



دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی

گروه علوم اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد

عنوان:

بررسی عوامل مؤثر بر میزان و نوع استفاده موسیقی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز

نگارنده

داریوش قاسمی

استاد راهنما

دکتر علی حسین حسینزاده

استاد مشاور

دکتر عبدالرضا نواح

شهریور ۱۳۸۹

بنام

خداوند

جان و خرد

بسمه تعالی

دانشگاه شهید چمران اهواز

مدیریت تحصیلات تکمیلی

(نتیجه ارزشیابی پایان نامه دوره کارشناسی ارشد)

بدین وسیله گواهی می‌گردد پایان نامه آقای داریوش قاسمی دانشجوی رشته جامعه‌شناسی از دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی به شماره دانشجویی ۸۶۳۵۱۰۴ تحت عنوان:

بررسی عوامل مؤثر بر میزان و نوع استفاده موسیقی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد در تاریخ ۱۳۸۹/۰۶/۳۱ توسط هیئت داوران مورد ارزشیابی قرار گرفت و با درجه.....عالی..... تصویب گردید.

امضا	مرتبه علمی		۱- اعضا هیئت داوران:
	استادیار	دکتر علی حسین حسین‌زاده	الف - استاد راهنما:
	استادیار	دکتر عبدالرضا نواح	ب - استاد مشاور:
		دکتر سید عبدالحسین نبوی	ج - داور ۱:
		دکتر معصومه باقری	د - داور ۲:
ه - نماینده تحصیلات تکمیلی دانشگاه (استاد ناظر):			
		دکتر منصور سودانی	
۲- مدیر گروه:			
		دکتر علی حسین حسین‌زاده	
۳- معاون پژوهشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده:			
		دکتر محسن دستگیر	
۴- مدیر کل تحصیلات تکمیلی:			
		دکتر رحیم پیغان	

چکیده پایان نامه

نام خانوادگی: قاسمی	نام: داریوش
عنوان پایان نامه: بررسی عوامل مؤثر بر میزان و نوع استفاده موسیقی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز	
استاد راهنما: دکتر علی حسین حسینزاده	استاد مشاور: دکتر عبدالرضا نواح
درجه تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: علوم اجتماعی
گرایش: جامعه‌شناسی	
محل تحصیل (دانشگاه): شهید چمران اهواز	
دانشکده: اقتصاد و علوم اجتماعی	
تاریخ فارغ التحصیلی: ۳۱ شهریور ۱۳۸۹	تعداد صفحه: ۱۲۶
کلیدواژه ها: نوع مصرف موسیقی، میزان مصرف موسیقی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، جایگاه فرد در فضای اجتماعی	
<p>چکیده: این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر میزان و نوع مصرف موسیقی در بین دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز می‌پردازد. پس از مروری کوتاه بر نظریات نظریه‌پردازانی مانند تورشتاین ویلن، ماکس وبر، گئورگ زیمل، والتر بنیامین و تئودور آدرنو بر نظریه کنش‌پی‌یر بوردیو متمرکز می‌شود. هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان قابلیت کاربرد نظریه بوردیو در جامعه آماری مورد نظر است. روش تحقیق مورد استفاده پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. حجم نمونه شامل ۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ بودند با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انتخاب شدند. متغیرهای مستقل اصلی سرمایه فرهنگی فرد، سرمایه فرهنگی والدین، سرمایه اقتصادی و جایگاه فرد در فضای اجتماعی و متغیرهای وابسته نیز میزان و نوع مصرف موسیقی بودند. نتایج تحقیق حاکی از همبستگی‌های ضعیف بین متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته بود. بطوری که متغیرهای مستقل تنها قادر به تبیین ۱۴ درصد از واریانس متغیر نوع مصرف موسیقی بودند. بنابراین نتایج این پژوهش نشان داد که تغییرات صورت گرفته بر اثر پیشرفت‌های تکنولوژیکی و افزایش تحرک اجتماعی به میزان زیادی از قدرت این نظریه برای تبیین مصرف موسیقی کاسته است و لزوم توجه به نظریات دیگر و متغیرهای جدید احساس می‌شود.</p>	

**به پدر و مادر عزیزم به پاس
زحمات بیگرانشان**

و

**به همسر فداکار و پسر
دلبندم برای صبر و تحملشان**

سپاسگزاری

از راهنمایی‌ها، مساعدت‌ها و پشتیبانی‌های بی‌دریغ استاد راهنمای خود، جناب آقای دکتر علی حسین حسین‌زاده که در طول دوره تحصیلی و نیز انجام این پژوهش دلسوزانه مرا راهنمایی کردند، نهایت تشکر و قدردانی را دارم. از استاد مشاور خود جناب آقای دکتر عبدالرضا نواح که در طول دوره تحصیلی و نیز در مسیر به سرانجام رسیدن پایان‌نامه حاضر با مشاوره‌های ارزنده‌شان مرا راهنمایی فرمودند، کمال تشکر و امتنان را دارم. از اساتید ارجمند جناب آقای دکتر نبوی و جناب آقای دکتر رضادوست به خاطر تمام تلاش‌ها و زحماتشان سپاسگزارم.

