



## Historical-Religious Murals: Factors Affecting the Restorer's Role by Considering the Perception of the Target Audience

Rayhaneh Ghasem Abadi, PhD Graduate, Restoration of Historic-Cultural Objects, Faculty of Conservation and Restoration, Art University of Isfahan

Dr. Hossein Ahmadi (Corresponding Author) , PhD, Restoration of Historic-Cultural Objects, Associate Professor, Faculty of Conservation and Restoration, Art University of Isfahan  
H.Ahmadi@au.ac.ir

### Abstract

In order to maintain the operation of many historical-religious monuments like tombs (*Buqā'*), *Tikyas*, and *Imāmzādas* among their target audiences in cities and villages, it is important to observe their narrational-religious frescos and restore them. The study was conducted with the aim of examining the factors contributing to the restorer's role in the figurative reconstruction of these monuments. The study confronts the following question: What are the determining factors of the restorer's role in restoring these murals by considering the audience's perception? In order to solve this problem, the study has applied the quantitative method and has used a questionnaire and library studies for data collection. Samples were chosen from among the target audiences of the murals who build cultural-social connections with these works. Statistical Inferential tests (One-Sample T-test and Chi-Square) were administered to analyze the results. The findings suggest that various factors may aid the restorer in establishing an objective for restoration. The factors may also influence the restorer's methods of restoration. These include: the monuments' cultural and social value, the expectations of target audience, their mental backgrounds, the monuments' identity and operation, painting narratives, the value function of the works, and ethical principles regarding restoration.

**Keywords:** historical-religious murals, restoration, figurative reconstruction, target audience's perception, audience sociology



سال ۵۴ - شماره ۱ - شماره پیاپی ۱۰۸ - بهار و تابستان ۱۴۰۱، ص ۱۱۶ - ۸۷	HomePage: <a href="https://jhistory.um.ac.ir">https://jhistory.um.ac.ir</a>
شاپا چاپی x ۷۰۶-۲۲۲۸	شاپا الکترونیکی ۴۳۴۱-۲۵۳۸
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۴	تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۷/۲۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰	DOI: <a href="https://doi.org/10.22067/jhistory.2022.78100.1157">https://doi.org/10.22067/jhistory.2022.78100.1157</a>
نوع مقاله: پژوهشی	

### دیوارنگاره‌های تاریخی - مذهبی:

#### عوامل اثرگذار بر نقش مرمتگر با توجه به ادراک مخاطبان هدف

ریحانه قاسم آبادی

دانش آموخته دکتری مرمت اشیاء فرهنگی و تاریخی، دانشکده حفاظت و مرمت، دانشگاه هنر اصفهان.



دکتر حسین احمدی (نویسنده مسئول)

دکتری مرمت اشیاء فرهنگی و تاریخی، دانشیار دانشکده حفاظت و مرمت، دانشگاه هنر اصفهان.

H.Ahmadi@au.ac.ir

#### چکیده

نظر به حفظ کاربری بسیاری از ابنیه تاریخی - مذهبی مانند بقاع، تکیه‌ها و امامزاده‌ها در بین مخاطبان هدف آن‌ها در شهرها و روستاها، توجه به دیوارنگاره‌های روایی - مذهبی در آن‌ها و مرمتشان، حائز اهمیت است. این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر نقش مرمتگر در بازسازی تصویری این آثار صورت گرفته است. پرسش تحقیق این است که عوامل تعیین کننده نقش مرمتگر در بازسازی این دیوارنگاره‌ها از منظر توجه به ادراک مخاطبان هدف آن‌ها، کدام‌اند؟ جهت پاسخگویی به سؤال تحقیق از روش کمی با ابزار پرسش‌نامه و مطالعات کتابخانه‌ای در گردآوری داده‌ها استفاده شده است. نمونه‌ها از جامعه مخاطبان هدف دیوارنگاره‌ها که رابطه فرهنگی - اجتماعی با این آثار برقرار می‌سازند، انتخاب شده و آزمون‌های آمار استنباطی (تی تک نمونه‌ای، کای اسکوئر) جهت تجزیه و تحلیل یافته‌ها به کار رفته است. نتایج نشان می‌دهد که عوامل مختلفی از جمله ارزش فرهنگی و اجتماعی این آثار، انتظارات مخاطبان هدف، پیش‌زمینه‌های ذهنی‌شان، هویت و کاربری اثر، روایت نقاشی‌ها، کارکرد ارزشی آثار و اصول اخلاقی مرمت، می‌توانند مرمتگر را در تعیین هدف از بازسازی یاری دهند و از سوی دیگر بر نحوه بازسازی مرمتگر تأثیرگذار باشند.

**کلیدواژه‌ها:** دیوارنگاره‌های تاریخی - مذهبی، مرمت، بازسازی تصویری، ادراک مخاطبان هدف، جامعه‌شناسی مخاطبان.

## مقدمه

دیوارنگاره‌های عامیانه مذهبی برگرفته از روایات شیعه و قصص قرآنی بر بدنه داخلی یا خارجی اماکن تاریخی همچون بقاع، تکیه‌ها و امامزاده‌ها نقش شده‌اند. این نقاشی‌ها با ریشه آیینی و عبادی، جایگزینی برای پرده‌های تعزیه و در راستای تبلیغ اهداف شیعی از دوران صفوی و به‌ویژه در دوره قاجار به‌کار رفته است. این آثار دارای یک ویژگی اصلی، یعنی عملکرد اجتماعی در تطابق با نیازهای روحی و اندیشه طبقه عامه هستند. زیرا حمایت مادی و معنوی این طبقه از جامعه پدیدآورنده این دیوارنگاره‌ها بوده است. باورهای مشترک فرهنگی-دینی در بین توده‌ای از مردم جامعه، قشر مخاطبان عامه را می‌سازد و مادامی که کاربری اجتماعی این اماکن مذهبی پایدار باشد، التفات به انتظارات این قشر مهم دیده می‌شود. این خصیصه از زمان خلق این آثار تا به امروز، لزوم توجه به ادراک مخاطبان عامه را تحت عنوان مخاطبان هدف در پروژه‌های مرمت و بازسازی آن‌ها آشکار می‌سازد. این مخاطبان از طبقه عامه جامعه (محلی) به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی آثاری که همچنان کاربری داشته باشند، در نظر گرفته می‌شوند. ایشان معمولاً با سطحی از باورمندی به اعتقادات مذهبی و دارای تعاملات فرهنگی-اجتماعی با دیوارنگاره‌ها در قالب افق انتظارات جمعی، غالباً عکس‌العمل متمایز ادراکی نسبت به سایر گروه‌های اجتماعی در مواجهه با این نقاشی‌های روایی، بروز می‌دهند. چنین التفاتی به ادراک مخاطبان که در جامعه‌شناسی مطرح است، در قرن بیستم میلادی منجر به ارائه دیدگاه‌هایی در پیوند با افق انتظارات مخاطبان گردید. بنابراین اهمیت مبحث از منظر جامعه‌شناختی ذی‌نفعان (مخاطبان هدف) و نیز با توجه به ویژگی و عملکرد این دسته از نقاشی‌های عامیانه (مذهبی) مشخص خواهد بود. همچنین دیدگاه‌های معاصر مبانی مرمت در حوزه برخورد با میراث مذهبی، متمرکز بر حضور مخاطبان آن‌ها است که اهمیت موضوع در حیطه مبانی نظری مرمت را خاطر نشان می‌سازد. در واقع تئوری مرمت معاصر بر نقش مؤثر ادراک مخاطب تأکید می‌ورزد. زیرا منظور از این عمل، درک معنا و ارزش‌های میراثی است. در واقع مطابق با نظریات معنا محور معاصر مرمتی، بررسی خوانایی مفهوم اثر در ادراک جامعه مخاطبان هدف مورد تأکید است.

اکنون این پرسش مطرح است که عوامل تعیین‌کننده نقش مرمتگر در بازسازی این دیوارنگاره‌ها از منظر توجه به ادراک مخاطبان هدف آن‌ها، کدام‌اند؟ تفحص در جهت پاسخ به این سؤال با توجه به اصول مبانی مرمت دیوارنگاره‌های میراثی در مبحث «بازسازی تصویری» که به تکمیل نقش و فرم نقوش فیگوراتیو و روایی (غیر تزئینی) می‌پردازد، می‌تواند هدف پژوهش یعنی «بررسی عوامل جامعه‌شناختی و مرمتی مؤثر بر نقش مرمتگر در فرایند بازسازی این آثار» را محقق سازد. از آنجایی که تاکنون پژوهشی

آکادمیک در ارتباط با این موضوع در کشور صورت نگرفته و محدود مستندات به دست آمده از آرشیو میراث فرهنگی استان‌ها و همچنین مصاحبه با مرمثگران این آثار نیز مؤید این مطلب است که معمولاً در بازسازی این نقاشی‌ها، در بیشتر موارد همان استانداردهای مبانی کلاسیک (پیش از مبانی معاصر) معیار قرار می‌گرفتند و نقش جامعه‌شناسی مخاطبان به طور تخصصی واضح نشده است. بنابراین ضرورت پردازش به این تحقیق از منظر بررسی آماری نظرات مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌ها در ارتباط با بازسازی تصاویر پدیدار گشته است.

