

عنوان مقاله:

تفاوت نسلی و اقتصاد فرهنگ (مطالعه موردی شهر تهران)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، اجتماعی و سبک زندگی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

داود پرچی - استادیار جامعه شناسی دانشگاه شهید بهشتی

فائزه خدایاریان طهرانی - کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

کنشگران اقتصاد فرهنگ، متأثر از تفاوت‌های فردی و اجتماعی خود سلائق، ترجیحات و سبک‌های زندگی و الگوهای مصرف متفاوتی دارند. تفاوت سلائق نسل‌های مختلف با هم نیز از عوامل مهم موثر بر الگوی تولید و مصرف افراد و بخصوص در تولید و مصرف فرهنگی آنان است. این تفاوت‌ها می‌تواند بر وضعیت اقتصاد فرهنگ جامعه تاثیر گذار باشد. شناخت تفاوت‌های بین نسلی در سیاست‌گذاری های فرهنگی برای توسعه اقتصاد فرهنگ و تامین نیازهای فرهنگی گروه های نسلی بسیار ضروری است. این مقاله به بررسی تفاوت های نسلی در اقتصاد فرهنگ یعنی الگوهای نسبتا ثابت کنش برای کسب حداکثر ثروت (سرمایه ی اقتصادی) از تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، در دو بعد تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی در پنج حوزه کتاب، موسیقی، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و بازی های دیجیتال پرداخته است. بر این اساس تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی در حوزه های مذکور در سه گروه نسلی در جامعه آماری مورد سنجش و مقایسه قرار گرفته اند. روش این پژوهش، کمی و به شیوه ی پیمایش با استفاده از پرسشنامه ی ساخت یافته توسط محقق میباشد. پاسخگویان، ۳۷۷ نفر از شهروندان ۱۵ تا ۶۵ سال شهر تهران هستند که با نمونه گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. نتایج تحقیق نشان میدهد در حوزه مصرف کالاها و خدمات فرهنگی میان گروه های نسلی تفاوت معنی‌دار وجود دارد و بیشترین میزان مصرف مربوط به نسل جوان و کمترین میزان مصرف مربوط به نسل بزرگسال است. این تفاوت به طور کلی در هر پنج حوزه کتاب، موسیقی، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و بازیهای دیجیتال معنی دار میباشد.

کلمات کلیدی:

تفاوت نسلی، تفاوت جنسی، اقتصاد فرهنگ، تولید فرهنگی، مصرف فرهنگی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251110>

