

عنوان مقاله:

زنان و مصرف موسیقی؛ پژوهشی کیفی درباره ذائقه موسیقایی زنان

محل انتشار:

فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، دوره 15، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسنده:

شیوا پروائی - دکتری جامعه شناسی مسائل اجتماعی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

مصرف موسیقی در تجربه زندگی روزمره زنان که یکی از مخاطبان فعال هستند، نقش برجسته ای دارد. در این پژوهش به این پرسش که ذائقه موسیقایی زنان چگونه شکل می گیرد، با روش پژوهش کیفی و مطالعه تجربه موسیقایی زنان پاسخ داده شده است. ابزار گردآوری داده ها مصاحبه های نیمه ساختاریافته با ۲۸ نفر از زنان با تحصیلات، موقعیت اجتماعی و گروه های سنی متفاوت در شهر تهران است که به شیوه نمونه گیری هدفمند و نمونه گیری نظری رایج در پژوهش های کیفی انتخاب شده اند. داده های مصاحبه های کیفی با روش تحلیل تماتیک کدگذاری شده است. یافته ها بیانگر آن است که ذائقه موسیقایی مخاطبان امر از پیش تعیین شده ای نیست، بلکه محصول تعامل پس زمینه های فردی و خاستگاه اجتماعی مخاطبان است؛ این به معنای اجتماعی بودن ذائقه موسیقایی است. تجربه زیسته زنان نشان می دهد سرمایه فرهنگی (پیشینه فرهنگی-خانوادگی، تحصیلات، دانش و مهارت موسیقایی)، سرمایه اقتصادی (موقعیت اقتصادی فردی و پیشینه اقتصادی-خانوادگی)، منابع هویتی چندگانه (شبکه گروه های مرجع، هویت قومی، هویت دینی، هویت ملی و هویت نسلی) و منابع رسانه ای (مصرف رسانه های جمعی و مصرف رسانه های اجتماعی)، ذائقه موسیقایی آن ها را شکل می دهد و بدان تمایز می بخشد.

کلمات کلیدی:

زنان، زن در هنر، ذائقه موسیقایی، مصرف موسیقی، مطالعات زنان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1771535>

