

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر جهانی شدن مصرف موسیقی جوانان

محل انتشار:

اولین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش های شهروندی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

حمیدرضا عجمی - کارشنا ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

لادن بهدادمنش - پژوهشگر مرکز پژوهش های اجتماعی کندوکاو

خلاصه مقاله:

این پژوهش به دنبال پیمایش سهم برخی عوامل اجتماعی و فرهنگی در گرایش جوانان به انواع موسیقی می باشد که در سال 1392 در بین 200 نفر از جوانان دبیرستانی در شهر تهران انجام گرفته است. یافتهها نشان میدهد اغلب جوانان (بیشتر از 70 درصد) از متوسط به بالا علاقمند برای گوش دادن به موسیقی (مدرن) پاپ داخلی و خارجی هستند. حدود 33 درصد از جوانان از متوسط به بالا به موسیقی سنتی گرایش داشتند. بودیو سرمایه فرهنگی را با گرایش به نوع مصرف موسیقی در ارتباط می داند. پارسونز خرده نظام خانواده و دین و همچنین وبلن و مارکس پایگاه اقتصادی و اجتماعی را با گرایش به نوع مصرف موسیقی در ارتباط قرار می دهند. نتایج تحقیق ابعادی از نظریه های مطرح شده را تایید می کنند. بر اساس یافته ها، جوانانی که خانواده ی کاراتری دارند تمایل بیشتری به مصرف موسیقی سنتی از خود نشان دادند. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چندمتغیره نشان می دهد، بیشترین سهم تاثیرگذاری در گرایش جوانان به مصرف موسیقی را متغیر سرمایه فرهنگی با مقدار بنای 204,0 به خود اختصاص داده است. همچنین سرمایه فرهنگی ب ا مقدار بنای 246,0 در میزان گرایش جوانان به مصرف موسیقی سنتی بیشترین نقش را ایفا کرده است. پایگاه اقتصادی اجتماعی جوانان نیز تاثیر مستقیم و منفی با مقدار بنای 106/0 - بر گرایش جوانان به مصرف موسیقی داشته است. متغیر کارآیی خانواده و متغیر دینداری بر گرایش جوانان به مصرف موسیقی تأثیر غیرمستقیم داشته اند.

کلمات کلیدی:

مصرف موسیقی، پایگاه اقتصادی اجتماعی، سرمایه فرهنگی، کارآیی خانواده، دینداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554335>

