



بررسی کیفی عملکرد هنرهای جدید در توسعه گردشگری جوامع محلی (مطالعه موردی: جزیره هرمز)

ساره ملکی^۱، احمد نادعلیان^۲، محسن مرانی^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.399161.2778

چکیده

پیوند میان هنر و گردشگری از گذشته‌های دور شکل گرفته و برقرار شده است. به واسطه مجموعه‌ای از عوامل مختلف، رفته‌رفته هنر و گردشگری با هم ترکیب و ادبیات جدیدی در این زمینه پدیدار شده است. در این میان، هنرهای جدید به دلیل ماهیت مکان‌ویژگی و رسانه‌محور بودن خود با گردشگری ارتباط نزدیک‌تری برقرار کرده‌اند. این پژوهش کیفی با هدف شناسایی عملکرد هنرهای جدید در توسعه گردشگری جوامع محلی (جزیره هرمز) برای ارائه نظریه نهایی خود از نظریه بنیادی نسخه سیستماتیک استفاده کرده است. برای نیل به این هدف، پرسش اصلی پژوهش این است که هنرهای جدید در توسعه گردشگری جوامع محلی با مطالعه موردی جزیره هرمز چه عملکردی داشتند؟ اطلاعات لازم از طریق مراجعه به منابع کتابخانه‌ای، اسناد معتبر، مشاهدات میدانی و ثبت جزئیات، مصاحبه با افراد جامعه هدف، توزیع پرسش‌نامه، رجوع به مستندات و تحلیل آن‌ها انجام شد. داده‌ها بر اساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها شامل ۳۴ مقوله سطح یک، ۱۰ مقوله سطح دو و ۵ خوشه اصلی هستند که پدیده مرکزی را در بر گرفته‌اند. در نهایت، مدل مفهومی برای توضیح روابط میان مقولات ترسیم شد و در قالب مدلی پارادایمی متشکل از ۵ بُعد موجبات علمی، زمینه‌ها، عوامل مداخله‌کننده و تعدیل‌کننده، راهبردها، کنش‌ها - کنش متقابل و در نهایت نتایج و پیامدها ارائه شد. نتایج مشخص کرد که گردشگری شدن جزیره هرمز مرهون رویدادهای هنر جدید است که به شرایط علمی، عوامل زمینه‌ای و عوامل مداخله‌کننده وابسته است. این عوامل موجب کنش‌هایی شده‌اند که در نهایت به توسعه گردشگری در این جزیره ختم شده‌اند. مطالعه و تحلیل پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری در جزیره هرمز و نیز رابطه توسعه گردشگری و توسعه پایدار در این جزیره می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵

واژه‌های کلیدی:

توسعه گردشگری، جزیره هرمز، هنرهای جدید، هنر جوامع محلی، هنر و گردشگری

مقدمه

هنرمندان می‌توانند با خلق آثار با موضوعات بومی، علاوه بر احیای فرهنگ بومی و معرفی آن به گردشگران، در توسعه فرهنگی مشارکت داشته باشند. از سوی دیگر، فرایند خلق آثار هنری مشارکتی، افزون بر افزایش حس اعتماد و همدلی بین مشارکت‌کنندگان، موجب تقویت

در طول سال‌ها، هنر و فعالیت‌های هنری از راه‌های مختلف به توسعه جوامع یاری رسانده‌اند. همچنین، هنر می‌تواند با ایجاد جاذبه‌های گردشگری به توسعه اقتصادی در یک جامعه کمک کند. علاوه بر آن،

۱. دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

۲. استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران (نویسنده مسئول) nadalian@shahed.ac.ir

۳. استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.



توسعه اجتماعی در جوامع خواهد شد. بنابراین، در نگاهی کلی، می‌توان ادعا کرد هنر و فعالیت‌های هنری از ضروریات توسعه در شهرها و روستاها هستند. با بررسی شواهد و اسناد موجود مبنی بر رشد گردشگری در جزیره هرمز طی سال‌های اخیر، دریافت شد که بخش زیادی از توسعه شکل گرفته در جزیره به واسطه صنعت گردشگری بوده و شواهد حاکی از آن است که شروع گردشگری، به مفهوم صنعتی آن، در جزیره هرمز با رویدادهای هنری هنرهای جدید ارتباط دارد. در این پژوهش، با بررسی هنرهای جدید اجرا شده در جزیره هرمز طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۰، به اهمیت و نقش آن‌ها در توسعه گردشگری آن جزیره پرداخته شده است. نتایج این مطالعه می‌تواند برای سیاست‌گذاران توسعه منطقه‌ای، هنرمندان و متخصصان حوزه گردشگری در فهم ادراکات و نیازهای جوامع محلی و برنامه‌ریزی توسعه کاربرد داشته باشد. همچنین، چنین پژوهشی می‌تواند به توسعه سایر جوامع با شرایط مشابه جزیره هرمز یاری رساند. با توجه به مهم‌ترین هدف این پژوهش، یعنی شناسایی عملکرد هنرهای جدید در توسعه گردشگری جوامع محلی، اصلی‌ترین سؤال در این تحقیق عبارت است از:

هنرهای جدید در توسعه گردشگری جزیره هرمز چه عملکردی داشته‌اند؟

پیشینه پژوهش

تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده در خصوص فعالیت‌های فرهنگی و هنری و ارتباط آن‌ها با توسعه گردشگری به نسبت زیاد است. اما بیشتر آن‌ها به ارتباط میان صنایع دستی و گردشگری پرداخته‌اند. در این مقاله، آن دسته از پژوهش‌هایی مورد نظر بوده که بیشتر به ارتباط هنرهای زیبا و هنرهای تجسمی با گردشگری توجه داشته‌اند یا آن دسته از پژوهش‌هایی که به مقوله گردشگری هنری پرداخته‌اند. کوزه‌گر کالچی و نوروزی (2022)، در پژوهشی با عنوان «گردشگری هنری به مثابه رهیافتی نوین در جذب گردشگران»، با شناسایی عوامل تحریک‌کننده گردشگری هنری، این گردشگری را به منزله رهیافتی نوین و مؤثر در صنعت گردشگری ارائه کرده‌اند و با ذکر موارد عینی، این نوع گردشگری را مختص به جوامع توسعه‌یافته ندانسته و آن را به سایر جوامع نیز تعمیم داده‌اند. علی‌خانزاده (2020) در مقاله «نقش هنر دیوارنگاری در توسعه گردشگری فرهنگی»، با بررسی سه مفهوم گردشگری، گردشگری فرهنگی و

در نهایت هنر دیوارنگاری، جایگاه و نقش این هنر را به منزله هنری مردمی در جذب گردشگران تحلیل کرده است. این پژوهش به روش تحلیل اسناد انجام شده است و مطالعه موردی نداشته، بلکه با مرور اسناد به کلیاتی در این حوزه بسنده شده است. درویشی و همکاران (2016)، در مقاله‌ای با عنوان «برنامه‌ریزی و تحلیل ظرفیت‌های سرمایه‌نمادین جزیره هرمز در گردشگری با تأکید بر هنر خاک»، ضمن تعریف هنر خاک و هنرهای محیطی، انواع سرمایه‌ها در جزیره هرمز را بررسی کردند و در نهایت الگویی مناسب با این ظرفیت‌ها برای توسعه گردشگری در جزیره هرمز پیشنهاد کردند. بهمن سیاهمرد (2013)، در مقاله «هنر و گردشگری در کانسپت معاصر»، ضمن ارائه تعاریفی از واژه‌های هنر عام، هنر خاص و گردشگری، به این نتیجه رسیده است که صنعت گردشگری در دنیای امروز برای موفقیت بیشتر خود باید به ابزار گردشگری تبدیل شود و توجهات باید به سمت هنر در گردشگری باشد نه هنر برای گردشگری؛ منظور نویسنده انواع هنرهای فرمایشی و پررنگ و لعاب است. در پژوهش‌های خارجی نیز می‌توان به پژوهش پرینس و همکاران (2021) اشاره داشت که در مقاله خود با عنوان «ساخت جزایر هنری: تحلیل تطبیقی مجموعه‌های فرامحلی هنر معاصر و گردشگری» به مقایسه و بررسی رویکردهای هنر معاصر در دو جزیره در دانمارک و ژاپن پرداخته‌اند. پژوهشگران در این تحقیق دریافتند که هنرمندان در جزیره بورن‌هولم با تقویت و احیای صنایع دستی با هنر معاصر از سیاست‌های توسعه منطقه‌ای با هدف تقویت توسعه گردشگری روستایی استفاده کردند و متعاقباً مقصدی را ایجاد کردند که برای هنر حرفه‌ای با کیفیتش شناخته می‌شود. در ناوشیما^۱ ژاپن، توسعه به صورت از بالا به پایین انجام شده و مهاجران خلاق را جذب کرده است که این منطقه را بیشتر به فضایی ترکیبی تبدیل کرده‌اند. مهم‌ترین دستاورد این پژوهش این بود که توسعه گردشگری در بورن‌هولم از طریق تکامل فضاها و پتانسیل‌های موجود هنری است، اما در ناوشیما، با سرمایه‌گذاری‌هایی از بیرون، قلمرویی جدید از هنر و گردشگری شکل گرفت.

