rural housing. While rural architecture has historically reflected local climate, culture, social relations, available resources, and livelihood patterns, recent modernization and lifestyle changes have weakened the direct relationship between architectural form and local identity (8, 14). Previous studies have shown that second-home tourism can produce both positive and negative physical consequences. Positive outcomes may include improvement of roads, infrastructure, public services, construction technologies, and regional investment, whereas negative consequences include increased construction costs, landscape degradation, incompatible architectural styles, uncontrolled land-use conversion, and visual fragmentation (10, 12). Research has also indicated that the effects of second-home tourism vary according to village type, environmental context,

stakeholder position, and the motivations of property owners, with mountain and forest settlements sometimes experiencing more intensive physical-environmental transformations than lowland villages (9). Furthermore, the growing tourism economy may support entrepreneurship, employment generation, and local market development, but may simultaneously marginalize socio-cultural values if planning decisions prioritize short-term financial gains (11, 15). Against this background, the present study aimed to explain the role of tourism in the architectural design of second homes in the lowland villages of the Central District of Nur County and to assess the relative importance of economic, socio-cultural, physical-spatial, and environmental criteria from the perspectives of designers, clients, and users.

The study was applied in purpose and used a descriptive-analytical, field-based mixed-methods design. Data were collected through library and documentary studies, direct field observations, in-depth interviews, and structured questionnaires. In the qualitative phase, 20 participants were selected according to the principle of theoretical saturation. Their interviews focused on the mechanisms through which tourism influences the architectural design, spatial organization, cultural expression, environmental performance, and economic orientation of second homes. The qualitative data were coded and analyzed through thematic analysis using MAXQDA software. The quantitative population included stakeholders directly involved in the planning, construction, commissioning, and use of second homes in the villages of the Central District of Nur County. Based on Cochran's sampling formula, 400 respondents were selected and classified into three stakeholder groups: 133 architectural designers, 133 clients or employers, and 134 users. The questionnaire examined four principal dimensions, including economic, socio-cultural, physical-spatial, and environmental criteria, together with their associated indicators. Economic indicators included employment generation, local economic stimulation, investment attraction, and increased revenues; socio-cultural indicators addressed local identity, social interaction, shared spaces, and preservation of social values; physical-spatial indicators focused on spatial organization, architectural quality, access, transparency, and functional relationships; and environmental indicators covered natural-resource protection, renewable energy, waste management, water efficiency, biodiversity, and indoor air quality. Quantitative data were analyzed in SPSS using one-sample t-tests, Pearson correlation coefficients, and Friedman ranking tests. Statistical significance was evaluated at the conventional level, and findings were interpreted separately for the three stakeholder groups to reveal convergences and differences in their assessments.

Pearson correlation analysis demonstrated a very strong, positive, and statistically significant relationship between tourism and the architectural design of second homes in all three stakeholder groups. The correlation coefficient was 0.944 for designers, 0.944 for clients, and 0.942 for users, with all significance levels reported as 0.000. These results indicate that changes in tourism-related demands, investments, behaviors, and expectations are closely associated with changes in architectural decisions concerning second homes. Among the four dimensions, the physical-spatial dimension showed the strongest relationship with tourism, with coefficients of 0.790 for designers, 0.790 for clients, and 0.788 for users. The environmental dimension ranked next, with coefficients of 0.726, 0.743, and 0.732, followed by the socio-cultural dimension, with coefficients of 0.703, 0.718, and 0.698. The economic dimension produced comparatively lower, although still statistically significant, coefficients of 0.600, 0.597, and 0.616. One-sample t-tests also revealed statistically significant deviations from the reference value for socio-cultural, physical-spatial, and environmental criteria in all stakeholder groups. Friedman tests confirmed statistically significant differences among the rankings of indicators within each dimension and among the four principal criteria. The economic criterion received the highest mean ranks, equal to 3.76 for designers, 3.75 for clients, and 3.77 for users. The physical-spatial criterion ranked second, with mean ranks of 2.41, 2.42, and 2.41; the environmental criterion ranked third, with values of 2.06, 2.07, and 2.10; and the socio-cultural criterion ranked fourth, with mean ranks of 1.77, 1.76, and 1.72, respectively.

The findings reveal that tourism exerts its most immediate influence on the visible and functional characteristics of second-home architecture. This result is understandable because the construction of second homes directly changes building density, massing, façade treatment, material use, access networks, open-space configuration, and village landscapes. Earlier studies have similarly emphasized that second-home development is one of the most powerful drivers of physical transformation in rural settlements and can simultaneously improve infrastructure and produce incompatible architectural patterns (10, 12). The strong environmental correlations also indicate that the architectural consequences of tourism extend beyond individual buildings to include natural-resource consumption, vegetation loss, waste production, water use, biodiversity, and indoor environmental quality. Such findings are consistent with research describing second-home development as both an opportunity for rural revitalization and a potential source of ecological pressure and spatial instability (13, 16). Although the physical-spatial dimension showed the strongest statistical association with tourism, the economic criterion occupied the highest priority in stakeholder rankings. This apparent distinction suggests that tourism most strongly transforms architectural form and space, while stakeholder decisions are primarily guided by financial considerations such as investment returns, employment, land value, construction profitability, and local revenue generation. The low ranking of socio-cultural criteria is particularly important because uncontrolled second-home growth may weaken local architectural identity, reduce social cohesion, generate value conflicts, and diminish permanent residents' sense of ownership over rural space (1, 6). Therefore, tourism-based architectural development requires integrated planning that prevents economic objectives from overriding cultural continuity, environmental responsibility, and contextual design.

