

عنوان مقاله:

گردشگری فرهنگی - هنری واقتصادهنر: عوامل موثر بر مصرف کالاهای هنری در مراکز گردشگری شهر یاسوج

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حسین خلیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) مشهد

مهدی منتظر قائم - عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

ناصر مفاتیحی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) مشهد

سحر چنگیز - عضو هیئت علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) مشهد

خلاصه مقاله:

گردشگری فرهنگی- هنری و اقتصاد هنر مربوط به آن، امروزه جایگاهی بنیادی در توجهات اقتصادی و فرهنگی جوامع توسعه یافته به خود اختصاص داده است. در ایران نیز با تکیه بر پشتوانه عظیم فرهنگی و هنری، قابلیت های زیادی در زمینه گردشگری فرهنگی- هنری، وجود دارد. هنر عنصر حیاتی این نوع گردشگری است. اکنون، موجودیت هنر به میزان زیادی وابسته به سازوکارهای اقتصادی است. از مهمترین مباحث در اقتصاد هنر، شناخت ویژگی ها، نگرش ها، انگیزش ها و نیازهای مصرف کنندگان کالاهای هنری است و در واقع این مصرف کنندگان کالاهای هنری هستند که چرخ های اقتصادی گردشگری فرهنگی- هنری را به حرکت در می آورند. بر این اساس، پژوهش بنیادی حاضر که دارای روش تحقیق کیفی و شیوه ی مصاحبه ی عمقی و تحت عنوان « عوامل موثر بر مصرف کالاهای هنری در مراکز گردشگری شهر یاسوج » میباشد، با هدف تولید علم در مخاطبشناسی اقتصاد هنر و گردشگری فرهنگی- هنری کشور، به انجام رسیده است. شهر یاسوج، به خصوص در چند سال اخیر و با توجه با غنای جاذبه های طبیعی و هنرهای بومی منطقه، شاهد حضور شمار قابل توجهی از گردشگران داخلی و خارجی بوده است. تنوع اقلیمی و فرهنگی گردشگران این شهر، بستر مطالعاتی مناسبی است در جهت شناخت ویژگیهای مصرف کنندگان کالاهای هنری در ایران. در این راستا، ضمن توجه به مبانی نظری مربوطه، اقدام به مصاحبه با تعداد 100 نفر (زن و مرد 20 تا 50 ساله) از بازدید کنندگان مراکز عرضه کالاهای هنری در شهر توریستی یاسوج، در محدوده ی زمانی تحقیق (1 تا 10 شهریور 1393) نموده و در این روند، به تحلیل تاملی در پاسخهای مصاحبه شونده گان، پرداخته ایم. نتایج این بررسی نشان میدهد که عوامل خانوادگی، تربیتی، آموزشی و رسانه ای، سهم بیشتری را نسبت به سایر عوامل در مصرف کالاهای هنری و گردشگری فرهنگی- هنری، به خود اختصاص میدهند. این عوامل پاییه عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، ایدئولوژیک، سیاسی و... هستند. همچنین یادآور میشود، جنسیت و سن، دو فاکتور مهم و تعیین کننده در نوعیت مصرف کالاهای هنری و گردشگری فرهنگی- هنری، از سوی گردشگران مورد مطالعه میباشد

کلمات کلیدی:

اقتصاد هنر، شهر یاسوج، عوامل موثر بر مصرف، کالاهای هنری، گردشگری، گردشگری فرهنگی - هنری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/355707>