بهاتا (2016) در مقاله خود، که در ارتباط با نقش هنر در جذب گردشگر به منطقه‌ای به نام تامیل^۲، از شهرهای نپال، ورود هیپی‌های اهل هنر

1. Bornholm
2. Naoshima
3. Thamel



ارتباط بین جوامع در سطوح مختلف توسعه است. با توجه به اینکه گردشگری هنری از اقسام گردشگری فرهنگی است، برای درک بیشتر موضوع باید انواع رابطه هنر و گردشگری را در نظر گرفت. همان طور که بیان شد، رابطه بین هنر و گردشگری از گذشته پی ریزی شده و ارتباط مداوم این دو، از قرن ها پیش و در کشورهای گوناگون، شکل گرفته است. یکی از مصادیق این ارتباط سفر هنرمندان به مناطق متنوع و با اهداف گوناگون است. در تاریخ هنر همواره با تغییر مکان هنرمندان از زادگاه و محل اصلی زندگی خود به سایر نقاط مواجه بودیم که بسیاری از این مهاجرت ها به دلیل خلق آثار متفاوت از آنچه تاکنون انجام می داده اند بوده است. گاهی نیز هنرمندان برای شرکت در نمایشگاه های سالانه، رقابت های هنری یا سایر هم اندیشی های مربوط به هنر در مکان یا شهری خاص گرد هم می آمدند. از دیگر مصادیق ارتباط هنر و گردشگری، بازدید از نمایشگاه های خاص و ادواری یا حتی حراجی های هنری است که همواره علاقه مندان بی شماری را به منطقه برگزاری آن ها کشانده است. با این تفاسیر، از ترکیب هنر و گردشگری ادبیات جدیدی و واژگانی چون گردشگران هنری^۱، هنرمندان گردشگر^۲، هنر گردشگری^۳ و هنر گردشگر محور پدید آمد (Buczowska & Banasziewicz, 2015).

گردشگران هنری، در جایگاه دریافت کننده یا مخاطبان انواع محصولات مرتبط با هنر، در هنر گردشگری شرکت می کنند که این پدیده را گراتون و تیلور (1992) «مصرف فرهنگ معاصر»^۴ تعریف کرده اند. این نوع گردشگران، همراه با گردشگرانی که به قصد دیدن میراث تاریخی و فرهنگی سفر می کنند، با هم گردشگری فرهنگی را تشکیل می دهند. گردشگران فرهنگی - هنری معمولاً سطح فرهنگی و درآمد بالاتری از سایر گردشگران دارند. با توجه به نوع و میزان مشارکت در خلق و آفرینش یک اثر هنری، گردشگران در دو دسته قرار می گیرند؛ یکی گردشگران هنری مرکزی^۵ و دیگری گردشگران هنری پیرامونی^۶. گروه اول کسانی هستند که با هدف آفرینش یا مشارکت در اثری هنری به سفر می روند و گروه دوم شامل کسانی است که با اهداف دیگری

2. Arts tourists
3. Artists-tourists
4. Tourist art
5. Consumption of contemporary culture
6. Arts-core tourists
7. Arts-peripheral tourists

به این منطقه عامل جذب گردشگر و در نهایت گردشگری شدن این منطقه دانسته است. در مقاله جشنواره های هنری، گردشگری شهری و سیاست های فرهنگی نوشته کویین (2010) به اهمیت برگزاری جشنواره های هنری به منزله پایه های اصلی گردشگری شهر پرداخته شده است. مهم ترین پیشنهاد این پژوهش همکاری و برنامه ریزی های مشترک میان سیاست گذاران و برنامه ریزان گردشگری شهری و برگزارکنندگان این رویداد های هنری است. با مرور پیشینه، ضرورت پژوهش حاضر برای کشف و چگونگی ارتباط هنرهای جدید و توسعه گردشگری بیش از پیش احساس می شود.

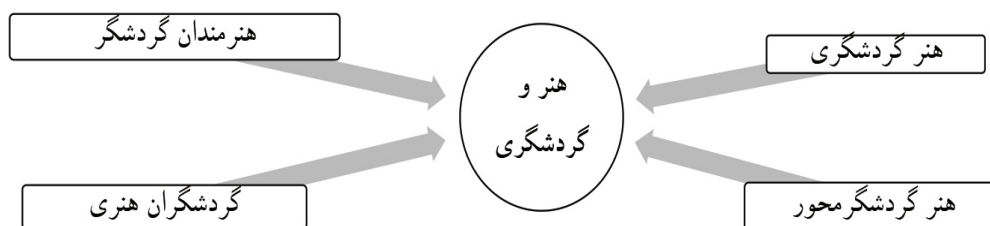
مروری بر ادبیات نظری

فرهنگ، هنر و گردشگری: گردشگری هنری خود یکی از بخش های گردشگری فرهنگی است. گردشگری فرهنگی چیست؟ پاسخ به این سؤال به دلیل تعاریف متنوع از واژه «فرهنگ» دشوار است. از این رو، صاحب نظران در تعریف گردشگری فرهنگی هم دیدگاه های متفاوتی دارند. گردشگری فرهنگی پیشینه ای طولانی دارد. همچنین، نوعی گردشگری به شمار می رود که دارای آینده ای درخشان است، به طوری که سازمان جهانی گردشگری اعلام کرد گردشگری فرهنگی ۳۷ درصد از گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده و پیش بینی کرده است که این میزان ۱۵ درصد در سال رشد می کند (Bywater, 1993). به طور کلی، گردشگری فرهنگی یکی از زیرمجموعه های گردشگری است که به اشکال گوناگون فرهنگ و هنر در حوزه شهری و روستایی یک منطقه یا کشور مربوط می شود. در گردشگری فرهنگی گردشگران به دیدار اشکال گوناگون فرهنگ و هنر مردم یک منطقه می روند. این شکل از گردشگری از دهه ۱۹۸۰ سده بیستم شروع شد و تا به امروز محبوبیت روزافزون داشته است (Petroman, et al., 2013). با اندکی تأمل می توان دریافت که گردشگری فرهنگی با گردشگری ماجراجویی و اکوتوریسم شکل گرفت. در واقع، هدفی جدید برای کسانی بود که تصمیم گرفتند مطابق با سلیقه و سبک زندگی خود یا با هدف گردشگری آگاهانه^۱ سفر کنند. گردشگری فرهنگی مبحثی میان رشته ای از تاریخ، جامعه شناسی، جغرافیای فرهنگی و مطالعات مربوط به تغییرات فرهنگی، هویت های فرهنگی و

1. Intelligent tourism

گردشگر هم می‌توان آن را نوعی هنر مطابق با تقاضای گردشگران دانست. به عبارت دیگر، «هنر گردشگری نوعی هنر معاصر تولیدشده محلی برای افراد خارجی است» (Jules-Rosette, 1984). برخی از هنرمندان نیز موضوع گردشگری را منبع الهام خلق اثر خود انتخاب می‌کنند و آن را از طریق اشکال و نمادهای گوناگون نشان می‌دهند؛ این کار می‌تواند تفکر مخاطب را به چالش بکشد و برخی از جنبه‌های دیده‌نشده گردشگری را نمایان سازد (Tribe, 2008). حتی گاهی ورود گردشگران منبع الهامی برای هنرمندان بومی می‌شود. در این مواقع، هنرمندان بومی سعی دارند از عناصر و مواد جدید در ارائه اثر خود استفاده کنند. به این نوع هنر می‌توان هنر گردشگر محور یا هنر با موضوع گردشگر و گردشگری اطلاق کرد. با توجه به طبقه‌بندی ارائه‌شده، هر نوع ارتباط میان هنر و گردشگری را می‌توان در یکی از چهار دسته مورد نظر گنجانند (شکل ۱).