### مبانی نظری پژوهش

در سده اخیر مباحث جدید مبانی معاصر مرمثی در به رسمیت شناختن گونه‌شناسی‌های میراث ملموس و ناملموس و توسعه هنجارها و روش‌های جدید، ظهور یافته‌اند.<sup>۱</sup> «دگرگونی نیازمندی‌های جامعه و اثرات فرهنگی آن‌ها»<sup>۲</sup> سبب تمرکز بیشتر بر حفظ بُعد فرامادی اثر در قالب ارزش‌های ناملموس شده است که می‌تواند تضمین‌کننده تداوم حیات جامعه ذی‌نفع تلقی شود. از این جهت امروزه احترام به ویژگی یگانه آثار میراثی و مردمی که آن را ایجاد کرده‌اند، از طریق ارتباطات مرمثگران با یکدیگر و با عموم مردم به‌عنوان ذی‌نفعان، به منظور افزایش آگاهی و درک در مورد حفظ و مرمث مدنظر است.<sup>۳</sup> در ارتباط با میراث مذهبی، مبانی مرمث در قرن بیست و یکم در مورد مرمث این آثار به یک روش انسان‌شناسی به منظور فهم رابطه بین موضوع و مخاطبان و کاربرد اجتماعی آن‌ها نیازمند است. در نظریات حفاظت معنامحور معاصر، خوانایی مفهوم اثر برای جامعه ذی‌نفع و ادراک ایشان که مخاطب هدف در پروژه مرمثی تشخیص داده شوند، حائز اهمیت است. مفاهیم اثر شامل معانی موردنظر هنرمند و مخاطبان در طول دوران گذشته بر اثر، در کنار ایده «کارکرد»<sup>۴</sup> قابل توجه خواهد بود. زیرا ارزش کارکردی در فرایند حفظ اثر، بیان می‌دارد که کارکردهای دیگری به جز کاربری‌های تاریخی و هنری نیز دارای اهمیت هستند؛ یعنی کارکردهای انگیزشی و جذابیت برای مخاطبان، امکان ایجاد تعاملات و اشتراک نظرات مخاطب در شیوه‌های مشارکتی در مرمث، و توجه به آنچه از منظر آن‌ها در ارتباط با آثار ضروری است.<sup>۵</sup>

رد پای این توجهات به تعامل با مخاطبان هدف در مبانی معاصر مرمث را می‌توان در حوزه

1. Avrami et al, *Values in Heritage Management Emerging Approaches and Research*, viii.

2. Zeren Mine, "Adaptive re-use of monuments, restoring religious buildings with different uses", 14.

3. CAC/CAPC, *Code of Ethics and Guidelines for Practice*, 1.

۴. مونیوس ویناس، نگره‌ی نگاهداشت معاصر، ترجمه مظفر، مهدی زاده و فرهنگ‌پروجتی، ۱۷۷.

۵. بصیری، تبیین مفهوم تمامیت در حوزه آثار موزه‌ای از منظر مدیریت حفظ فرایند ارتباط متقابل اثر-مخاطب-محیط.

Avrami et al, *Values in Heritage Management Emerging Approaches and Research*, 36.

جامعه‌شناسی هنر نیز جستجو کرد. «توجه به مخاطب و قرائت‌های او از اثر، چیزی بود که در نیمه دوم قرن بیستم به نظریه دریافت»<sup>۱</sup> به‌عنوان مهم‌ترین جریان در خصوص ادراک در جامعه‌شناسی هنر موسوم شد. این نظریه به دنبال دستیابی به تفاسیر مخاطبان، متأثر از انتظارات و پیش‌فهم‌هایشان در هر دوره تاریخی است.<sup>۲</sup> پیش‌زمینه یا پیش‌فهم‌های آن‌ها می‌تواند متأثر از عوامل مختلف شخصی و اجتماعی باشد مانند سن، جنسیت، نژاد و قومیت، دین و مذهب، دانش تخصصی و باورهای ایشان.<sup>۳</sup> در این نظریه، معیار شناسایی هر خواننده، تفسیر خاصی است که شخص از متن دارد. او «معنایی را به‌سوی موضوع پیش می‌افکند؛ بدین ترتیب فهم با پیش‌دوری‌ها و پیش‌دانسته‌های مفسر آغاز می‌شود».<sup>۴</sup> سپس با رسیدن مفسر (خواننده، مخاطب) به سطح معنای تفسیر شده از اثر، معنای موردنظر در ذهن او ساخته خواهد شد. در واقع «تفسیر به معنی توانش خواننده برای معنایی متن به کار می‌رود».<sup>۵</sup>

آیزر و یائوس در مکتب کنستانس،<sup>۶</sup> نظریات «زیبایی‌شناسی دریافت» را با تمرکز بر آگاهی خواننده ارائه کردند. چکیده نظریات آن‌ها بیانگر موجودیت اثر ادبی بر محور کنش متقابل متن و دریافت‌کننده است. از منظر آیزر، متن تا زمانی که خوانده نشود، وجود نخواهد داشت. «ما باید افکار و خاطرات خود را به پس‌زمینه (دنبال) سوق دهیم و به این ترتیب اجازه دهیم تا آنچه را که می‌خوانیم، پیش‌زمینه (روبرو) را به خود اختصاص دهد».<sup>۷</sup> از سویی یائوس به رابطه دیالکتیکی بین خلق اثر و پذیرش توسط خوانندگان می‌پردازد و بیان می‌دارد که «ارزش زیبایی‌شناختی یک متن در گرو دیدگاه جامعه خوانندگانی است که با تصورات و باورهای محیط و زمانه خود آن را می‌خوانند».<sup>۸</sup> این دیدگاه‌های مکمل، هسته نظری تئوری زیباشناسی دریافت قلمداد می‌شود. اما به‌طورکلی «تمرکز اصلی این نظریه، جدا از خوانندگان تاریخی فردی (یا جمعی)»،<sup>۹</sup> بیشتر بر روش‌های ارتباط متون ادبی با خوانندگان و خلق معانی است. استدلال این دو این است که هم متن و هم مخاطبان دارای افق دلالت‌های تاریخی هستند و از این جهت «بدون دقت به

۱. حسینی داورانی، «نظریه دریافت و جامعه‌شناسی عکس»، ۹۵.

۲. الکساندر، «رویکردهای دریافت». ترجمه مسعود ملک‌یاری، ۱۱۵.

۳. کوثری، «پاسخ‌های مسعود کوثری به پرسش‌های جامعه‌شناسی هنر»، ۸۴.

۴. آب‌نیک، «چیستی و کاربری هرمنوتیک ادبی»، ۱۱.

۵. جوازی و حمیدی، «سیر نظریه‌های ادبی معطوف به خواننده در قرن بیستم»، ۱۷۰.

6. School of Constance.

7. Buchanan, *A Dictionary of Critical Theory*, 402.

۸. جوازی، «نظریه زیبایی‌شناسی دریافت: روشی برای خوانش‌های جدید در ادب فارسی»، ۵۹.

9. Schmitz, *modern literary and ancient texts: an introduction*, 88.

این ساحت تاریخی نمی‌توان معنای تأویل مخاطب از یک متن را درک کرد.<sup>۱</sup> بر مبنای نظریه دریافت، افق‌های تاریخی خلق اثر و دوران دریافت آن و همچنین تفاوت در تأویل‌ها قابل توجه‌اند.

## روش پژوهش

از آنجایی که روند پیشبرد این تحقیق نیازمند بررسی انتظارات و ادراک مخاطبان از نقاشی، پس از فرایند بازسازی این دیوارنگاره‌ها جهت تعیین کردن نقش مرمگ است، پژوهش با رویکرد جامعه‌شناسی به روش کمی و ابزار پرسش‌نامه جهت سنجش نظرات از جامعه آماری مخاطبان هدف دیوارنگاره‌های مذهبی در استان‌های گیلان، اصفهان و خوزستان انجام شده است. جهت گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه محقق ساخته در طیف پاسخگویی ۵ درجه‌ای لیکرت<sup>۲</sup> استفاده شده است. به‌طورکلی جامعه آماری مجموعه پدیده‌هایی است که یک یا چند ویژگی مشترک داشته و محقق می‌تواند نتایج خود را بر کلیت آن تعمیم دهد. نمونه به بخشی از جامعه گفته می‌شود که صفات آن جامعه را در خود داشته باشد.<sup>۳</sup> جامعه آماری در این پژوهش شامل زائرین محلی معتقد در اماکن تاریخی مذهبی در کل ایران مانند بقاع و تکیه‌ها و امامزاده‌ها یا حسینیه‌ها است که این ابنیه به ثبت میراث فرهنگی رسیده و دیوارنگاره‌های تصویری و روایی داشته است. نمونه نیز به معنای درصدی از این جامعه به‌عنوان نماینده جمعیت آماری است<sup>۴</sup> و شامل مخاطبان عامه‌ای هستند که به زیارت این اماکن مذهبی می‌آیند و با نقاشی‌های عامیانه از روایات مذهبی آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند.

بقاع شهری و روستایی که برای توزیع پرسش‌نامه انتخاب شدند عبارت‌اند از بقاع شهری: بقعه چهار پادشاه لاهیجان، بقعه سید حسین لنگرود، بقعه رودبنه دزفول، بقعه صعصعه دزفول، تکیه خوانساری اصفهان، امامزاده اسماعیل اصفهان؛

و بقاع روستایی: بقعه سید داوودکیا پیچاربنه لاهیجان، بقعه سید محمد یمنی لیچاه رشت، بقعه پیر شمس‌الدین لاهیجان، بقعه آقا سیدعلی متعلق محله لاهیجان، بقعه زین‌الدین روستای یزدلان کاشان، بقعه سید ابراهیم باباجان دره کنجید املش.

روش انتخاب نمونه نیز در این پژوهش به‌صورت تصادفی است. با این ویژگی که همه نمونه‌های

۱. احمدی، حقیقت و زیبایی درس‌های فلسفه‌ی هنر، ۴۲۵.

۲. Likert Scale.

۳. بیات، علیمردی و زرین‌فر، روش پژوهش در علوم رفتاری، ۱۱۳.

۴. دلاور، احتمالات و آمار کاربردی در روان‌شناسی و علوم تربیتی، ۲۵۶.

ممکن احتمال یکسان در انتخاب داشته باشند.<sup>۱</sup> یکی از روش‌های تعیین حجم نمونه، استفاده از فرمول کوکران<sup>۲</sup> است.<sup>۳</sup>

$$n = \frac{Z_{1-\alpha}^2 pq}{d^2} = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2} \cong 151$$

در نهایت در این پژوهش تعداد ۱۶۰ عدد پرسش‌نامه توزیع شد.

