

عنوان مقاله:

عوامل ارتباطی موثر بر آگاهی بازدیدکنندگان باغ موزه نادری

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بهینه سازی سیستم ها و مدیریت کسب و کار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

فاطمه سادات حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه محقق اردبیلی

محمد باشکوه اجیرلو - دکتری مدیریت بازرگانی، دانشیار دانشگاه محقق اردبیلی

هاتف حاضری - دکتری علوم اقتصادی، استادیار دانشگاه محقق اردبیلی

حبیب ابراهیم پور - دکتری مدیریت دولتی، دانشیار دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

آگاهی حالتی از ذهن است که در آن فرد بهطور انتخابی و فعالانه اطلاعاتی را که از محیط اطراف جمعآوری کرده است را پردازش میکند. این مفهوم جهت افزایش یادگیری بازدیدکننده در سایتهای میراثی ضروری است. ادبیات پژوهش نسبت به آگاهی در حوزه گردشگری کم و در منابع فارسی بسیار محدود میباشد هدف این تحقیق بررسی میزان اثربخشی عوامل ارتباطی موجود در باغ موزه نادری بر آگاهی بازدیدکنندگان است. تحقیق حاضر بر اساس مدل آگاهی ماسکارادو (1999) در سایتهای میراثی بوده و عوامل ارتباطی موجود شامل اشیاء به نمایش درآمده، راهنمای مکان و مطالب چاپی میباشد، که در این تحقیق تاثیر اشیاء به نمایش درآمده بر آگاهی بازدیدکننده بررسی شده است. این پژوهش از لحاظ هدف، یک پژوهش کاربردی است و تعداد 195 پرسشنامه در بین بازدیدکنندگان باغ موزه نادری در بازهی زمانی 15 آبان تا 5 آذر 1395 توزیع و جمعآوری شد و مورد تجزیه و تحلیل توسط نرمافزار IBM SPSS 24 Stastics قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که تاثیر اشیاء به نمایش درآمده بر آگاهی بازدیدکنندگان باغ موزه نادری معنادار میباشد و اشیاء به نمایش درآمده بر آگاهی بازدیدکننده تاثیر داشته است.

کلمات کلیدی:

آگاهی، تفسیر، اشیاء به نمایش درآمده، میراث فرهنگی، باغ موزه نادری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/674462>

