

## عنوان مقاله:

بررسی ویژگی های اجتماعی بازدید کنندگان موزه هنرهای معاصر اصفهان

## محل انتشار:

پنجمین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (با رویکرد فرهنگ مشارکتی) (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

الهام سیرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ی هنر و معماری، دانشگاه شیراز

زارع خلیلی - استادیار دانشکده ی هنر و معماری، دانشگاه شیراز

## خلاصه مقاله:

پژوهشگران موزه داری بر این عقیده هستند که مخاطب شناسی موزه نقش مهمی را در چگونگی ارتباط با مخاطبان ایفا می کند چرا که اثر هنری از لحظه ای که ارائه می شود منش ارتباطی می یابد و هنرمند اثر خود را برای ارائه به مخاطب می آفریند. نوشتار حاضر در پی شناخت ویژگی های جمعیت شناختی و اجتماعی و فرهنگی بازدیدکنندگان موزه ی هنرهای معاصر اصفهان تدوین شده است. چارچوب نظری و تحلیل داده ها این پژوهش با بهره گیری از رویکرد پیر بردیو ارائه شده است. این پژوهش با بکارگیری ابزار پرسش نامه، به روش پیمایشی و تجزیه و تحلیل کمی اطلاعات با استفاده از نرم افزار متلب (MATLAB)، ویژگی های گوناگون بازدیدکنندگان را ارزیابی می کند. یافته ها گویای آن است به طور تقریبی نسبت جنسیتی بازدید کنندگان موزه ی هنرهای معاصر اصفهان برابر است. بیشترین بازدیدکنندگان با فراوانی در حدود 40 درصد در طبقه ی سنی 25-34 سال قرار گرفته اند. با استناد به نتایج بدست آمده مهمترین عامل در بهره مندی از سرمایه فرهنگی روابط دوستی و آموزش آکادمیک است نه خاستگاه خانواده که بوردیو عامل اصلی بهره مندی سرمایه فرهنگی می داند. نقش رسانه های جمعی با فراوانی در حدود 4 درصد نقش ناچیزی در آشنایی بازدیدکنندگان با دنیای هنر داشته است. ارزیابی سرمایه اقتصادی و وضعیت رفاهی بازدیدکنندگان نشان می دهد بیش از 35 درصد از بازدیدکنندگان دارای وضعیت رفاهی متوسط هستند.

## کلمات کلیدی:

مخاطب شناسی، موزه، پیر بردیو، سرمایه ی فرهنگی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/904388>