یکی از موارد نمونه‌گیری تصادفی، نوع طبقه‌ای یا قشربندی ساده است که در آن، جمعیت آماری متشکل از طبقات با ویژگی‌های گوناگون است اما افراد داخل هر قشر دارای یک یا چند ویژگی مشترک اند،<sup>۴</sup> مانند طبقه‌های سن، سطح سواد، جنسیت و موقعیت مکانی مخاطبان هدف این ابنیه مذهبی که در این تحقیق مطرح شدند. در اینجا با توجه به عدد حجم نمونه یعنی ۱۶۰، از ضرب این عدد در ۰/۵، عدد ۸۰ به دست می‌آید که به مردها و ۸۰ نفر به زنها نسبت داده می‌شود. سپس ۸۰ ضرب در ۰/۵ می‌شود ۴۰ عدد که به مخاطبان شهری و ۴۰ نفر به مخاطبان روستایی و به همین ترتیب ۴۰ ضرب در ۰/۵ یعنی ۲۰ نفر مخاطبان باسواد و ۲۰ نفر بی‌سواد، و با ضرب عدد ۲۰ در ۰/۵ به عدد ۱۰ در هر گروه از افراد مسن و جوان می‌رسیم. معیار تقسیم‌بندی افراد به دو گروه جوان و مسن، سن ۴۰ سالگی در نظر گرفته شده است.

جهت تعیین روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری این تحقیق، یعنی پرسش‌نامه، از فرمول‌های ضریب لاوشه<sup>۵</sup> و آلفای کرونباخ<sup>۶</sup> بهره گرفته شد. یکی از انواع روایی کمی، روایی محتوایی است که متخصصان مرتبط با حوزه(های) پژوهش بایستی تأیید نمایند که آیا این گویه‌ها، ابعاد و اجزاء مفهوم را بیان می‌کنند و می‌سنجند یا خیر؟<sup>۷</sup> به این منظور پرسش‌نامه حاصل شده با ۹ گویه به‌طور مقدماتی در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان مرمتی از مقاطع دکترا قرار گرفت که دارای دانش نظری و گاه تجربی در این زمینه بودند. سپس از طریق فرمول ضریب لاوشه و با نظر به حداقل میزان این ضریب با توجه به تعداد متخصصان (طبق جدول لاوشه)، یعنی عدد ۰/۶۲، همان ۹ گویه پذیرش شد.

از سویی پایایی پرسش‌نامه در این تحقیق جهت بررسی نتایج یکسان در شرایط یکسان و تکرارپذیر<sup>۸</sup> با

۱. کرلینجر، مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه شریفی و نجفی زند، ۱۸۸.

2. Cochran.

۳. حافظ نیا، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، ۱۶۵.

۴. خاکی، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی، ۲۷۵.

5. Lawshe.

6. Crinbach's alpha.

۷. خاکی، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی، ۲۸۹-۲۹۰.

۸. اصغرزاد قلعه‌یی، شناسایی اثرات فناوری‌های نوین اطلاعاتی بر فرایند صنعت نشر کتاب در ایران و ارائه الگوی مفهومی فرایند نشر مدرن و پسمادرن در

استفاده از تکنیک آلفای کرونباخ صورت گرفته است. به این منظور پرسش نامه در سطح یک نمونه ۳۰ نفری از مخاطبان هدف مورد نظر در قالب یک پیش آزمون توزیع گردید که در نهایت با استفاده از نرم افزار «اس پی اس اس» (نسخه ۲۲) پایایی پرسش نامه مورد سنجش قرار گرفت. آلفای کرونباخ بایستی در حدود ۰/۷ و بالاتر از آن باشد تا قابلیت پایایی پرسش نامه تأیید گردد.<sup>۲</sup> مقدار آلفای کرونباخ این پرسش نامه، ۰/۹۷ به دست آمد که بیشتر از مقدار ۰/۷ بوده و این به مفهوم تأیید پایایی کل پرسش نامه است.

به منظور تحلیل آماری داده ها در قالب آمار استنباطی و تعمیم نتایج حاصل از گروه نمونه انتخابی، به کل جامعه آماری و برآورد ویژگی های جامعه،<sup>۳</sup> از نرم افزار اس پی اس برای عملیات آماری آزمون های تی تک نمونه ای<sup>۴</sup> و آزمون کای اسکوئر<sup>۵</sup> (کا ۲، خی ۲) استفاده شده است. آزمون تی تک نمونه ای «جهت تعیین این که آیا میانگین مشاهده شده در نمونه که به صورت تصادفی انتخاب شده است، مقداری برابر با میانگین مفروض جامعه دارد یا خیر، به کار می رود».<sup>۶</sup> در صورت برابری می توان ادعا کرد که آن میانگین در جامعه آماری نیز برقرار است و به عبارتی می توان به تأثیرگذاری گویه ی مورد نظر بر جامعه پی برد. بنابراین این آزمون به مقایسه میانگین هر سؤال با مقدار عدد سه (میانگین مفروض، میزان متوسط) می پردازد. (همان طور که قبلاً بیان شد پرسش نامه طراحی شده پنج گزینه ای است که بدین ترتیب آن ها را ارزش گذاری می کنیم: خیلی زیاد=۱، زیاد=۲، متوسط=۳، کم=۴، خیلی کم=۵). اگر میانگین جامعه از عدد سه (میزان متوسط یا میانگین) کمتر یا برابر باشد دلالت بر تأثیر داشتن سؤال مورد نظر در جامعه دارد و بر عکس. همچنین به منظور مقایسه و ارتباط جوامع مختلف، از آزمون هایی استفاده می شود که بر پایه جدول های فراوانی دوطرفه طراحی می شوند (جدول های توافقی). این جدول ها مشتمل بر دو متغیر هستند: یک متغیر برای ردیف ها و دیگری برای ستون ها. آزمون کای اسکوئر (کای دو) معمولاً برای این جدول توافقی به کار می رود.<sup>۷</sup> آزمون استقلال کای اسکوئر احتمال رابطه یا عدم وجود رابطه بین دو متغیر را بررسی می کند. در این آزمون فرض صفر به صورت وجود استقلال (عدم ارتباط) در سطرها و ستون ها، و فرض مقابل هم به صورت عدم استقلال (وجود ارتباط) بیان می شود. در مجموع از این آزمون برای بررسی

کشور.

1. SPSS.

۲. دلاور، روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی، ۱۲۲.

۳. دلاور، احتمالات و آمار کاربردی در روان شناسی و علوم تربیتی، ۴-۵.

4. One Sample T-Test.

5. Chi-Square Test.

۶. اصغرزاد قلعه بی، شناسایی اثرات فناوری های نوین اطلاعاتی بر فرایند صنعت نشر کتاب در ایران و ارائه الگوی مفهومی فرایند نشر مدرن و پسمادرن در کشور.

۷. پارسیان، مبانی احتمال و آمار برای دانشجویان علوم و مهندسی، ۴۴۲.






تأثیرات متغیرهای جمعیت‌شناختی موقعیت مکانی، سن، سطح سواد و جنسیت بر پاسخ‌های مخاطبان استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

۱۲ عدد از ابنیه تاریخی-مذهبی جهت توزیع پرسش‌نامه بین مخاطبان هدف آن‌ها انتخاب شدند. در این قسمت تصاویری از این نمونه‌های منتخب در جدول ۱ ارائه خواهد شد.

جدول (۱) معرفی چند نمونه از دیوارنگاره‌های مذهبی-روایی در ابنیه‌ای که پرسش‌نامه در آن‌ها توزیع شده است. منبع: نگارندگان.

	<p>تکیه خوانساری اصفهان. بازسازی رنگی به رنگ زمینه در کمبدهای بزرگ بدن اشقیا. منبع: نگارندگان.</p>		<p>امامزاده زین‌الدین کاشان. کمبود بزرگ. منبع: میراث فرهنگی کاشان.</p>
	<p>بقعه صعصعه (علمدار) دزفول. کمبود بزرگ در بخش مهم تصویر. منبع: آرشیو میراث فرهنگی دزفول.</p>		<p>امامزاده اسماعیل اصفهان. بازسازی‌های رنگی به صورت جزئی. منبع: نگارندگان.</p>
	<p>بقعه چهار پادشاه لاهیجان. بعد از بازسازی رنگی و قسمتی از کمبود در بخش مهم تصویر. منبع: نگارندگان.</p>		<p>بقعه رودبنه دزفول. کمبود بزرگ در بخش مهم تصویر. منبع: آرشیو میراث فرهنگی دزفول.</p>

	<p>بقعه سید داوود کیا پیچاربنه. ریختگی رنگی در چهره اولیا. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>		<p>بقعه آقا سید حسین لنگرود. مرمت لایه بستر با گچ سفید. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>
	<p>بقعه پیر ملا شمس الدین لاشیدان لاهیجان. کمبود بزرگ. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>		<p>بقعه آقا سید محمد یمنی لیچاه لشت نشا. کمبود وسیع تا تکیه گاه. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>
	<p>بقعه سید علی متعلق محله رودبنه. کمبود در کناره تصویر. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>		<p>بقعه باباجان دره املش. کمبودهای کوچک. منبع: آرشیو میراث فرهنگی گیلان.</p>

گویه‌های پرسش‌نامه در ارتباط با بررسی عوامل تعیین‌کننده نقش مرمتگر در بازسازی تصویری این دیوارنگاره‌ها با توجه به ادراک و انتظارات مخاطبان هدف، مطرح شدند که در جدول ۲ آمده است.

جهت بررسی متوسط جامعه سؤالات زیر از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده می‌گردد.

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

فرض صفر: میانگین کمتر مساوی ۳  
فرض یک: میانگین بزرگتر از عدد ۳

جدول (۲) آزمون تی تک‌نمونه‌ای جهت بررسی عوامل تعیین‌کننده اثرات نقش مرمتگر با توجه به ادراک مخاطب هدف پس از بازسازی. منبع: نگارندگان.

