

عنوان مقاله:

جشن عروسی، به مثابه صنعتی نوظهور (مطالعه ای در شهر همدان)

محل انتشار:

فصلنامه علوم اجتماعی، دوره 29، شماره 99 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 42

نویسندگان:

معصومه طالبی دلیر - دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

علیخواه فردین - دانشیار جامعه شناسی دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

سید هاشم موسوی - استادیار جامعه شناسی دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

خلاصه مقاله:

این روزها برخلاف گذشته، برگزاری جشن عروسی در شهرهای بزرگ، کمتر شکلی مشارکتی دارد و مراحل مختلف آن، غالباً، از آغاز تا پایان، به موسسات تجاری سپرده می شود. این شرایط بیانگر آن است که در جامعه امروزی، صنعتی به نام صنعت عروسی در حال شکل گرفتن است و عروسی ها رو به سوی تجاری شدن دارند. هدف این مقاله شناخت ویژگی های این صنعت نوپدید در شهر همدان و مطالعه جنبه های مختلف آن است. در خصوص صنعت جشن ازدواج نظریه ها، تحقیقات و دیدگاه های متنوعی وجود دارد که به طور کلی بر کنشگری زنان، مصرف گرایی و تجلی کالایی شدن نظام سرمایه داری تاکید دارند. این دیدگاه ها در مقاله مرور شده اند. روش تحقیق این مقاله، روش کیفی است و داده های آن از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساخت یافته با ۱۶ نفر از شاغلین صنعت عروسی شهر همدان جمع آوری شده است. مفاهیم بنیادین مصاحبه ها سپس با تکنیک تحلیل مضمون استخراج شده و در نهایت تحلیل ها بر پایه نه مضمون محوری ساخت یافته اند. نتایج این پژوهش نشان می دهد که گسترش صنعت جشن عروسی که «تجاری شدن» ویژگی برجسته آن است «سوبزکتیویته زنانه» و تقویت فرهنگ «فردگرایی» و «کالا شدگی» را در بردارد و به تضعیف مراسم عروسی محلی می انجامد.

کلمات کلیدی:

جشن عروسی، تجاری شدن، مصرف گرایی، کالایی شدن، تغییرات فرهنگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1914652>

