

عنوان مقاله:

مدل پارادایمی مصرف محصولات سفالی در سبک زندگی مردم شهر تبریز

محل انتشار:

دو فصلنامه هنرهای صناعی اسلامی، دوره 4، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

محمدتقی پیربابایی - دانشیار گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر اسلامی، تبریز، ایران

عاطفه فاضل - دانشجوی دکتری هنر اسلامی، دانشکده هنرهای صناعی اسلامی دانشگاه هنر اسلامی، تبریز، ایران

محمد عباس زاده - استاد گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

فرونش شمیلی - استادیار گروه هنرهای صناعی اسلامی، دانشکده هنرهای صناعی اسلامی دانشگاه هنر اسلامی، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

یکی از شیوه‌های رایج برای تعیین هویت و بازنمایی خویشتن، به ویژه در دوران معاصر، مصرف فرهنگی است. افراد در مصرف فرهنگی، انواع کالاها و نمادهای ارزشمند را، نه به خاطر ارزش استفاده و ارزش مادی‌شان بلکه به دلیل ارزش فرهنگی و ارزش نمادین آن‌ها مصرف می‌کنند و در این نوع از مصرف تلاش دارند که تصویر مطلوبی از خویش در ذهن دیگران ایجاد کنند. در این میان، استفاده از محصول سفالی به عنوان یک کالای فرهنگی، نه به معنای استفاده‌ی صرف (آنچه در دوران پیشامعاصر مدنظر بود) بلکه در بردارنده معنای متفاوتی است. پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل پارادایمی در ارتباط با مصرف و عدم مصرف محصولات سفالی در شهر تبریز و در پی پاسخ به سوالات تحقیق، یعنی؛ چگونه مصرف محصولات سفالی در شهر تبریز سبب ایجاد سبک‌های متنوع زندگی می‌شود؟ و چه پیامدی در پی خواهد داشت؟، از روش کیفی و مبتنی بر نظریه داده بنیاد استفاده می‌کند. برای گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه از 60 نفر تولیدکنندگان، توزیع کنندگان، مصرف کنندگان، درحوزه سفال و سرامیک در شهر تبریز، و به روش نمونه‌گیری نظری صورت پذیرفت. محتوای مصاحبه‌ها براساس مدل توسعه‌یافته فرآیند اجرای داده بنیاد کدگذاری و در مجموع 249 مفهوم به عنوان کد اولیه شناسایی شد که پس از حذف تکرارها و مفهوم سازی در مرحله کدگذاری باز، تعداد 87 مفهوم استخراج شد. با غربالگری مفاهیم اولیه به 40 مقوله فرعی و 15 مقوله اصلی دست یافتیم که در قالب پنج بعد و منطبق بر مدل پارادایمی داده بنیاد مشخص شد. ضمن اینکه برای تضمین کیفیت کدگذاری از روش خودبازبینی محقق و کنترل‌های اعضا استفاده گردید. در نهایت نتایج تحقیق نشان می‌دهد، افراد محصولات سفالی را با هدف کسب تشخیص، هویت، سرمایه اجتماعی و فرهنگی، ایجاد زندگی سالم، حس نوستالژیک و یادآوری آفرینش انسان مورد استفاده قرار می‌دهند و از این طریق زندگی خود را در ارتباط با استفاده از محصولات فرهنگی و سفالی سبک‌مند می‌کنند.

کلمات کلیدی:

consumption and non-consumption of poetry products, lifestyle, poetry products, Grounded Theory

مصرف و عدم مصرف محصولات سفالی، سبک زندگی، محصولات سفالی، تئوری نظریه داده بنیاد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1144663>