سؤالات پرسش‌نامه	میانگین ( $\mu$ )	آماره تی	P-Value	وضعیت مولفه
۱- اگر نقاشی بسیار آسیب دیده باشد و مرمتگر روایت نقاشی را در جایی کنار آن بنویسد تا برایم قابل درک باشد، خوب است.	۳٫۳۶۸۷	۵٫۵۳	۰٫۰۰۰	بالتر از متوسط
۲- اگر نقاشی نیاز به بازسازی داشته باشد، کمترین میزان بازسازی که بعد از آن بتوانم اصل روایت را در ذهنم بسازم، برای من کفایت.	۳٫۲۸۱۳	۵٫۵۱	۰٫۰۰۰	بالتر از متوسط
۳- ارزش‌های مذهبی و روایت نقاشی و کارکرد بنا در این زمان، باید در تصمیم‌گیری‌های مرمتی مورد توجه باشند.	۲٫۰۵۰۰	۲۷٫۸۵	۱	پایین‌تر از متوسط
۴- انتظار دارم تا مرمتگر قبل از شروع، از من و افراد جامعه‌ام که به زیارت می‌رویم، دربارهٔ انتظاراتمان و نوع کارش نظرسنجی کند.	۲٫۲۶۸۷	۱۷٫۳۰	۱	پایین‌تر از متوسط
۵- من به تفاوت عمدی بخش مرمت شده و نقاشی اصلی در بازسازی توسط مرمتگر، احترام می‌گذارم.	۳٫۰۹۳۸	۱٫۹۷	۰٫۰۲۵	بالتر از متوسط
۶- به نظر من بهتر است که بازسازی در کمبودهای این نقاشی‌ها، طوری باشد که تاحدی شبیه نقاشی اولیه شود.	۲٫۲۵۶۳	۱۷٫۰۴	۱	پایین‌تر از متوسط

پایین تر از متوسط	۱	۲۴/۴۸	۲/۱۶۲۵	۷- انتظار دارم که عمل مرمت و بازسازی باعث شود تا ذهنیت قبلی خودم از این نقاشی‌ها از بین نرود.
پایین تر از متوسط	۱	۲۴/۹۸	۲/۰۳۷۵	۸- ترجیح می‌دهم تا بعد از بازسازی این آثار، مجدد بتوانم با آن‌ها مثل سابق ارتباط بگیرم (حفظ هویت اثر و کاربری برای مخاطب هدف).
بالتر از متوسط	۰/۰۰۰	۶/۲۵	۳/۳۱۲۵	۹- اگر مرمتگر به خاطر در دسترس نبودن اطلاعات دقیق و معتبر از بخش مفقود شده در نقاشی، آن قسمت را کامل بازسازی نکند، می‌توانم این تصمیم را بپذیرم.

نتایج جدول (۲) در آزمون تی، نشان می‌دهد که میانگین همه گویه‌ها در عوامل تعیین‌کننده اثرات نقش مرمتگر در ادراک مخاطب هدف پس از بازسازی، به جز گویه‌های ۱، ۲، ۵، ۹، کمتر از ۳ به دست آمده است. همچنین سطح معناداری (P\_Value) در بقیه گویه‌ها جز این ۴ گویه، بزرگ‌تر از ۵ صدم و مقدار تی محاسبه شده کوچک‌تر از تی قراردادی جدول یعنی (۱/۹۶) در سطح اطمینان ۹۵٪ به دست آمد. بنابراین فرضیه صفر یعنی فرضیه منطبق با فرضیات گویه‌ها یا پذیرش هر گویه به همان صورت که نوشته شده است، در گویه‌های ۳، ۴، ۶، ۷، ۸ رد نمی‌شود و فرضیه مقابل (یعنی خلاف محتوای هر گویه) مبنی بر اینکه متوسط میزان نظرات در هر گویه، بزرگ‌تر از ۳ قرار دارد، در این گویه‌ها مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. این یافته‌ها حاکی از آن است که تمام گویه‌های فوق مورد پذیرش مخاطبان در نمونه انتخابی بوده است و نظرات موافق آن‌ها بیان شده است. اما برعکس در گویه‌های ۱، ۲، ۵، ۹ فرضیه صفر رد می‌شود که بیانگر عدم پذیرش گویه‌های فوق از جانب مخاطبان بوده است. میزان درصد پاسخگویی مخاطبان به هر گویه در قالب آمار توصیفی، در قسمت تجزیه و تحلیل آماری بیان خواهد شد.

سپس جهت بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت، تحصیلات، سن و موقعیت مکانی مخاطبان بر ۹ گویه فوق از جداول توافقی در آزمون کای اسکوتر استفاده می‌شود. گزینه‌های بسیار زیاد و زیاد در یک گروه (دسته اول) و گزینه‌های متوسط، کم و بسیار کم در یک گروه (دسته دوم) قرار گرفته و یک جداول توافقی ۲×۲ رسم، و آزمون کای اسکوتر برای این متغیرها انجام گرفته است.

در مبحث جنسیت افراد، همسان بودن پاسخ‌ها در هر ۹ سؤال وجود دارد یعنی مردان و زنان به‌طور

یکسان پاسخ داده‌اند و در این ۹ سؤال جنسیت افراد تأثیری در پاسخ‌گویی نداشته است. در مبحث تحصیلات افراد نیز همسان بودن پاسخ‌ها در سؤالات ۴ و ۷ وجود دارد یعنی افراد باسواد و بی‌سواد در این سؤال‌ها به‌طور یکسان پاسخ داده‌اند و در مابقی سؤال‌ها تحصیلات در پاسخ‌گویی تأثیر داشته است.

جدول (۳) جدول توافقی گویه ۱ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۱) «اگر نقاشی بسیار آسیب دیده باشد و مرمتگر روایت نقاشی را در جایی کنار آن بنویسد تا برایم قابل درک باشد، خوب است». با توجه به مقدار قراردادی P-Value (۰/۰۵)، زمانی که عدد این مقدار کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آید، فرض صفر یعنی فرض همسان بودن پاسخ‌ها را رد می‌کند<sup>۱</sup> و میزان P-Value در این جدول که کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است، نشانگر این است که سطح سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

تحصیلات \ گویه ۱	دسته		جمع
	اول	دوم	
باسواد	۲۹	۵۱	۸۰
بی سواد	۰	۸۰	۸۰
جمع	۲۹	۱۳۱	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۳۵/۴۲۰
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۴) جدول توافقی گویه ۲ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۲) «اگر نقاشی نیاز به بازسازی داشته باشد، کمترین میزان بازسازی که بعد از آن بتوانم اصل روایت را در ذهنم بسازم، برایم کفایت». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

تحصیلات \ گویه ۲	دسته		جمع
	اول	دوم	
باسواد	۱۵	۶۵	۸۰
بی سواد	۲	۷۸	۸۰
جمع	۱۷	۱۴۳	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۱۴/۸۰۹
P-Value			۰/۰۰۰

۱. پاریسیان، مبنای احتمال و آمار برای دانشجویان علوم و مهندسی، ۳۰۸.

جدول (۵) جدول توافقی گویه ۳ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۳) «ارزش‌های مذهبی و روایت نقاشی و کارکرد بنا در این زمان، باید در تصمیم‌گیری‌های مرمتی مورد توجه باشند». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

گویه ۳ تحصیلات	دسته		جمع
	اول	دوم	
با سواد	۶۶	۱۴	۸۰
بی سواد	۷۵	۵	۸۰
جمع	۱۴۱	۱۹	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۴/۸۳۸
P-Value			۰/۰۲۸

جدول (۶) جدول توافقی گویه ۵ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۵) «من به تفاوت عمدی بخش مرمتی و نقاشی اصلی در بازسازی، احترام می‌گذارم». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

گویه ۵ تحصیلات	دسته		جمع
	اول	دوم	
با سواد	۶۷	۱۳	۸۰
بی سواد	۱۰	۷۰	۸۰
جمع	۷۷	۸۳	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۸/۹۳۱
P-Value			۰/۰۰۱

جدول (۷) جدول توافقی گویه ۶ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۶) «به نظرم بهتر است که بازسازی در کمبودهای این نقاشی‌ها، طوری باشد که تاحدی شبیه نقاشی اولیه شود». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

گویه ۶ تحصیلات	دسته		جمع
	اول	دوم	
با سواد	۵۴	۲۶	۸۰
بی سواد	۶۸	۱۲	۸۰
جمع	۱۲۲	۳۸	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۶/۷۶۴
P-Value			۰/۰۰۹

جدول (۸) جدول توافقی گویه ۸ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۸) «من ترجیح می‌دهم تا بعد از بازسازی این نقاشی‌ها، مجدد بتوانم با آن‌ها مثل سابق ارتباط بگیرم (حفظ هویت اثر و کاربری برای مخاطب هدف)». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

گویه ۸ تحصیلات	دسته اول	دسته دوم	جمع
با سواد	۶۳	۱۷	۸۰
بی سواد	۷۵	۵	۸۰
جمع	۱۳۸	۲۲	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۷/۵۸۹
P-Value			۰/۰۰۶

جدول (۹) جدول توافقی گویه ۹ در مقابل تحصیلات افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۹) «اگر مرمتگر به‌خاطر در دسترس نبودن اطلاعات معتبر از بخش کمبود در نقاشی، آن را کامل بازسازی نکند، می‌توانم این تصمیم را بپذیرم». با توجه به مقدار P-Value که از ۰/۰۵ کوچک‌تر است فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سواد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

گویه ۹ تحصیلات	دسته اول	دسته دوم	جمع
با سواد	۱۰	۷۰	۸۰
بی سواد	۲	۷۸	۸۰
جمع	۱۲	۱۴۸	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۱۲/۹۷۳
P-Value			۰/۰۰۰

در مبحث سن افراد، نیز همسان بودن پاسخ‌ها در گویه‌های ۱ و ۳ و ۸ وجود دارد یعنی افراد جوان و مسن در این سؤال‌ها به‌طور یکسان پاسخ داده‌اند و در مابقی سؤال‌ها سن افراد در پاسخ‌گویی تأثیر داشته است.