غیر از اهداف هنری عازم سفر شده‌اند، ولی اتفاقی از اثری هنری دیدن کرده یا در آفرینش آن مشارکت داشته‌اند (Hughes, 2003). هنرمندان گردشگر معمولاً کسانی هستند که یا به‌منظور خلق اثر هنری به مکانی سفر می‌کنند یا برای تماشای رویدادی هنری عازم سفر به یک منطقه می‌شوند. هنرمندان گردشگر همواره در جست‌وجوی مکان‌های الهام‌بخش برای خلق آثار خود هستند که بیشتر مواقع بازتاب این نوع سفر را در آثار هنری آن‌ها می‌توان ملاحظه کرد. برخی از هنرمندان گردشگر، که برای خلق آثار هنری به سفر می‌روند، حاصل سفر خود را در معرض نمایش و فروش می‌گذارند و آنچه برای سایر گردشگران خریدار این آثار مهم تلقی می‌شود دیدن رگه‌هایی از عناصر بومی منطقه در آثار ارائه‌شده است. درواقع، مخاطبان این آثار در پی مشخصه‌های منطقه‌ای در اثر هنری هستند. در تعریف هنر گردشگری یا هنر مطابق با سلیقه



شکل ۱: انواع رابطه هنر و گردشگری

سیاسی طی دهه ۱۹۶۰ به تغییرات قابل توجهی در هنر منجر شد. هنرمندان نگران افزایش کالایی شدن هنر و نقش مؤسسات هنری مثل موزه‌ها یا گالری‌ها و ارتباط آن با فرایندهای اقتصادی اجتماعی و اقتصادی گسترده‌تر بودند. نگرانی‌های جدید درباره محیط‌زیست آشکار شد. گفتمان پسااستعمار و فمینیست رواج پیدا کرد. پیشرفت در فناوری و رسانه‌های جدید به کمک هنر آمد. دیگر فقط موزه و گالری مکان نمایش اثر هنری نبود (Long & Halsall, 2009).

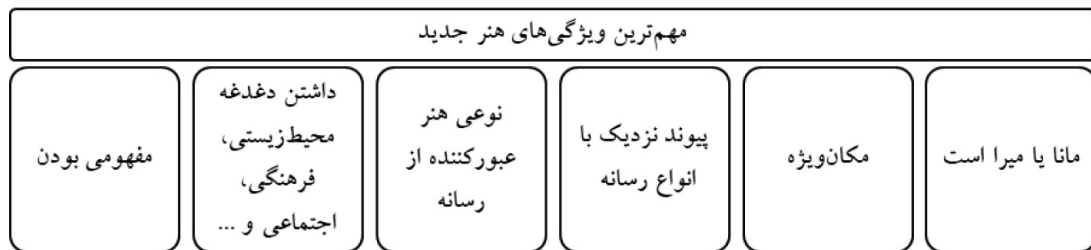
هنرمند هنر جدید در پی بازآفرینی معانی و پیام‌ها در بستری جدید است. از این رو، معمولاً با نیم‌نگاهی به آثار گذشتگان دست به خلق و آفرینش اثر هنری خود می‌زند. موضوع دیگری که در هنر جدید تعریف می‌شود فضای پیرامونی است. در این نوع هنر، هنرمند خود مکان خلق اثر هنری را انتخاب می‌کند؛

هنر جدید و شاخصه‌ها: به زبانی گویا، هنر جدید را می‌توان شکلی از هنر معاصر دانست که هنرمند با استفاده از رسانه‌های نوین در پی یافتن مفاهیمی نو از موضوعات گوناگون است (Mirzaei & Nadalian, 2010). البته، هنر جدید در ایران تعریفی قراردادی دارد که ممکن است، در جغرافیای خارج از این مرزوبوم، تعاریف خاص خودش را داشته باشد. اگر هنر جدید در ایران را معادل هنر معاصر در دنیا قرار دهیم، آنچه هنر جدید قلمداد می‌شود درواقع هنری است که با نحل‌های پسامینیمال در غرب همخوانی دارد. این تعریف از هنر جدید را می‌توان معادل تعاریف هنر معاصر در سطح جهانی دانست. هنرهای پس از دهه ۱۹۶۰ (برای مثال، هنر مفهومی، مینیمالیستی، پست‌مدرن و فمینیستی) هنر معاصر تلقی می‌شوند (Blumberg, 2022). تحولات اجتماعی، فرهنگی و



این پیرامون شامل صدا و نور محیط هم می‌شود. بنابراین، مکان‌ویژگی^۱ از خصوصیات ذاتی هنر جدید به شمار می‌رود. خاصیت مکان‌ویژگی باعث تغییر در چینش نمایشگاه‌های هنری و حتی موزه‌داری شده است. هنر جدید هنری تعامل‌گرا است و واژه‌ای از دست دادن مخاطب را ندارد. در هنر جدید، ماده خلق اثر هنری تغییر و از رسانه‌ها عبور کرده است. هنر جدید نوعی هنر چندرسانه‌ای^۲ محسوب می‌شود. با توجه به ویژگی‌های یادشده، انواع ویدئوآرت^۳، هنر بدنی^۴، هنر صدا^۵، هنر زمینی^۶، هنر اجرا^۷، هنر چیدمان^۸ و انواع هنرهای محیطی^۹ در زمره هنرهای

جدید قرار می‌گیرند. در دسته‌بندی دیگر، آثار هنر جدید به دو دسته مانا و میرا تقسیم می‌شوند. اغلب آثار میرا ارتباط تنگاتنگی با مسائل محیط‌زیستی دارند. به دلیل میرا بودن آثار هنر جدید یا اجرا شدن در مکانی دور از دسترس، استفاده از رسانه‌ها در هنر جدید اهمیت زیادی دارد. در این میان، ویدئو و عکاسی از اثر هنری جایگاه ویژه‌ای دارد. این امر در انعکاس خبری هنرهای جدید اجراشده در جزیره هرمز، که اغلب میرا هستند، نمود بیشتری پیدا کرده است (شکل ۲).



شکل ۲: مهم‌ترین ویژگی‌های هنر جدید (منبع: نویسندگان)

نگاه خیره‌گردشگر: یکی از مفاهیم تقریباً جدید و مرتبط، که می‌تواند به هنرهای جدید اجراشده در جزیره هرمز و رابطه رسانه‌ای شدن آن‌ها با افزایش گردشگری اشاره کند، مفهوم «نگاه خیره‌گردشگر» است که در ۱۹۹۰ مطرح شد. بر اساس این مفهوم، در جوامع امروزی که از نظر رسانه‌ای به اشباع رسیده‌اند، درک و تصور مردم از سایر مناطق و کشورها بیش از هر چیزی بر مبنای تصاویر آن مناطق شکل می‌گیرد. افراد، بعد از دیدن تصاویر مناطق گوناگون، درصدد عملی کردن احساس ناشی از دیدن آن تصاویر برمی‌آیند (Urry, 1990). از سوی دیگر، رؤیابافی و تخیل درباره مکان‌هایی که امکان رفتن به آنجا وجود دارد محصول مناظر رسانه‌ای است (Alneng, 2002). بنابراین، مفهوم نگاه خیره‌گردشگر در صنایع گردشگری محلی تأثیرگذار بوده است، تا آنجا که امروزه تصاویر روستاها و مناطق بکر و دست‌نخورده با همان روش‌های بازاریابی کالاهای مصرفی به بازار عرضه می‌شوند (Bennett, 2005). گرایش همراه با تناقض به شگفتی‌ها ماهیت

اصلی نگاه خیره‌گردشگر است. برخی از نظریه‌پردازان بر این باور هستند که نگاه خیره‌گردشگر مکان را به اسطوره تبدیل می‌کند. یکی از مثال‌های گویا در این زمینه مطالعه اسپرینگ‌وود درباره رماتیزه کردن مناطق روستایی غرب آمریکا توسط گردشگران ژاپنی است (Springwood, 2002).