Tourism has a decisive and multidimensional role in shaping the architectural design of second homes in the lowland villages of the Central District of Nur County. Its influence is particularly evident in physical-spatial transformations, including changes in building form, spatial organization, materials, access, landscape relationships, and the overall visual character of rural settlements. At the same time, the stakeholder rankings demonstrate that economic considerations remain the dominant basis for decision-making, while socio-cultural factors receive the lowest priority. This imbalance may lead to designs that are financially attractive but insufficiently responsive to local identity, social relations, environmental capacity, and the long-term sustainability of village landscapes. A more balanced approach should integrate economic feasibility with context-sensitive architecture, preservation of vernacular characteristics, efficient use of water and energy, protection of natural resources, waste management, and meaningful participation of local communities. Second homes should be designed not merely as isolated leisure properties but as components of a broader rural system whose architectural quality affects permanent residents, tourism experiences, environmental resilience, and regional development. The proposed planning orientation should therefore encourage architectural guidelines adapted to the climatic, cultural, and spatial characteristics of Mazandaran's lowland villages, strengthen regulatory control over land-use change and incompatible construction, and support designs that contribute simultaneously to tourism attractiveness, local employment, environmental protection, and cultural continuity. Such an approach can reduce the negative effects of uncontrolled villa development while maximizing the potential of second-home tourism to improve rural quality of life and promote sustainable territorial development.

References

1. Sharifinia Z, Astelaji A. Investigation of the social consequences of tourism development of second homes: Case study of Ziarat village. *Human Settlements Planning Studies*. 2018;13(1):69-84.
2. Lotfinia MT, Amar T. Analysis of the role of second-home tourism in the physical-spatial developments of tourism-target villages in eastern Gilan Province in recent decades. *Geografia*. 2018;16(56):122-37.
3. Rahmani Fazli A, Sajjadi Z, Seddighi S. The role of second-home tourism in intensifying the process of space commodification: A case study of rural areas of Mahmudabad County. *Journal of Tourism Planning and Development*. 2019;7(27):56-82.

4. Rezaei F. The role of tourism development in the physical transformation of rural settlements: A case study of Ziarat Village, Gorgan County [Master's thesis]: University of Golestan; 2021.
5. Rahmani Fazli A. The role of second-home tourism in intensifying the process of space commodification: Case study of rural areas of Mahmudabad city. *Tourism Planning and Development*. 2018;7(27):56-82.
6. Bigdeli A, Einali J, Rabet A, Abbasi F. Evaluation of the effects of tourism of second homes on the quality of life of permanent residents: Case study of Saeed Abad village, Ijroud city. *Human Settlements Planning Studies (Geographic Perspective)*. 2018;13(1):199-216.
7. Ahmadi S. Investigating the factors affecting rural living settlements: Case study of Sardasht city. *Sustainability, Development and Environment Quarterly*. 2020;1(1):29-50.
8. Rasouli SH, Zolfaghari A, Hasanzadeh K, Khazaei N. Identifying factors affecting the formation of vernacular architectural patterns in rural housing design. *Quarterly Journal of Research in Geographical Sciences, Architecture and Urban Planning*. 2025;6(56).
9. Sharbati A, Nazari A, Taleshi M, Mousa-Kazemi SM. Typology, evaluation of effects, and consequences of second-home tourism: A case study of rural settlements in western Golestan Province. *Quarterly Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas*. 2021;2(3):1-22.
10. Hatami Khanqahi T, Vaziri V, Taghizadeh Hir M. Investigating the physical effects of the formation of second homes on the Sarein tourism region from stakeholders' perspectives. *Armanshahr Architecture & Urban Development*. 2020(30):31-42.
11. Rajabi A, Motevali S, Rasouli SH, editors. Explaining sustainable urban tourism in plain areas with emphasis on environmental resilience: The case of Sari City. *First Iran Strong Crisis Management Event 2022*; 2022.
12. Anabestani AA, Javanshiri M, Kaviani S. Investigating the impact of second-home tourism on the physical development of rural settlements: Case study of Kalardasht city. *Spatial Planning*. 2017;7(3):1-24.
13. Mehdipour M, Pourramzan I, Amar T. Pathology of second homes in rural areas of Lahijan city in the last two decades. *Geography and Environmental Studies*. 2022(41):69-80.
14. Rasouli SH, Shah-Cheragh FS, Haji-Babaei N, Moghaddam Habibzadeh M. Examining factors affecting vernacular architectural design in the formation of rural housing in Mazandaran Province. *Quarterly Journal of Applied Research in Engineering and Technology*. 2024;4(34).
15. Shamsoddini A, Mollania Jolodar S, Rasouli SH. Explaining the factors affecting entrepreneurship and employment generation in the peri-urban areas of Sari: A case study of Sari rural markets. *Journal of Peri-Urban Space Development*. 2026;8(1):123-48.
16. Khoshnoud E, Mahdavi Hajilouei M, Ghadri I. The impact of the development of second-home tourism on rural sustainability and development with emphasis on human development indicators: Case study of villages of Damavand city. *Land Geography Quarterly*. 2018;16(62):117-31.