جدول (۱۰) جدول توافقی گویه ۲ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۲) «اگر نقاشی نیاز به بازسازی داشته باشد، کمترین میزان بازسازی که بعد از آن بتوانم اصل روایت را در ذهنم بسازم، برایم کفایت». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

سن \ گویه ۲	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۱۴	۶۶	۸۰
مسن	۳	۷۷	۸۰
جمع	۱۷	۱۴۳	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۷/۹۶۴
P-Value			۰/۰۰۵

جدول (۱۱) جدول توافقی گویه ۴ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۴) «انتظار دارم تا مرمتگر قبل از شروع کار، از من و دیگر افراد جامعه‌ام که به زیارت این اماکن می‌رویم، درباره انتظاراتمان و نوع کارش نظرسنجی کند». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

سن \ گویه ۴	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۴۸	۳۲	۸۰
مسن	۶۲	۱۸	۸۰
جمع	۱۱۰	۵۰	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۵/۷۰۲
P-Value			۰/۰۱۷

جدول (۱۲) جدول توافقی گویه ۵ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۵) «من به تفاوت عمدی بخش مرمتی و نقاشی اصلی در بازسازی، احترام می‌گذارم». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

سن \ گویه ۵	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۷۰	۱۰	۸۰
مسن	۷	۷۳	۸۰
جمع	۷۷	۸۳	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۹/۳۲۴
P-Value			۰/۰۰۰



جدول (۱۳) جدول توافقی گویه ۶ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۶) «به نظرم بهتر است که بازسازی در کمبدهای این نقاشی‌ها، طوری باشد که تاحدی شبیه نقاشی اولیه شود». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

سن \ گویه ۶	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۵۰	۳۰	۸۰
مسن	۷۲	۸	۸۰
جمع	۱۲۲	۳۸	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۱۶/۷۰۴
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۱۴) جدول توافقی گویه ۷ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۷) «انتظار دارم که مرمت و بازسازی باعث شود تا ذهنیت قبلی خودم از این نقاشی‌ها از بین نرود». با توجه به مقدار P-Value که از ۰/۰۵ کوچک‌تر است فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

سن \ گویه ۷	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۵۹	۲۱	۸۰
مسن	۷۱	۹	۸۰
جمع	۱۳۰	۳۰	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۵/۹۰۸
P-Value			۰/۰۱۵

جدول (۱۵) جدول توافقی گویه ۹ در مقابل سن افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۹) «اگر مرمتگر به‌خاطر در دسترس نبودن اطلاعات معتبر از بخش کمبود در نقاشی، آن را کامل بازسازی نکند، می‌توانم این تصمیم را بپذیرم». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و سن در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

در مبحث مکان شهری و روستایی، همسان بودن پاسخ‌ها در گویه‌های ۱ و ۲ وجود دارد یعنی افراد شهری و روستایی به‌طور یکسان پاسخ دادند و در مابقی سؤال‌ها مکان افراد در پاسخ‌ها تأثیر داشتند.

سن \ گویه ۹	دسته		جمع
	اول	دوم	
جوان	۱۱	۶۹	۸۰
مسن	۱	۷۹	۸۰
جمع	۱۲	۱۴۸	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۹/۰۰۹
P-Value			۰/۰۰۳

جدول (۱۶) جدول توافقی گویه ۳ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۳) «ارزش‌های مذهبی و روایت نقاشی و کارکرد بنا در این زمان، باید در تصمیم‌گیری‌های مرمتی مورد توجه باشند». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۳	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۶۶	۱۴	۸۰
روستایی	۷۵	۵	۸۰
جمع	۱۴۱	۱۹	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۲۱/۵۶۰
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۱۷) جدول توافقی گویه ۴ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۴) «انتظار دارم تا مرمتگر قبل از شروع کار، از من و دیگر افراد جامعه‌ام که به زیارت این اماکن می‌رویم، درباره انتظارانمان و نوع کارش نظرسنجی کند». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض پاسخ‌های همسان رد می‌شود و مکان در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۴	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۶۶	۱۴	۸۰
روستایی	۴۴	۳۶	۸۰
جمع	۱۱۰	۵۰	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۱۴/۰۸۰
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۱۸) جدول توافقی گویه ۵ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۵) «من به تفاوت عمدی بخش مرمتی و نقاشی اصلی در بازسازی، احترام می‌گذارم». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۵	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۶۸	۱۲	۸۰
روستایی	۹	۷۱	۸۰
جمع	۷۷	۸۳	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۵/۲۷۰
P-Value			۰/۰۲۲

جدول (۱۹) جدول توافقی گویه ۶ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۶) «به نظرم بهتر است که بازسازی در کمبدهای این نقاشی‌ها، طوری باشد که تاحدی شبیه نقاشی اولیه شود». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد، و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۶	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۴۵	۳۵	۸۰
روستایی	۷۷	۳	۸۰
جمع	۱۲۲	۳۸	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۳۵/۳۴۱
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۲۰) جدول توافقی گویه ۷ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۷) «انتظار دارم که مرمت و بازسازی باعث شود تا ذهنیت قبلی خودم از این نقاشی‌ها از بین نرود». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۷	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۵۲	۲۸	۸۰
روستایی	۷۸	۲	۸۰
جمع	۱۳۰	۳۰	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۲۷/۷۳۳
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۲۱) جدول توافقی گویه ۸ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۸) «من ترجیح می‌دهم تا بعد از بازسازی این نقاشی‌ها، مجدد بتوانم با آن‌ها مثل سابق ارتباط بگیرم (حفظ هویت اثر و کاربری برای مخاطب)». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

مکان \ گویه ۸	دسته		جمع
	اول	دوم	
شهری	۵۹	۲۱	۸۰
روستایی	۷۹	۱	۸۰
جمع	۱۳۸	۲۲	۱۶۰
آماره آزمون Chi-Square			۲۱/۰۸۰
P-Value			۰/۰۰۰

جدول (۲۲) جدول توافقی گویه ۹ در مقابل مکان افراد. منبع: نگارندگان

در (گویه ۹) «اگر مرمیگر به خاطر در دسترس نبودن اطلاعات معتبر از بخش کمبود در نقاشی، آن را کامل بازسازی نکند، می‌توانم این تصمیم را بپذیرم». با توجه به مقدار P-Value کمتر از ۰/۰۵ فرض همسان بودن پاسخ‌ها رد می‌شود و مکان افراد در انتخاب گزینه‌ها تأثیر دارد.

جمع	دسته دوم	دسته اول	گویه ۹ مکان
۸۰	۷۱	۹	شهری
۸۰	۷۷	۳	روستایی
۱۶۰	۱۴۸	۱۲	جمع
آماره آزمون Chi-Square		۹/۰۰۹	
P-Value		۰/۰۰۳	

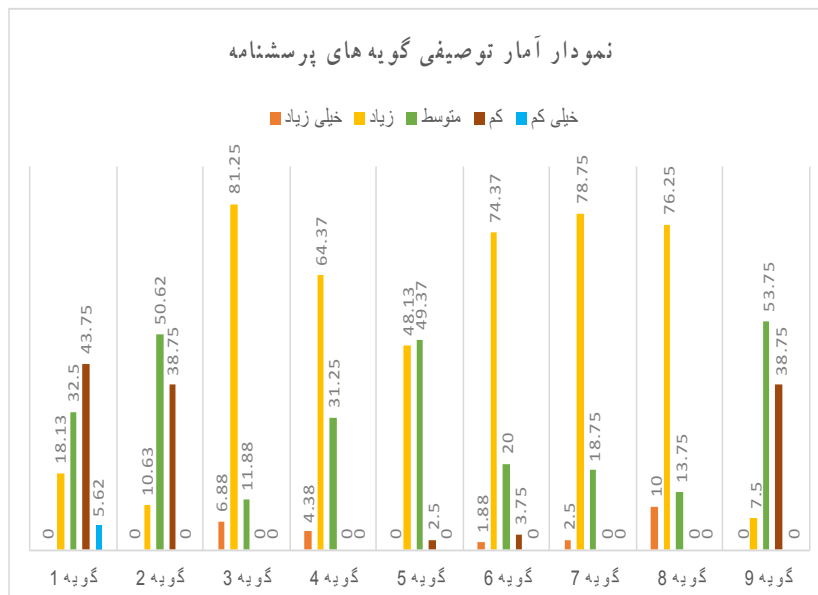
### تجزیه و تحلیل آماری سؤال تحقیق

در مجموع در بررسی کمی مربوط به سؤال تحقیق، ۹ گویه مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آمار توصیفی مربوط به این گویه‌ها بیانگر موافقت ۱۸ درصدی مخاطبان با «بیان نوشتاری روایت توسط مرمیگر در کنار اثر یا سطحی دیگر، جهت ادراک بهتر از نقاشی آسیب‌دیده» (گویه ۱) بوده است. درصد پایین نظر مثبت نسبت به این راهکار و درصد بیشتر عدم موافقت حدود ۴۸ درصد در این گویه، بیانگر تمایل مخاطبان نسبت به ادراک روایت از خود تصویر، نسبت به بیان نوشتاری و کمکی است. در خصوص پاسخ به این گویه که «اگر نقاشی نیاز به بازسازی داشته باشد، کمترین میزان بازسازی که در آن سطح مخاطب بتواند اصل روایت را در ذهنش بازسازی نماید، کفایت» (گویه ۲) تنها ۱۰ درصد پاسخ موافق به ثبت رسیده است. این مورد نیز بیانگر تمرکز مخاطبان به ادراک روایت از متن کامل نقاشی بوده است.

در ادامه آمار توصیفی، مخاطبان با ثبت ۸۷ درصد نظر موافق، به اهمیت «توجه به ارزش‌های مذهبی و کارکرد روایی دیوارنگاره‌ها در تصمیمات مرمت و بازسازی آن‌ها» (گویه ۳)، رأی داده‌اند و ۶۸ درصد از پاسخ‌دهندگان انتظار «نظرسنجی از ایشان پیش از آغاز فرایند مرمت» (گویه ۴) را داشتند. همچنین ۷۵ درصد مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌ها، «متماثل به شباهت نقاشی پس از بازسازی، با تصویر اولیه» (گویه ۶)، بوده‌اند و بالاتر از ۸۰ درصد مخاطبان هدف انتظار داشته‌اند که «عمل بازسازی به گونه‌ای انجام شود تا ذهنیت قبلیشان از این نقاشی‌ها از بین نرود» (گویه ۷). وجوه مختلف انتظارات مخاطبان هدف این آثار متأثر از ویژگی‌های جامعه‌شناختی ایشان در یافته‌های آماری فوق مشخص می‌شود.