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر فلسفه پژوهش بر پارادایم تفسیری و رویکرد ذهنی‌گرا استوار است. از این منظر، با استفاده از رویکرد استقرایی، ابتدا با مشاهده و الگوسازی و بررسی فرضیات پژوهش به نظریه دست یافتیم. پژوهش حاضر از منظر هدف تحقیقی بنیادی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی و توصیفی - پیمایشی است. شناخت عوامل متغیر در این پدیده عملی نسبتاً پیچیده و چندوجهی به شمار می‌رفت که برای رسیدن به آن به داده‌های میدانی، تحلیل اسناد و مصاحبه‌های متعدد نیاز داشتیم. بنابراین، روش انجام پژوهش،

6. Land art
 7. Performance
 8. Instalition
 9. Enviromental art
 10. Tourist gaze

1. Site-specific
 2. Cross-media
 3. Video art
 4. Body art
 5. Sound art



به لحاظ شیوه تحلیل محتوا و راهبرد، «روشی کیفی» است. در این پژوهش، با توجه به ماهیت و روش اجرای آن، از روش نظریه بنیادی نسخه سیستماتیک استفاده شده است.

جمع آوری داده‌ها: اطلاعات لازم از طریق مراجعه به منابع کتابخانه‌ای، اسناد معتبر، مشاهدات میدانی و ثبت جزئیات، مصاحبه با افراد جامعه هدف، توزیع پرسش‌نامه، رجوع به مستندات و تحلیل آن‌ها انجام شد. برای دستیابی به اطلاعات و داده‌های مورد نیاز پژوهش، ضمن بررسی‌های میدانی طی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱، مصاحبه با گروه ساکنان و هنرمندان بومی جزیره هرمز، هنرمندان غیربومی جزیره هرمز، مسئولان و سیاست‌گذاران رویدادهای برگزارشده در جزیره هرمز، تمامی مستندات در دسترس مربوط به این رویدادها بررسی و کدگذاری شدند. بنابراین، مهم‌ترین پرسش‌ها حول محور چگونگی برگزاری این رویدادها، بازتاب رسانه‌ای آن‌ها، وضعیت گردشگری در قبل و بعد از رویدادهای هنری بود.

جامعه پژوهش: در این تحقیق، جزیره هرمز جغرافیای اصلی پژوهش در نظر گرفته شده است. این جزیره یکی از جزایر جنوبی ایران است که در فاصله حدوداً بیست کیلومتری از اسکله شهید حقانی بندرعباس و ۱۸ کیلومتری از قشم قرار گرفته است و مساحتی در حدود ۴۲ کیلومتر دارد (Yazdaninezhad & Amini, 2014). رویدادهای هنرهای جدید در این جزیره از ۱۳۸۵ به عنوان محتوای اصلی پژوهش و بررسی شد.

روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری در چند مرحله انجام شد. ابتدا به صورت هدفمند، گروه‌ها و نماینده آن‌ها انتخاب و بعد از مصاحبه، به توصیه نمایندگان هر گروه، افراد دیگری یک‌به‌یک انتخاب شدند. در مجموع، با ۴۲ نفر مصاحبه شد. این مصاحبه‌ها تا آنجا تکرار شد که مقولات به اشباع نظری رسیدند. درباره رویدادهای هنرهای جدید مورد مطالعه در جزیره هرمز، در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۰، آن رویدادهایی که بیشترین بازتاب رسانه‌ای را داشتند به صورت هدفمند انتخاب شدند. منظور از بازتاب رسانه‌ای اطلاع‌رسانی رویدادها یا اخبار و تصاویر

منتشرشده مربوط به این رویدادها از طریق خبرگزاری‌های رسمی، وبگاه‌های خبری، وبلاگ‌های شخصی هنرمندان، روزنامه‌های رسمی استانی و کشوری، شبکه‌های اجتماعی و نیز پست الکترونیکی است. در این میان، فرش خاکی و رویدادهای هنر محیطی این ویژگی را داشتند و در متن مقاله به هر دو مورد اشاره شده است. بدین ترتیب، روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها: تجزیه و تحلیل داده‌ها هم‌زمان یا با فاصله‌ای کم از گردآوری داده‌ها انجام شد. داده‌ها براساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها شامل ۳۴ مقوله سطح یک، ۱۰ مقوله سطح دو و ۵ خوشه اصلی هستند که پدیده مرکزی را در بر گرفته‌اند. در نهایت، مدل مفهومی برای توضیح روابط میان مقولات، ترسیم و در قالب مدلی پارادایمی متشکل از ۵ بُعد موجبات علی، زمینه‌ها، عوامل مداخله‌کننده و تعدیل‌کننده، راهبردها، کنش‌ها - کنش متقابل و در نهایت نتایج و پیامدها ارائه شد.

اعتبار و قابلیت اعتماد: قابلیت اعتماد و اعتبار نتایج این پژوهش، از نظر کیفی بودن و به‌کارگیری روش نظریه بنیادی، قابل بررسی است. برای بررسی پایایی ابزار گردآوری داده‌ها نیز از روش کدگذاری گروهی، تکرار شدن و بازنگری توسط همکاران پژوهش استفاده شده است. به منظور ارزیابی بیشتر، روش استفاده‌شده به صورت کامل و جامع توضیح داده شد.

یافته‌های پژوهش

بر مبنای هدف پژوهش، یافته‌های حاصل از داده‌های کیفی با روش و ماهیت داده‌بنیاد از نوع سیستماتیک کدگذاری شدند. تحلیل پدیده اصلی پژوهش نبل به مدل پارادایمی ویژه‌ای است که در نسخه سیستماتیک شیوه نظریه بنیادی بیان شده است. همسو با این روش، علل به وجود آمدن پدیده اصلی، استراتژی کنشگران برای مقابله با آن یا گسترش آن، حائز اهمیت است. شرایط زمینه‌ای و عوامل مداخله‌کننده بررسی شدند. پیامدهای حاصل از کنش‌های انجام‌شده تحلیل و بررسی شدند. جدول ۱ فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی این پژوهش را به اختصار نشان داده است.

جدول ۱: فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی

مرحله اول (کدگذاری باز)	یافتن ۵۶۲ طیف مفهومی از داده‌ها و تبدیل آن‌ها به ۱۰۳ خرده‌مقوله
مرحله دوم (کدگذاری محوری)	تبدیل ۱۰۳ خرده‌مقوله به ۳۴ مقوله سطح یک، ۱۰ مقوله سطح دوم، سپس ۵ خوشه مقوله‌ای
مرحله سوم (کدگذاری انتخابی)	تعیین روابط خوشه مقولات و پدیده مرکزی



موجبات علی

هشت مقوله سطح یک در زیرمقوله هنرهای جدید، به‌عنوان موجبات علی پدیده مرکزی، از داده‌های پژوهش دریافت شدند. مقولات سطح اول شامل ارائه هنرهای جدید در جزیره، هنرهای جدید و فرهنگ بومی، هنر جدید و رسانه، حواشی هنرهای جدید، برگزاری رویدادهای هنری، رشد هرمز به واسطه هنر و حضور هنرمندان در جزیره هستند.

