

عنوان مقاله:

صنعت موسیقی در عصر فناوری های نوین: ارائه راهبردهای نوآورانه برای توزیع دیجیتال موسیقی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 21، شماره 52 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

طاهر روشندل اربطانی - استاد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

افشین امیدی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

اسماعیل نوروزی - کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

با مشاهده تغییرات چند دهه اخیر می‌توان گفت که اینترنت و به دنبال آن فناوری های دیجیتال، کلیت صنعت موسیقی را متحول و دگرگون کرده‌اند. اگرچه می‌توان به برخی از پیامدهای منفی این روند اشاره کرد، با این حال باید پذیرفت که بخش بزرگی از کسب‌وکارهای جدید در صنعت موسیقی همچون توزیع دیجیتال موسیقی پیامد مثبت همین تغییرات فناورانه بوده است. با در نظر گرفتن شرایط خاص فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در ایران، هدف اصلی این پژوهش آن است تا با نگاهی نوآورانه و کاربردی به تدوین راهبردهایی برای استفاده بهینه از این فرصت های نوظهور در عرصه توزیع دیجیتال موسیقی بپردازد. در این راستا، پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد تحقیق کیفی و مصاحبه با ۱۴ نفر از متخصصان کشور، نقشه راهبردی خود را در جهت هدف مطالعه ارائه می‌دهد. راهبردهای پیشنهادی در این مطالعه، در شش بخش نوآوری محصول، خدمت، موقعیت، فرایند، اجتماعی و پارادایمی تقسیم‌بندی شده‌اند. نتایج گویای این امر است که چنانچه سرویس‌های توزیع دیجیتال موسیقی بتوانند به شایستگی هر چه تمام‌تر، نیازها و احساس‌های مخاطب خود را شناسایی کنند، به شکل بهتری خواهند توانست برای نیازهای آنان پاسخ مناسب بیابند و با نوآوری‌های مدل کسب و کار، بازیگران جدیدی را وارد بازار خود کنند. در پایان، در مورد برخی چالش های فرهنگی و سیاسی این عرصه بحث صورت گرفته است.

کلمات کلیدی:

تحلیل مضمون، توزیع دیجیتال موسیقی، صنعت موسیقی، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1222470>