به‌طور کلی ۸۶ درصد از مخاطبان هدف ابراز داشته‌اند که «ترجیح می‌دهند تا پس از بازسازی این

دیوارنگاره‌ها بتوانند با آن‌ها مانند گذشته ارتباط برقرار نمایند» (گویه ۸) و در انتها ۴۸ درصد مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌ها اظهار داشته‌اند که «می‌توانند به تفاوت بخش بازسازی شده و نقاشی اصلی، احترام بگذارند» (گویه ۵) اما تنها حدود ۸ درصد از پاسخ‌دهندگان موافقت خود را مبنی بر «پذیرش عدم بازسازی بخش کمبودهای مختل‌کننده، با توجه به نبود دسترسی مرمتگر به اطلاعات مستند از تصویر در آن ناحیه» (گویه ۹)، ابراز داشتند. این موضوع در ادامه تمایلات بیان شده از سوی مخاطبان در خصوص اظهار تمایل ایشان بر درک روایت از تصویر تکمیل شده، است.



نمودار ۱: آمار توصیفی گویه‌های پرسشنامه (میزان درصد پاسخ‌های مخاطبان به هر گویه).

#### منبع: نگارندگان

پس از آمار توصیفی، در بخش آمار استنباطی در آزمون کای اسکوتر مربوط به سؤالات پرسشنامه، می‌توان به توضیح دلایلی که به خصایص ویژه هر گروه از طبقات اجتماعی مخاطبان هدف برمی‌گردد، پرداخت. نتایج بیانگر تفاوت معنادار بین پاسخ‌های گروه باسوادان و بی‌سوادان در خصوص «تمایل به نوشتار روایت به جای بازسازی تصویری در کنار نقاشی» (گویه ۱) است به گونه‌ای که به طور مشخص هیچ‌کدام از مخاطبان بی‌سواد موافق این گویه نبوده‌اند. همان‌طور که پیشتر از این در مورد آمار توصیفی این گویه درصد بسیار پایینی از موافقت در کل پرسشنامه‌ها به ثبت رسیده بود. کاملاً پیداست که افراد بی‌سواد

متکی به حافظه تصویری خود بوده و از این جهت قطعاً معنای روایت را از خود نقاشی درک خواهند کرد ولی گروه باسوادان نیز تنها ۲۹ نفر از میان ۸۰ نفر موافق این رویه کمکی بوده و آن‌ها نیز همچنان ادراک تصویری را در اولویت دارند. طرح موضوع نوشتار روایت در قسمت‌هایی که قابلیت بازسازی مستند ندارند، به پیشینه وجود اشعار و اسامی شخصیت‌ها و یا عنوان وقایع منقوش بر این نقاشی‌های مذهبی توسط نقاشان آن‌ها، برمی‌گردد. در ادامه آمار استنباطی بایستی به نظرات موافق بیشتر در گروه افراد باسواد نسبت به بی‌سوادان در مورد «پذیرش کمترین میزان بازسازی که تداعی‌کننده روایت در ذهن مخاطبان باشد» (گویه ۲)، اشاره داشت. این نتیجه می‌تواند به تمایل بیشتر مخاطبان بی‌سواد مبنی بر انجام بازسازی تصویری نقاشی به جهت خدشه‌دار نشدن حافظه تصویری‌شان بازگردد. به همین فریاد و دلیل، گروه بی‌سوادان آراء موافق کمتری نسبت به گروه باسواد در گویه‌های مرتبط با «پذیرش عدم بازسازی در صورت در دسترس نبودن اطلاعات از بخش مفقود» (گویه ۹)، و گویه «پذیرش و احترام به تفاوت بخش‌های مرمتی از نقاشی اصلی» (گویه ۵) بیان داشته‌اند و نیز نظرات موافق بیشتری نسبت به باسوادان در مورد گویه «تمایل به وجود شباهت بخش بازسازی شده به نقاشی اصلی» (گویه ۶) ابراز کرده‌اند. این تأثیر موضوع سطح سواد در گویه «ترجیح مخاطبان به برقراری ارتباط مجدد با نقاشی‌های روایی پس از بازسازی تصویری» (گویه ۸) به صورت تمایل بیشتر در گروه بی‌سوادان مشاهده می‌شود. در واقع این گویه به دنبال حفظ هویت و کاربری اثر بوده است. از آنجا که تشخیص هویت یک اثر، پدیده‌ای ادراکی است و بنا به نظریه دریافت، با عطف به ذهنیت پیشین مخاطب و آشناپنداری، محقق می‌گردد، با ارزش‌گذاری بر کیفیات و ویژگی‌های مشخصه هر اثر سبب بروز احساس این‌همانی در مخاطب می‌شود. بر این اساس قابل توضیح است که ادراک مخاطبان بی‌سواد صرفاً بر حافظه تصویری آن‌ها از این نقاشی‌ها متکی است، از این جهت ایشان بیشتر خواهان برقراری تعامل گذشته با نقاشی‌ها به جهت دستیابی به حس این‌همانی و درک پیام اثر از طریق اتصال تصاویر مشهود با پدیده‌های موجود در ذهنشان، هستند. در ادامه آخرین آمار استنباطی مرتبط با تأثیر متغیر سطح سواد، تعداد نظرات موافق گروه بی‌سواد اندکی بیشتر از باسواد در این گویه بوده است: «ارزش‌های مذهبی-روایی و کارکرد بنا بایستی در تصمیم‌گیری‌های مرمتی مورد توجه باشند» (گویه ۳).

در ادامه می‌توان به تأثیر متغیر سن در آمار استنباطی پرداخت. گروه مخاطبان جوان به گویه‌های مرتبط با «پذیرش کمترین میزان بازسازی در راستای تداعی ذهنی مخاطبان» (گویه ۲)، «احترام به تفاوت بخش مرمتی از نقاشی اصلی» (گویه ۵) و «پذیرفتن عدم بازسازی تصویری بخش‌های کمبود به دلیل در دسترس نبودن اطلاعات مستند و دقیق» (گویه ۹)، پاسخ‌های مثبت بیشتری نسبت به مخاطبان مسن ابراز داشته‌اند.

این موضوع می‌تواند مرتبط با گسترش بیشتر و روزآمدتر دیدگاه‌های مرتبط با احترام به ابعاد اصالت‌مندی تاریخی میراث فرهنگی بر بستر چشم‌انداز فرهنگ نسل‌های اخیر (گروه جوانان) باشد. احتمال بیشتر در مورد حضور گروه جوانان در دایره آموزش و علوم روز، قدرت پذیرش دیدگاه‌های متنوع و نوین را در آن‌ها افزایش می‌دهد و از این‌رو توجه به حفظ اصالت‌مندی آثار تاریخی از طریق استانداردها و اصول اعمال شده امروزی از سوی متخصصان میراثی، می‌تواند در میان گروه جوانان حتی در کنار باورمندی‌های مذهبی و اعتقادی‌شان، بیشتر مقبول واقع شود و از این جهت پاسخ‌های موافق ایشان به گویه‌های فوق در مقابل نظرات گروه افراد مسن، مشهود است. در مقابل، مخاطبان مسن نظرات موافق بیشتری در خصوص گویه‌های زیر اعلام داشته‌اند: «نظرسنجی از مخاطبان پیش از آغاز عملیات مرمت» (گویه ۴)، «شباهت حدودی بخش بازسازی شده به نقاشی اولیه» (گویه ۶) و «تمایل به از بین رفتن ذهنیت قبلی مخاطبان پس از بازسازی» (گویه ۷). می‌توان بنا به یکی از عناصر اصلی نظریه دریافت یعنی نقش پیشینه‌های ذهنی استدلال کرد که گروه مخاطبان مسن به سبب تثبیت پیش‌زمینه‌های ذهنی خود و انتظار ادراکی از تعامل با نقاشی روایی که سال‌ها با آن پیوند برقرار کرده و به بخشی از خودبودگی آن‌ها در زندگی‌شان تبدیل شده است، و نیز احتمالاً به جهت پابندی بیشتر به اعتقادات دینی و باورمندی عمیق‌تر ایشان به روایات و پیام‌های اخلاقی زندگی اولیاء و ائمه، تمایل بیشتری به بازسازی بخش کمبود در این نقاشی‌ها از خود نشان می‌دهند تا حضور خود در افق انتظاراتشان را تحکیم نمایند.

آخرین متغیر مورد بررسی که در آمار استنباطی به‌دست آمده است، متغیر مکان در گویه‌های فوق است. مخاطبان روستایی نظرات موافق بیشتری نسبت به مخاطبان شهری در این موارد ابراز کرده‌اند: «توجه مرمتگران به ارزش‌های مذهبی و روایت نقاشی در عمل مرمت و بازسازی» (گویه ۳)، «تمایل به مشاهده شباهت بخش بازسازی شده با نقاشی اولیه» (گویه ۶)، «تمایل به از بین رفتن ذهنیت مخاطبان پس از بازسازی تصویری» (گویه ۷) و «ترجیح مخاطبان مبنی بر برقراری ارتباط مجدد و کاربری و درک هویت پیشین نقاشی‌ها پس از بازسازی» (گویه ۸). در مجموع و با توجه به مبحث افق انتظارات در نظریه دریافت، افق انتظارات جمعی مخاطبان روستایی می‌تواند متفاوت از افق انتظارات جمعی مخاطبان شهری باشد که نتایج آماری نیز بیانگر این موضوع است. در ذکر دلایل این تفاوت می‌توان به تمرکز بیشتر مخاطبان روستایی بر نیروهای معنوی که از باورهای ساده و خالصانه ایشان نسبت به جایگاه این اماکن مذهبی در آن منطقه و از ارادتشان در وضعیت‌های گذشته و کنونی آن‌ها و خصلت‌های زندگی‌شان منشعب می‌شوند، اشاره داشت. این موضوع‌ها نیز به عمق و میزان تعاملات این گروه از مخاطبان با نقاشی‌های روایی برمی‌گردد که با تهییج احساساتشان و تکرار این روابط به‌صورت ساختاری از پیش‌زمینه‌های تحکیم