هنرهای جدید در جزیره هرمز: چگونگی شکل‌گیری هنرهای جدید در جزیره هرمز، که اغلب شکل‌هایی از هنر محیطی هستند، حائز اهمیت است. نهادها و اشخاص گوناگونی در برگزاری رویدادهای هنرهای جدید در هرمز نقش داشتند که به ترتیب شامل نهادهای دولتی چون اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی هرمزگان، انجمن هنرهای تجسمی استان هرمزگان، مراکز خصوصی همچون مرکز بین‌المللی هنر پردیس به مدیریت نادعلیان و گروه هنر نو هرمز هستند.

اعضای تشکیل‌دهنده انجمن هنرهای تجسمی شامل عده‌ای از هنرمندان هرمزگانی است که تا قبل از ۱۳۸۵ غالباً دارای پیشینه نقاشی بودند. از اوایل دهه ۱۳۸۰، کارگاه‌های نقاشی در طبیعت را در سطح استان برگزار کردند. با توجه به رویکرد هنر در طبیعت و با نظر به جذابیت‌های رویدادهای مجسمه‌شنی در سواحل مازندران، در ۱۳۸۴، جشنواره مجسمه‌های شنی و صخره‌ای را با دعوت از دانشجویان دانشگاه زاهدان با همکاری اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی هرمزگان برگزار کردند. این کارگاه مقدمه‌ای شد برای نخستین کارگاه مجسمه‌های شنی و صخره‌ای که بعدها تغییر نام یافت. یکی از سازمان‌های دولتی، که در برگزاری رویدادهای هنری در جزیره هرمز نقش بسزایی داشت، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان است. در زمان اجرای فرش خاکی، مدیرکل این سازمان شخصی آشنا با رسانه و مطبوعات بود. از این رو، با توجه به بُعد وسیع رسانه‌ای دو جشنواره هنرهای محیطی در سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶، پیشنهاد اجرای فرش خاکی را به انجمن داد. نادعلیان در مقام مدیر مرکز پردیس، پس از یک دهه فعالیت در روستای پلور و تهران و برگزاری جشنواره‌های متعدد هنر محیطی در این مراکز و شهرهای گوناگون برای برگزاری کارگاه دعوت شد. او، قبل از رفتن به جزیره هرمز، شرکت در دوسالانه ونیز و نمایشگاه‌های بین‌المللی را در کارنامه خود داشت.

کدگذاری باز

این بخش با هدف خلاصه‌سازی داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها، اسناد، مشاهدات میدانی و یادداشت‌های پژوهشگر انجام شده است. در این پژوهش، جمعاً با ۴۲ نفر در ۳ گروه در بازه زمانی بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ مصاحبه شد. گروه اول ساکنان و هنرمندان بومی جزیره هرمز، گروه دوم مسئولان اجرایی و سیاست‌گذاران و در نهایت گروه سوم شامل هنرمندان غیربومی جزیره هرمز هستند. تمامی مصاحبه‌ها با دستگاه ضبط صدا ضبط شده، بعد اجرا و در نهایت متون نوشته‌شده بازبینی شده‌اند. مشاهدات میدانی، که در مجموع شامل ۵۷ کد هستند، به دو صورت تهیه شده‌اند؛ یا به‌صورت تصاویری بوده که پژوهشگر در میدان پژوهش تهیه کرده یا یادداشت‌هایی بوده که در میدان پژوهش ثبت کرده است. در بخش اسناد، به تمامی اسناد مربوط شامل تصاویر، دست‌نوشته‌های اشخاص، اخبار مکتوب در منابع دیجیتال پرداخته شده است. این بخش نیز تعداد ۵۷ کد را به خود اختصاص داده است. بخش یادداشت‌های پژوهشگر نیز در مجموع تعداد ۱۷ کد را به خود اختصاص داده است که بیشتر شامل تحلیل و استناد پژوهشگر در بازه زمانی پژوهش و پس از مشاهدات و مصاحبه‌ها بوده است. در این مرحله از کدگذاری، طیف‌های مفهومی، که دارای مضامین مشترک بودند، خلاصه و تجمیع شدند. مفاهیمی که تنها یک بار در طول پژوهش ظهور کرده بودند با دو سرنوشت مواجه شدند؛ اگر در خدمت پاسخ به پرسش‌های پژوهش نبودند، از چرخه حذف شدند، ولی اگر همسو با اهداف پژوهش بودند، نمونه‌گیری ادامه یافت تا با حداقل یک طیف دیگر ادغام شوند.

کدگذاری محوری

حاصل تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده ۱۰۳ کد اولیه یا همان کد باز بود که با احتساب تعداد تکرار آن‌ها ۵۶۲ کد باز بود. در مرحله دوم از تحلیل داده‌ها، مفاهیم به‌دست‌آمده از مرحله کدگذاری باز در مجاورت یکدیگر قرار گرفتند و به ۳۴ مقوله دسته‌بندی شدند. برخی از آن‌ها که ارتباطات مفهومی با هم دارند به مفاهیمی گسترده‌تر یا مقوله‌های سطح یکمی تبدیل شده‌اند. بعد از این مرحله، مقولات سطح دومی که با هم مرتبط بودند مقولات سطح دوم را تشکیل دادند.



بعد از اجرای نخستین فرش خاکی، عده‌ای از اعضای انجمن هنرهای تجسمی استان هرمزگان و تعدادی از کارمندان اداره ارشاد این استان فعالیت‌هایی مستقل تحت عنوان «گروه هنر نو هرمز» انجام دادند. مصاحبه با تعدادی از اعضای این گروه نشان داد که تاریخ دقیق تشکیل و حتی اعضای ثابت آن هیچ‌گاه به‌وضوح مطرح نشد. اگر بخواهیم سرآغاز شکل‌گیری هنرهای جدید در جزیره هرمز را پیدا کنیم، بی‌گمان باید ریشه آن را در رویداد دی‌ماه سال ۱۳۸۵ جست‌وجو کنیم که عمده فعالیت آن در جزیره هرمز برگزار شد. ابتدا، انجمن هنرهای تجسمی هرمزگان پیش‌بینی کرده بود که با دعوت از احمد نادعلیان یک کارگاه مجسمه‌سنی سه‌روزه برگزار شود. نادعلیان، به دلیل تخصص خود در زمینه هنر محیطی و کنده‌کاری روی سنگ، قبل از آمدن به برگزارکنندگان پیشنهاد داد که عنوان کارگاه هنر محیطی باشد که شامل مجسمه‌های سنی و صخره‌ای هم می‌شد. کارگاه در بندرعباس و در زمینه‌های مختلف هنر محیطی و کار با شن کار خود را آغاز کرد. زمانی که هنرمندان به جزیره هرمز رفتند، به دلیل محدودیت‌های موجود در محل پیش‌بینی‌شده، ساخت مجسمه‌های سنی و صخره‌ای امکان نداشت. کارهای محدودی به صورت چیدمان با سنگ انجام شد، اما نادعلیان، به دلیل قابلیت‌هایی که در خاک‌های رنگی دید، مسیر کارگاه را عوض کرد و کار با خاک رنگی را پیشنهاد داد. مهم‌تر از پیشنهاد خاک‌رنگی آنچه نادعلیان آگاهانه برای کارکرد و بازتاب رسانه‌ای آن اقدام کرد این بود که کارگاه را در وبگاهش جشنواره نامید و نهمین جشنواره هنر محیطی نام گرفت. او همچنین پیشنهاد داد نام آن جشنواره با خلیج فارس گره بخورد تا توجه رسانه‌ای بیشتری به آن شود و این موضوع چاشنی این رویداد شد. استفاده از نام خلیج فارس و خط‌نوشته به انگلیسی که در مقیاس بزرگ اجرا شد بازتاب وسیعی در رسانه‌ها داشت. یکی دیگر از مهم‌ترین دستاوردهای رویدادهای هنر محیطی در ۱۳۸۵ توجه ویژه به خاک رنگین جزیره با آن تنوع رنگ بود. هنرمندان در این رویدادها از خاک به‌عنوان ماده خلق آثار خود استفاده کردند. از این دوره بود که هنرمندان استان همواره در کارهای خودشان از خاک رنگی برای آفرینش هنری استفاده کردند. این جذابیت و تنوع رنگین خاک‌ها تا جایی اهمیت پیدا کرد که انجمن هنرهای

تجسمی هرمزگان با همکاری اداره ارشاد اسلامی در ۱۳۸۷ موفق به اجرای بزرگ‌ترین فرش خاکی دنیا شدند. اجرای فرش خاکی که با ویژگی‌های لندن آرت همسو بود تا هفت سال ادامه داشت و طی این سال‌ها، علاوه بر جذب گردشگران سالانه، با انتقادهای جدی اقشار مختلف از جمله فعالان محیط‌زیست همراه بود. با رسانه‌ای شدن اجرای بزرگ‌ترین فرش خاکی رنگین در جزیره هرمز، هر ساله تعداد زیادی گردشگر با هدف بازدید یا شرکت در این رویداد به جزیره هرمز روانه شدند.

عوامل مداخله‌کننده و تعدیل‌کننده

عوامل مداخله‌کننده و تعدیل‌کننده، که در این پژوهش از آنان به‌عنوان عوامل تسریع‌کننده یاد شده، در ۵ مقوله سطح اول و یک مقوله سطح دوم قرار گرفته‌اند. مقولات سطح اول شامل پایگاه‌های خبری داخلی و خارجی، وبگاه‌ها و وبلاگ‌های هنرمندان، شبکه‌های اجتماعی، صداوسیما، سایر روش‌های تبلیغی است و مقوله سطح دوم نقش رسانه است. رسانه به‌منزله یکی از عوامل مداخله‌کننده و تعدیل‌کننده در پدیده مرکزی در اینجا شامل تمامی انواع مفاهیمی است که به‌نوعی به نقش رسانه اشاره کرده‌اند، از بازتاب اخبار مربوط به رویدادها و جزیره گرفته تا مستندات صداوسیما.

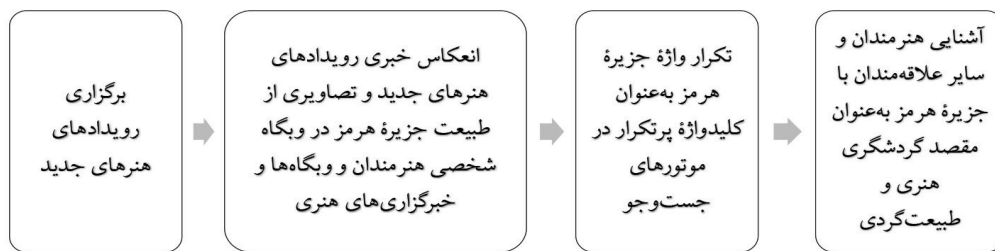
هنرهای جدید و رسانه در جزیره هرمز: یکی از عوامل حیاتی در معرفی جزیره هرمز، در وهله اول، به هنرمندان و طبیعت‌گردان و سپس به سایر افراد موضوع استفاده از رسانه‌ها است. با بررسی اسناد، مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های انجام‌شده چند نکته حائز اهمیت است. تا پیش از جشنواره هنرهای محیطی ۱۳۸۵، وقتی نام جزیره هرمز را در موتورهای جست‌وجو می‌نوشتید، فقط اخباری از تنگه هرمز یا خاک سرخ هرمز منتشر شده بود. برای راستی‌آزمایی این موضوع از ابزار فیلترینگ گوگل و تنظیم تاریخ استفاده شد. بنابراین، شروع رسانه‌ای شدن جزیره هرمز با درج خبر جشنواره هنرهای محیطی ۱۳۸۵ در پایگاه‌های خبری داخل و خارج از کشور همراه بود. در این خصوص، علاوه بر بازتاب رسانه‌های استانی در هرمزگان، این خبر را نادعلیان به خبرگزاری‌های داخلی و خارجی از طریق ایمیل ارسال کرد.

بعد از برگزاری این رویداد و بازتاب خبر برگزاری آن در رسانه‌ها، نادعلیان در وبگاه شخصی



فیس‌بوک به نوشتن دربارهٔ هرمز دست زدند. یکی از پیامدهای آشنایی با کلیدواژهٔ جزیرهٔ هرمز افزایش شمار گردشگران به این جزیره بود. از این منظر، می‌توان هنرهای جدید را عامل آشنایی هرچه بیشتر مردم به ویژه هنرمندان و طبیعت‌دوستان چه در ایران و چه در کشورهای دیگر با جزیرهٔ هرمز قلمداد کرد (شکل ۳).

خود دربارهٔ جزیرهٔ هرمز و تجربیات خود در آن مکان تولید محتوا کرد، به طوری که با تنظیم سال ۲۰۰۶ در موتور جست‌وجوی گوگل و نوشتن واژهٔ جزیرهٔ هرمز وبگاه شخصی او صدرنشین صفحات گوگل بود. نوع رفتار رسانه‌ای دکتر نادعلیان را هنرمندان هرمزگانی استفاده کردند و رفته‌رفته آن‌ها نیز در وبلاگ‌ها و صفحات مجازی خود مثل



شکل ۳: روند آشنایی گردشگران با جزیره هرمز (منبع: نویسندگان)

جاذبه‌های طبیعی هم مقوله‌های سطح دوم هستند.

راهبردها، کنش‌ها - کنش متقابل

تعداد ۹ مقولهٔ سطح یک و ۴ مقولهٔ سطح دوم از مفاهیم اولیه انتخاب شده است. اقدامات نادعلیان، در جایگاه فردی اثرگذار در جزیرهٔ هرمز، در کنار اقدامات هنرمندان هرمزگانی و سرمایه‌گذار بخش خصوصی در مقولهٔ افراد و نهادهای سیاست‌گذار قرار دارند. گردشگران نیز اقداماتی انجام داده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها راهبردهای ترغیبی برای سفر به جزیرهٔ هرمز و نیز پیگیری دغدغه‌های محیط‌زیستی و اجتماعی است. کنش‌های اهالی هرمز در شبکه‌های مجازی و پیگیری مطالبات آن‌ها و اعمال هنرمندان برای تخریب و حفاظت از طبیعت جزیرهٔ هرمز به‌عنوان مقولات سطح اول در این دسته‌بندی بررسی شدند.

نتایج و پیامدها

درنهایت، پیامد و نتیجهٔ هریک از اقدامات کنشگران در مدل پارادایمی نسخهٔ سیستماتیک نظریهٔ بنیادی حائز اهمیت است. البته، باید در نظر داشت که این نتایج ممکن است همیشه مثبت یا قابل‌پیش‌بینی نباشند، مانند انواع تعاملات فرهنگی بین گردشگر و میزبان یا معضلات محیط‌زیستی و ساخت‌وسازهای غیرمجاز در جزیرهٔ هرمز. جدول ۲ خلاصهٔ مقولات از سطح یک تا پدیدهٔ مرکزی را نشان می‌دهد.

نقطهٔ عطف رسانه‌ای شدن جزیرهٔ هرمز و معرفی آن به اقشار مختلف، به‌جز هنرمندان، اخبار مربوط به نخستین فرش خاکی بود که اجرای نمایشی و در ابعاد کوچک آن در نمایشگاه مطبوعات موجب تقویت اخبار مربوط به فرش شد. هم‌زمان با رشد گردشگری در جزیره و تبلیغات آژانس‌های گردشگری، تصاویر گرفته‌شده از جزیره در شبکه‌های مجازی نیز افزایش یافت، به طوری که امروزه تعداد مطالب و تصاویر منتشرشده در شبکه‌های مجازی و موتورهای جست‌وجو، با موضوع جزیرهٔ هرمز، بیشتر از سایر مناطق استان هرمزگان است. بخش زیادی از تولید محتوا دربارهٔ جزیرهٔ هرمز در شبکه‌های مجازی مثل اینستاگرام را اهالی بومی هرمز انجام می‌دهند. نقش مستندها، فیلم‌های سینمایی و سریال‌هایی را که در جزیرهٔ هرمز ساخته شده‌اند نمی‌توان نادیده گرفت. با بررسی اسناد موجود، تعداد ۱۵ فیلم در ژانرهای مستند، سینمایی و سریال بین سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۴۰۰ در جزیرهٔ هرمز ساخته شده است که شروع توجه سینماگران به جزیرهٔ هرمز نیز از رویدادهای هنر محیطی سال ۱۳۸۵ است.