شده در ذهنیت ایشان و در قالب دلالت‌های تاریخی، شکل گرفته است. از این جهت مخاطبان روستایی بیشتر متمایل به گویه‌های فوق بوده‌اند. از سوی دیگر، مخاطبان شهری نظرات موافق بیشتری به نسبت مخاطبان روستایی در مورد گویه‌های زیر اعلام کرده‌اند: «نظرسنجی مرمتگر از انتظارات مخاطبان پیش از شروع مرمت» (گویه ۴)، «احترام به تفاوت بخش مرمتی از نقاشی اصلی» (گویه ۵)، و «پذیرش تصمیم مرمتگر مبنی بر عدم بازسازی کمبود در این نقاشی‌ها به سبب در دسترس نبودن اطلاعات دقیق از نقش قسمت مفقود» (گویه ۹). بنا به وجود موج‌هایی از دیدگاه‌های متنوع‌تر در حوزه علم و فرهنگ در شهرها نسبت به روستاها و بنا به تفاوت سطح توقعات و انتظارات مخاطبان شهری و روستایی، به همان سیاق که در آمار استنباطی این بخش مرتبط با تأثیر متغیر سن در گروه‌های جوان و مسن، استدلال شده است، به-هرحال مخاطبان شهری نیز به جهت برخورداری از امکانات فرهنگی و آموزشی بیشتر، می‌توانند ذیل دلالت‌مندی‌های جدید، بهتر پذیرای نظرات متنوع و حتی گاه متفاوت در این زمینه یعنی حوزه میراث فرهنگی و شیوه‌های حفظ و مرمت آن‌ها از سوی متخصصان باشند. به نظر می‌رسد پذیرش دیدگاه‌های تخصصی که در مورد آثار میراثی لازم الاجرا است، در میان گروه‌های جوان و شهری و افراد باسواد راحت‌تر صورت می‌گیرد.

### نتیجه‌گیری

پژوهشی که از نظر گذشت به دنبال دستیابی به مواردی بوده است که با التفات به ادراک و انتظارات مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌ها، می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های مرمتگر(ان) در رویکردی مخاطب‌محور تأثیرگذار باشند. از آنجایی که بسیاری از این نقاشی‌های دیواری مورد مرمت قرار نگرفته‌اند، یافته‌های این بررسی نظری بر مبنای ورود انتظارات مخاطبان (که کاربری کنونی بنا را حفظ کرده‌اند) در بخش بازسازی تصویری این آثار در مرمت‌های آتی و مقتضی، راهگشا خواهد بود. به‌طورکلی نتایج آماری در ارتباط با سؤال تحقیق را می‌توان به دو دسته الف) موارد مورد توجه در تعیین هدف بازسازی توسط مرمتگر (گویه‌های ۴ تا ۹) و ب) شناخت عوامل تأثیرگذار بر نحوه بازسازی مرمتگر (گویه‌های ۱ تا ۳) تقسیم کرد. طبق یافته‌ها، تمایل بسیاری از مخاطبان بر نظرسنجی از ایشان پیش از مرمت (گویه ۴)، با مبحث اهمیت و نقش «ارزش فرهنگی و اجتماعی این آثار» در ارتباط است. همچنین تمایل اکثر مخاطبان به یافتن شباهت نقاشی بعد از بازسازی با تصویر اولیه (گویه ۶)، به «اثرپذیری بازسازی از انتظارات مخاطبان» مرتبط است و موافقت مخاطبان بسیار در مورد نقش کمک‌کننده بازسازی به تداعی ذهنی ایشان از روایت (گویه ۷)، به نوعی به مبحث «اثرگذاری بازسازی بر ذهنیت ایشان» اشاره دارد. تمایل مخاطبان به



حفظ هویت اثر و توجه به تداوم حیات و کاربری (گویه ۸) نیز با «اثرگذاری بازسازی بر هویت و کاربری» این آثار در پیوند است. از سویی موافقت نسبی در مورد موضوعات احترام به تفاوت بخش بازسازی شده و نقاشی اصلی (گویه ۵)، و نیز درصد بسیار پایین موافقت با پذیرش عدم بازسازی بخش کمبودهای مختل‌کننده (گویه ۹)، در پیوند با «توجه به اصول اخلاقی مرمت» قرار می‌گیرند که تمام موارد بالا می‌توانند مرمتگر را در «تعیین هدف از بازسازی» (دسته الف) در این دیوارنگاره‌ها یاری دهند. در ادامه، یافته‌ها حاکی از آن بودند که مبحث تمایل مخاطبان به توجه به انتظارات ایشان با نظر به کارکرد و ارزش‌ها در افق انتظارشان (گویه ۳)، به «ارتباط کارکرد ارزشی و بازسازی» اشاره دارد. همچنین موضوعات درصد پایین موافقت با بیان نوشتاری روایت توسط مرمتگر در کنار اثر (گویه ۱)، و موافقت کم با کمترین میزان بازسازی که در آن سطح مخاطب بتواند روایت را در ذهنش بازسازی نماید (گویه ۲) نیز با «اثرگذاری روایت بر اصول بازسازی تصویری» ارتباط دارند. در نهایت این موارد اخیر نیز می‌توانند بر نحوه بازسازی مرمتگر (دسته ب) تأثیرگذار باشند.



شکل ۱: طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر نقش مرمتگر با توجه به انتظارات مخاطبان از بازسازی تصویری این آثار. منبع: نگارندگان.

تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق بیانگر این بود که عوامل مختلفی در راستای تعیین نمودن نقش مرمتگر با توجه به ادراک مخاطبان هدف، مؤثراند؛ از جمله «نحوه و میزان ادراک مخاطبان از روایت تصویر» که بایستی جهت برقراری تعادل در انتظارات ایشان و اصول اخلاقی یک تفسیر انتقادی در بازسازی تصویری به صورت رویکردی ارزش‌محور مدنظر قرار گیرد. در واقع در مبانی معاصر مرمتی و رویکرد ارزش‌محور، برقراری تعادل استانداردهای اولیه با نیازهای ذی‌نفعان که در روند حفظ و مرمت درگیرند، تحت نظر متخصصان انجام می‌گیرد. بدین جهت نیاز به «نظرسنجی از مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌ها» پیش از مرمت خواهد بود تا ضمن پاسداشت اصول مرمتی و توصیه‌های موجود مبنی بر کمترین حد بازسازی، بتوان به ارزیابی عملی در بطن مباحث نظری منتج از دیدگاه متخصصان پرداخت. در ادامه، نتایج پیرو جامعه‌شناسی مخاطبان این دیوارنگاره‌ها نشان می‌دهند که «التفات به افق انتظارات مخاطبان هدف با توجه به کارکرد و ارزش‌های مدنظرشان» نیز تعیین‌گر نقش مرمتگر بوده و به نوعی می‌تواند تأثیرگذاری ارزش‌ها و کارکرد کنونی این آثار بر انجام یا عدم انجام بازسازی را مشخص سازد. در مجموع مهم است تا بازسازی تصویری سبب آشنایی‌زدایی از ذهنیت مخاطبان هدف نگردد بلکه به «تداعی ذهنی مخاطب» کمک نماید. یافته‌های تحقیق نشان داده‌اند که در اینجا عامل «پیش‌زمینه‌های ذهنی مخاطبان»، روشنگر مسیر مرمتگر است که این موضوع خود منجر به حفظ هویت اثر و تداوم حیات آن می‌شود.

از سویی نظر به اهمیت جامعه‌شناسی مخاطبان هدف این ابنیه مذهبی، آشکار شد که ایشان به سبب ساختار پیش‌زمینه‌های ذهنی خویش و بر مبنای نظریه دریافت، در خوانش هر متن تصویری متمایل به تأیید داشته‌های ذهنی پیشین از طریق مشاهده تصویر هستند. از آنجا که جامعه مخاطبان از یک افق انتظار جمعی با افق اثر روبرو می‌شوند و از آنجا که در گذشته، از درهم‌تنیدگی این دو افق، تلاقی ادراکی مخاطبان صورت گرفته است، اکنون نیز بازگشت به نزدیکترین حالت به آن وضعیت ادراکی را خواستارند و «متمایل به مشاهده بیشتر شباهت تصویری با ذهنیت خویش» هستند و در اینجا «افق انتظارات جمعی مخاطبان» بر نقش مرمتگر در طول بازسازی مؤثر است. اما پرداختن به این مسئله در حیطه اصول مرمتی، مشروط به رعایت اصول برگشت‌پذیری و تمایز در کنار حفظ تمامیت اثر است.

در این تحقیق با توجه به مجموعه آراء مخاطبان از انتظاراتشان نسبت به بازسازی تصویری این آثار در مرمت‌های آتی، و با در نظر داشتن محدودیت‌های مرمتی، می‌توان پیشنهاد کرد که هم‌آوری در راستای نزدیکی وجوه افتراق نظرات متخصصان و مخاطبان صورت گیرد. این امر به مانند محوری دو قطبیست که در قطب مخاطبان هدف با اتکا به نتایج آماری این تحقیق، نیازمند فرهنگ‌سازی و آموزش در زمینه توجیه

آن‌ها درباره محدودیت‌های مرمتی و ارزش‌های میراثی این آثار است. در این میان، نزدیک به ۵۰ درصد که قائل به احترام به تفاوت‌های بخش مرمتی از بخش اصلی بوده‌اند، نویدبخش پذیرش وجهه عمومی مسائل تخصصی مرمت است که می‌تواند با گسترش فرهنگ مواجهه با یک اثر میراثی در هر جامعه، به مرور نتایج مطلوبتری در بر داشته باشد؛ و در قطب متخصصان مرمت نیز ضرورت توجه به افق انتظار جمعی این مخاطبان بر بستر سنت جامعه محلی و پیش‌زمینه‌های ذهنی ایشان در بازسازی تصویری روایت نقاشی، مشهود است تا از این رهگذر هر مخاطب بتواند افق انتظارات شخصی خود را با اثر تطبیق داده و این تلاقی ادراکی سبب حفظ حیات اثر در بطن فرهنگ اجتماعی گردد. از برآیند تحلیل‌های فوق، سودمندی ورود دیدگاه‌های جامعه‌شناسی مخاطبان در حوزه مبانی مرمت این آثار جهت راهگشایی در تصمیم‌گیری‌های مرمت و بازسازی نقاشی‌ها، آشکار است.