زمینه‌ها: زمینه‌ها شامل ۸ مقولهٔ سطح اول و ۳ مقولهٔ سطح دوم هستند. جایگاه جغرافیایی، موقعیت ارتباطی، آثار و دوره‌های تاریخی، خاک‌های رنگین، سواحل و کوه‌ها و انواع کانی‌ها، مقوله‌های سطح یکم و موقعیت جغرافیایی، اهمیت تاریخی و



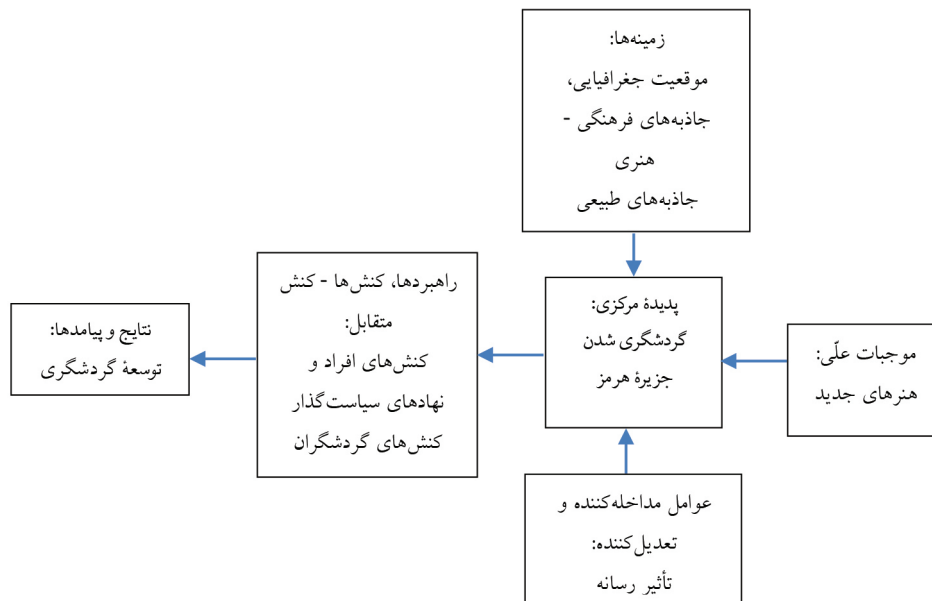
جدول ۲: مقولات پایه تا پدیده مرکزی

پدیده مرکزی	خوشه مقوله‌ای	مقولات سطح دوم	مقولات سطح یکم
گردشگری شدن جزیره هرمز	موجبات علی	هنرهای جدید	انجام هنرهای جدید در جزیره
			هنرهای جدید و فرهنگ بومی
			هنر جدید و رسانه
			حواشی هنرهای جدید
			برگزاری رویدادهای هنری
			رشد هر مز به واسطه هنر
			حضور هنرمندان در جزیره
	عوامل مداخله کننده و تعدیل کننده	نقش رسانه	توجه به طبیعت جزیره به واسطه هنر
			پایگاه‌های خبری داخلی و خارجی
			وبگاه‌ها و وبلاگ‌های هنرمندان
			شبکه‌های اجتماعی
	زمینه‌ها	موقعیت جغرافیایی	صداوسیما
			سایر روش‌های تبلیغی
			حایگاه جغرافیایی
		جاذبه‌های هنری - فرهنگی	ظاهر شهر
			آثار تاریخی
			اماکن فرهنگی - هنری
		جاذبه‌های طبیعی	فرهنگ بومی
			خاک‌های رنگین
			سواحل و کوه‌ها
	راهبردها، کنش‌ها - کنش متقابل	کنش‌های افراد و نهادهای سیاست‌گذار	گونه‌های گیاهی و جانوری غالب
			اقدامات نادعلیان
			اقدامات انجمن هنرهای تجسمی استان هرمزگان و گروه هنر نو هرمز
		کنش‌های گردشگران	اقدامات سرمایه‌گذار خصوصی
راهبردهای ترغیبی برای سفر به جزیره			
کنش‌های بومیان		پیگیری دغدغه‌های محیط‌زیستی و اجتماعی	
		فعالیت در شبکه‌های مجازی	
کنش‌های هنرمندان	تغییرات اجتماعی		
	توجه به محیط‌زیست		
	تخریب محیط‌زیست		
نتایج و پیامدها	توسعه گردشگری	وضعیت گردشگری	
		امکانات گردشگری	
		اهمیت سفر به هرمز	
		جاذبه‌های گردشگری جزیره هرمز	

مداخله‌کننده و تسریع‌کننده پدیده مرکزی است. زمینه‌هایی چون موقعیت جغرافیایی، جاذبه‌های فرهنگی - هنری و جاذبه‌های طبیعی در راهبردها و کنش‌های متقابل افراد و نهادها تأثیرگذار بودند و در نهایت توسعه گردشگری و هنرهای جدید از نتایج و پیامدهایی است که از مفاهیم این پژوهش حاصل شده است.

کدگذاری انتخابی

در مرحله نهایی که کدگذاری انتخابی است، خوشه‌های مقوله‌ای برای قرارگیری در قالب الگوی نسخه سیستماتیک نظریه بنیادی آماده شده‌اند. شکل ۴ الگوی نهایی این پژوهش را نشان داده است. در این نمودار، هنرهای جدید موجبات علی پدیده مرکزی را تشکیل داده و تأثیر رسانه جزء عوامل



مدل مفهومی هنرهای جدید و توسعه گردشگری در جزیره هرمز

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در چهارچوب مدل مفهومی ارائه‌شده از داده‌های پژوهش می‌توان دریافت که پدیده مرکزی یعنی گردشگری شدن جزیره هرمز تحت‌تأثیر عوامل زمینه‌ای همچون موقعیت جغرافیایی، جاذبه‌های فرهنگی-هنری و جاذبه‌های طبیعی با علیت رویدادهای هنرهای جدید رخ داده است. در این میان، استفاده از رسانه و عملکرد آن عاملی مداخله‌کننده و تسریع‌کننده برای پدیده مرکزی به شمار می‌آید. راهبردها و کنش‌های متقابل را گروه‌ها و افراد گوناگون در پیش گرفتند که در نهایت نتیجه‌ای که در پی داشت توسعه گردشگری هرمز بود. خلاصه اینکه می‌توان گفت هنرهای جدید در جزیره هرمز از چند نظر موجب رشد و توسعه گردشگری در این جزیره شده‌اند. بنابراین، می‌توان اذعان داشت که بیشتر هنرهای جدید اجراشده در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۰ از نوع هنرهای محیطی بوده‌اند و سرآغاز این نوع هنرها به نخستین رویداد هنر محیطی برگزارشده در ۱۳۸۵ بوده است. از مهم‌ترین پیامدهای این رویداد آشنایی هنرمندان با خاک‌های رنگین جزیره به‌عنوان ماده خلق اثر هنری بود که این امر خود به آفرینش‌های هنری با خاک‌های رنگین منجر شد که از بارزترین آن‌ها می‌توان به بزرگ‌ترین فرش خاکی اشاره داشت. از دیگر دستاوردهای این کارگاه یا جشنواره هنر محیطی استفاده از رسانه‌هایی چون عکس و ویدئو و انتشار آن‌ها

در فضاهای مجازی بود. تولید محتوا با عکس‌های رویدادهای هنرهای جدید در جزیره هرمز، طبیعت بکر جزیره، انتشار و رسانه‌ای کردن تصاویر و متون مربوط به جزیره هرمز همگی از عواملی هستند که موجب جلب توجه انواع گردشگران به این جزیره شده‌اند. در همه این رویدادها، ارتباط بین گردشگری و هنرهای جدید را می‌توان مشاهده کرد. این ارتباط عمده‌تاً از نوع گردشگران هنری و هنرمندان گردشگر بوده است؛ چراکه به مناسبت‌های مختلف هنری تعدادی هنرمند به‌منظور خلق آثار هنری به جزیره آمدند و تعدادی هم به‌عنوان بازدیدکننده در این رویدادها شرکت کردند. هنر گردشگر محور را می‌توان محصول توسعه گردشگری در این جزیره دانست. دست‌سازهای زنان جزیره یا صنایع دستی نوپدید در این جزیره مصادیق بارزی از این نوع هنر هستند. این دست‌سازها در واقع نقاشی‌هایی با خاک‌های رنگی جزیره از ادبیات و روایات محلی هستند که برای فروش به گردشگران ارائه می‌شوند. هریک از رویدادهای هنری نقشی ویژه با ابعاد رسانه‌ای خاص خود را داشتند. تعدادی از آن‌ها بیشترین مخاطب خود را از میان هنرمندان برگزیدند و در تعدادی نیز بیشترین مخاطب از میان افراد و گردشگران عادی و غیرهنرمند بود. رویدادهای فرش خاکی به‌خوبی گویای نمونه دوم هستند. رویدادهای هنر محیطی مرکز پردیس با ابعاد رسانه‌ای خود در سطح بین‌المللی موجب افزایش هنرمندان گردشگر و



کوزه‌گر کالجی، لطفعلی و نوروزی، علی (۱۴۰۱). گردشگری هنری به‌مثابه رهیافتی نوین در جذب گردشگری. جغرافیا و روابط انسانی، ۵(۲)، ۱۳۴-۱۲۰. <https://doi.org/20.1001.1.26453851.1401.5.2.8.9>

میرزایی، کرم و نادعلیان، احمد (۱۳۸۸). شش اثر هنر جدید در موزه هنرهای معاصر تهران. نگره، ۴(۱۳)، ۹۳-۱۰۵.

یزدانی‌نژاد، یوسف و امینی، محمدرضا (۱۳۹۳). جزیره تاریخی هرمز، بهشت زمین‌شناسی. تهران: تعالی اندیشه.

منابع

Alikhanzadeh, M. (2020). The role of mural art in the development of cultural tourism. *Journal of Space and Place Studies*, 1399(16). <https://doi.org/25386050.1399.1399.16.4.2> [In Persian]

Alneng, V. (2002). What the Fuck is a Vietnam? Touristic Phantasms and Popcolonization of (the) Vietnam (war). *Critique of Anthropology*, 22(4), 461-489. <https://doi.org/10.1177/0308275X020220040501>

Bahman Siahmard, F. (2013). Art and tourism in contemporary concept. *Art Research*, 8(2), 25-30. [In Persian]

Bennett, A. (2005). *Culture and everyday life*. London: Sage.

Bhatta, C. (2016). The Role of Arts in Promoting Tourism: A Case of tourism Development in Thamel Area. *Journal of Advanced academic research*, 3(1), 177-184.

Blumberg, N. (2022). What's the Difference Between Modern and Contemporary Art? *Encyclopedia Britannica*, Accessed January, 5. <https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-modern-and-contemporary-art>

گردشگری هنری در جزیره شد. بنابراین، در کنار اندک افرادی که در سال‌های پس از انقلاب به جزیره هرمز سفر می‌کردند، نخستین گردشگران بعد از ۱۳۸۵ به جزیره هرمز را هنرمندان گردشگر تشکیل دادند. با رسانه‌ای شدن خبر اجرای بزرگ‌ترین فرش خاکی، علاوه بر هنرمندان گردشگر، بر تعداد ورود گردشگران هنری به این جزیره افزوده شد. از سوی دیگر، طبیعت‌دوستان بسیاری، با مشاهده تصاویر هنرمندانه در وبگاه‌های هنری و شخصی هنرمندان، این جزیره را به‌عنوان مقصدی بکر برای سفرهای خود انتخاب کردند. از این رو، نگاه خیره گردشگر نقش عمده‌ای در معرفی این جزیره به‌منزله مقصد گردشگری داشت. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که افزایش روزافزون گردشگر در جزیره هرمز موجب تغییرات اساسی در این جزیره شده است که پیامدهای مثبت و منفی آن در این پژوهش نمی‌گنجد، اما آنچه به‌عنوان اصل در توسعه گردشگری جزیره هرمز مهم و اساسی و قابل توجه است این است که توسعه گردشگری در جزیره هرمز پیامد مستقیم رویدادهای هنری به‌ویژه هنرهای جدید در این جزیره بوده است. مطالعه و تحلیل پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری در جزیره هرمز و نیز رابطه توسعه گردشگری و توسعه پایدار در این جزیره می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی باشد که این قبیل پژوهش‌ها در برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای یاری‌رسان خواهند بود.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

بهمن سیاهمرد، فاطمه (۱۳۹۳). هنر و گردشگری در کانسپت معاصر. پژوهش هنر، ۸(۲)، ۳۰-۲۵.

درویشی، الهام، بیدرام، رسول و نادعلیان، احمد (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی و تحلیل ظرفیت‌های سرمایه نمادین جزیره هرمز در گردشگری با تأکید بر هنر خاک. پایان‌نامه منتشر نشده، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان.

علی‌خانزاده، مرجان (۱۳۹۹). نقش هنر دیوارنگاری در توسعه گردشگری فرهنگی. پژوهش‌های مکانی - فضایی، ۱۶(۱). <https://doi.org/20.100.1.1.25386050.1399.1399.16.4.2>



- Mirzaei, K., & Nadalian, A. (2010). Six new works of art in Tehran Museum of Contemporary Arts. *Negreh*, 4(13), 93-105. [In Persian]
- Petroman, I., Petroman, C., Marin, D., Ciolac, D., Văduva, L., & Pandur, I. (2013). Types of Cultural Tourism. *Animal Science and Biotechnologies*, 46(1), 385-388. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:128709738>
- Prince, S., Qu, M., & Zollet, S. (2021). The making of art islands: A comparative analysis of translocal assemblages of contemporary art and tourism. *Island Studies Journal*, 16(1), 235-254. <https://doi.org/10.24043/isj.175>
- Quinn, B. (2010). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 1(3), 264-279. <https://doi.org/10.1080/19407963.2010.512207>
- Springwood, C. F. (2002). Farming, Dreaming, and Playing in Iowa: Japanese Mythopoeics and Agrarian Utopia. In S. Colman, & M. Crang, *Tourism : between place and performance* (pp. 176-192). New York: Berghahn Books.
- Tribe, J. (2008). The Art of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 924-944. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.07.003>
- Urry, J. (1990). *The tourist Gaze: Liesure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Yazdaninezhad, Y., & Amini, M. R. (2014). Historic island of Hormuz, geological paradise. Tehran: Taali Andisheh. [In Persian]
- Buczowska, K., & Banaszkiwicz, M. (2015). Art, tourism. In N. name, J. Jafari, & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 25-52). Switzerland: *Springer International Publishing*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_236-1
- Bywater, M. (1993). The market for cultural tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst*, 6, 30-46.
- Darvishi, A., Bidram, R., & Nadalian, A. (2016). Planning and analyzing the capacities of the symbolic capital of Hormuz Island in tourism with an emphasis on art. Unpublished thesis, Faculty of Art and Entrepreneurship, Isfahan University of Arts. [In Persian]
- Gratton, C., & Taylor, P. (1992). Cultural tourism in European cities: a case study of Edinburgh. *Vrijetijd en Samenleving*, 10(2/3), 29-43.
- Hughes, H. (2003). *Arts, Entertainment and Tourism*. Burlington: Buttleworth-Heinemann.
- Jules-Rosette, B. (1984). *The Messages of Tourist Art: An African Semiotic System in Comparative Perspective*. New York, USA: Plenum Press.
- Kozegar Kaleji, L., & Norozi, A. (2022). Art tourism as a new approach in attracting tourists. *Geography and Human Relationships*, 5(2), 120-134. <https://doi.org/20.1001.1.26453851.1401.5.2.8.9> [In Persian]
- Long, D., & Halsall, F. (2009). How soon was now? What is Modern and Contemporary Art? What Is Modern and Contemporary Art, 8-19. <https://imma.ie/magazine/how-soon-was-now-what-is-modern-and-contemporary-art/>