در انتها نیز بنا به برهان‌های بیان شده در بخش آمار استنباطی و با نظر به دیدگاه‌های گروه‌های جمعیت‌شناختی در این پژوهش، توصیه می‌شود تا تأثیرات متغیرهای جمعیت‌شناختی سن، مکان و سطح سواد مرتبط با عوامل تعیین‌کننده اثرات نقش مرمتگر بر ادراک مخاطبان هدف این دیوارنگاره‌های روایی مذهبی، در هر پروژه مرمتی در نظر گرفته شوند.

## فهرست منابع

- آب نیکی، حسن. «چیستی و کاربست هرمنوتیک ادبی». نقد ادبی، سال اول، ش. ۲ (۱۳۸۷): ۳۹-۶۲.
- احمدی، بابک. حقیقت و زیبایی درس‌های فلسفه هنر. تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۴.
- اصغرنژاد قلعه‌یی، حسین. شناسایی اثرات فناوری‌های نوین اطلاعاتی بر فرایند صنعت نشر کتاب در ایران و ارائه الگوی مفهومی فرایند نشر مدرن و پسامدرن در کشور. رساله دکتری رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی (علوم تربیتی). اهواز: دانشگاه شهید چمران، ۱۳۹۶.
- بصری، سمیه. تبیین مفهوم تمامیت در حوزه آثار موزه‌ای از منظر مدیریت حفظ فرایند ارتباط متقابل اثر-مخاطب-محیط. رساله دکتری رشته مرمت آثار فرهنگی و تاریخی. اصفهان: دانشگاه هنر اصفهان، ۱۳۹۳.
- بیات، محمدرضا؛ علیمرادی، مهناز و الناز زرین‌فر. روش پژوهش در علوم رفتاری. تهران: آکادمیک، ۱۳۹۸.
- پارسیان، احمد. مبانی احتمال و آمار برای دانشجویان علوم و مهندسی. اصفهان: مرکز نشر دانشگاه صنعتی اصفهان، ۱۳۸۴.
- جواری، محمد حسین و احمد حمیدی کندول. «سیر نظریه‌های ادبی معطوف به خواننده در قرن بیستم». ادب پژوهی، سال اول، ش. ۳ (۱۳۸۶): ۱۴۴-۱۷۶.

جواری، محمد حسین. «نظریه زیبایی‌شناسی دریافت: روشی برای خوانش‌های جدید در ادب فارسی». مولوی پژوهی، سال دوم، ش. ۵ (۱۳۸۴): ۷۲-۷۵.

حافظ نیا، محمدرضا. مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: سمت، ۱۳۹۱.

حسینی داورانی، سیدعباس. «نظریه دریافت و جامعه‌شناسی عکس». مجله چیدمان، سال اول، ش. ۱ (۱۳۹۲): ۹۴-۹۹.

خاکی، غلامرضا. روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی درایت، ۱۳۷۸.

دلاور، علی. احتمالات و آمار کاربردی در روان‌شناسی و علوم تربیتی. تهران: رشد، ۱۳۸۵.

دلاور، علی. روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر ویرایش، ۱۳۸۵.

کرلینجر، فردریک نیکلز. مبانی پژوهش در علوم رفتاری. ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند. تهران: آوای نور، ۱۳۷۴.

الکساندر، ویکتوریا. «رویکردهای دریافت». ترجمه مسعود ملک‌یاری، بیناب، سال هفتم، ش. ۱۴ (۱۳۸۸): ۱۰۶-۱۲۵.

کوثری، مسعود. «پاسخ‌های مسعود کوثری به پرسش‌های جامعه‌شناسی هنر». بیناب، سال سوم، ش. ۸ (۱۳۸۴): ۷۸-۸۵.

مونیوس ویناس، سالوادور. نگرهی نگاهداشت معاصر. ترجمه فرهنگ مظفر، فاطمه مهدی زاده و حمید فرهمند بروجنی. اصفهان: گلدسته، ۱۳۸۸.

Avrami, E., Macdonald, S., Mason, R., and Myers, D. *Values in Heritage Management Emerging Approaches and Research*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 2019.

Buchanan, I. *A Dictionary of Critical Theory*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

CAC/CAPC. *Code Of Ethics and Guidance for Practice*. of the Canadian Association for Conservation of Cultural Property and of the Canadian Association of Professional Conservators. Canada: CAC and CAPC, 2000.

Schmitz, T. A. Reader-response criticism. In: *modern literary and ancient texts: an introduction*. Usa: john wiely & sons (online resource), 2008.

Zeren Mine, T. "Adaptive re-use of monuments, restoring religious buildings with different uses". *Journal of Cultural Heritage*, 14, 3 (2013): 14-19.

#### Transliterated Bibliography

Ābnīkī, Ḥasan. "Chīstī va Kārbast-i Hirmunūtūk Adabī". *Naqd-i Adabī*. yr.1, no. 2, (2008/1387):

39-62.

Aḥmadī, Bābak. *Ḥaqīqat va Zībāī Dars-hā-yi Falsafih-yi Hunar*. Tehran: Nashr-i Markaz, 1995/1374.

Alexander, Victoria. "Rūykard-hā-yi Daryāft". translated by Mas'ūd Malikyārī. *Bīnāb*. yr.7, no.14 (2009/1388): 106-125.

Aṣgharnizhād Qal'ih ī, Ḥusayn. *Shināsāī Asarāt-i Fanāvarihāy Nūvīn-i Iṭilā'āt bar Farāyand-i Ṣan'at-i Nashr-i Kitāb dar Irān va Irā'ih-yi Ulgūy Mathūmī-i Farāyand-i Nashr-i Mudīrīn va Pasāmudīrīn dar Kishvar*. Risālih-yi Dukturā Rishtih-yi 'Iilm-i Iṭilā'āt va Dānishshināsī ('Ulūm-i Tarbiyatī). Ahvāz: Shahid Chamran University of Ahvaz, 2017/1396.

Baṣīrī. Sumayih. *Tabyīn-i Mathūm-i Tamāmīyat dar Ḥūzih-yi Āsār Mūzih-ī az Manzar-i Mudīrīyat-i Ḥiṭz-i Farāyand-i Irtibāṭ-i Mutaqābil-i Asar-Mukhāṭab-Muḥīṭ*. Risālih-yi Dukturā Rishtih-yi Maramat Āsār-i Farhangī va Tārīkhī. Isfahān: Art University of Isfahan, 2014/1393.

Bayāt, Muḥammad Riṣā; 'Alīmurādī, Mahnāz va Ināz Zarīnfār. *Ravish-i Paghūhish dar 'Ulūm-i Raftārī*. Tehran: Ākādimīk, 2019/1398.

Dilāvar, 'Alī. *Iḥtimālāt va Āmār-i Kārburdī dar Ravānshināsī va 'Ulūm-i Tarbiyatī*. Tehran: Rushd, 2006/1385.

Dilāvar, 'Alī. *Ravish-i Taḥqīq dar Ravānshināsī va 'Ulūm-i Tarbiyatī*. Tehran: Nashr-i Vīrāyish, 2006/1385.

Ḥāfiẓnīyā, Muḥammad Riṣā. *Muqaddamih-ī bar Ravish-i Taḥqīq dar 'Ulūm-i Insānī*. Tehran: Samt, 2012/1391.

Ḥusaynī Dāvarānī, Sayyid 'Abās. "Naẓarīyah-yi Daryāft va Jāmi'ihshināsī-yi 'Aks". *Majalih-yi Chidimān*. yr.1, no.1 (2013/1392): 94-99.

Javārī, Muḥammad Ḥusayn va Aḥmad Ḥamīdī Kindūl. "Sīr-i Naẓarīyah-hā-yi Adabī Ma'ṭūf bi Khānandih dar Qarn-i Bīstum". *Adab Paghūhī*. yr.1, no. 3 (2007/1386): 144-176.

Javārī, Muḥammad Ḥusayn. "Naẓarīyah-yi Zībāīshināsī-i Daryāft: Ravishī barāy Khānīsh-hāy Jadīd dar Adab-i Fārsī". *Mūlavīpaghūhī*. yr.2, no. 5(2005/1384): 72-75.

Kerlinger, Frederick Nichols. *Mabānī-yi Paghūhish dar 'Ulūm-i Raftārī*. translated by Ḥasan Pāshā Sharīfī va Ja'far Najafī zand. Tehran: Āvāy Nūr, 1995/1374.

Khākī, Qulām Riżā. *Ravish-i Taḥqīq bā Rūykarkī bi Pāyānnāmih Nivīsī*. Tehran: Markaz-i Taḥqīqāt-i ‘Ilmī-i Kishvar bā Hamkārī-i Kānūn-i Farhangī Intishārātī Drāyat, 1999/1378.

Kūsarī, Mas‘ūd. “Pāsūkh-hā-yi Mas‘ūd Kūsarī bi Pursish-hā-yi Jāmi‘ihshināsī-yi Hunar”. *Bīnāb*. yr.3, no.8 (2005/1384): 78-85.

Munoz Vinas, Salvador. *Nīgarīh-yi Nīgāhdāsh-t-i Mu‘āṣir*. translated by Farhang Muẓafar; Fāṭimah Mahdīzādīh va Ḥamīd Farahmand Burūjinī. Isfahān: Guldastih, 2009/1388.

Pārsīyān, Aḥmad. *Mabānī-i Iḥtimāl va Āmār barāy Dānishjūyān-i ‘Ulūm va Muhandisī*. Isfahān: Markaz-i Nash-i Isfahan University of Technology, 2005/1384.