از جناب آقای دکتر غلامرضا لطیفی استاد دانشگاه علامه طباطبایی برای تمام الطافش به اینجانب، از جناب آقای دکتر مرتضی فرهادی استاد دانشگاه علامه طباطبایی برای تمام دلسوزی‌هایش و از جناب آقای مصطفی رحمتی دوست عزیزم که همواره مرا از راهنمایی‌های بی‌دریغش برخوردار کرده صمیمانه تشکر می‌کنم.

همچنین از تمامی کارمندان دانشکده اقتصاد بخصوص سرکار خانم عاطفه عزیزی، سرکار خانم نریموسایی، سرکار خانم یاسینی، سرکار خانم جوادی، سرکار خانم گل‌پرست، سرکار خانم حیایی، سرکار خانم اسدی که در به ثمر رسیدن این کار و انجام رویه اداری این پروژه به اینجانب کمک نمودند کمال تشکر را دارم.

و در نهایت از دوستان عزیزم محمد پورترکارانی، شهروز فروتن، دکتر احد نظرپور، حامد فلاحی، بهروز موسی‌زاده، ایمان روزبهرانی، هادی کزندی، عبدالله فاضلی، حدیث عنایتی، حلیمه مصطفایی، لیلا مجاهدی، فاطمه شکراله‌زاده، حسام توانبخش، دکتر مصطفی کوشکی، بهروز بیرانوند، محمد چولی، بهزاد قاسمی، اکبر زکی‌پور و کلیه کسانی که اینجانب را در انجام این کار یاری دادند نهایت تشکر و امتنان را دارم.

Last Name: Qasemi	First Name: Dariush
Title: Investigate of effective factors upon rate and type of music consumption among shahid chamran university students	
Supervisor: Dr. Ali hossein Hosseinzadeh	Advisor: Dr. Abdolreza Navah
Degree: M. A.	Magor: Social science
University: Shahid Chamran University	Faculty: Economics & Social Sceince
Graduating Date: Septamber 2010	Page Number: 126
Key words: Type of Music Consumption, Rate of Music Consumption, Cultural Capital, Economic capital, Situation of Person in Social Space	
Abstract	
<p>This study intend to investigate effective factors upon rate and type of music consumption. After a short review on the theories of sociologists such as Thorestein Veblen, Max Weber, Georg Simmel focused on Pierre Bourdieu's Theory of action. The main goal of this study is evaluation of applicability Bourdieu's Theory among desired statistical population. The method of study is survey and data was collected by questionnaire. Sample population included 400 students from shahid chamran university at 1388-89 academic year whom was selected with stratified Sampling method. The main independent variables were person's cultural capital, parent's cultural capital, economic capital and position of person at social space and the main dependent were rate and type of music consumption. Results indicated a weak correlation between independent variables and dependent variables. So that independent variables can explain only 14 percent of the variance variable type of music consumption. Therefore, the results showed that changes took place due to technological advances and increase social mobility, have reduced power of this theory for explain the music consumption and the need for attention to another theory and new variables to be felt.</p>	



Shahid Chamran University
Faculty of Economics and Social Science Department

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
For the M.A. Degree in Sociology

Thesis Title:

**Investigate of effective factors upon rate
and type of music consumption among
shahid chamran university students**

By:

Dariush Qasemi

Supervisor:

Dr. Ali hossein Hosseinzadeh

Advisor:

Dr. Abdolrreza Navah

Septamber 2010

فهرست مطالب

عنوان صفحه

فصل اول: کلیات تحقیق

- ۱-۱- مقدمه ۲
- ۲-۱- طرح مسأله ۳
- ۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق ۶
- ۴-۱- اهداف ۸

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

- ۱-۲- مقدمه ۱۰
- ۲-۲- موسیقی در عصر باستان ۱۱
- ۳-۲- موسیقی در دوران معاصر ۱۵
- ۴-۲- ادبیات نظری ۱۷
- ۱-۴-۲- تورشتاین وبلن ۱۷
- ۲-۴-۲- ماکس وبر ۱۹
- ۳-۴-۲- گئورگ زیمل ۲۰
- ۴-۴-۲- والتر بنیامین ۲۲
- ۵-۴-۲- تئودور آدورنو ۲۴
- ۵-۲- چارچوب نظری ۲۷
- ۱-۵-۲- پی‌یر بوردیو ۲۷

۴۰	۶-۲- مروری بر مطالعات پیشین
۴۰	۶-۲-۱- تحقیقات داخلی
۴۳	۶-۲-۲- تحقیقات خارجی
۴۴	۷-۲- نحوه‌ی استخراج متغیرهای تحقیق
۴۵	۸-۲- فرضیات تحقیق
۴۵	۸-۲-۱- فرضیات اصلی تحقیق
۴۵	۸-۲-۲- فرضیات فرعی تحقیق
۴۶	۹-۲- مدل تحلیلی تحقیق

فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

۴۸	۳-۱- مقدمه
۴۸	۳-۲- روش تحقیق
۴۸	۳-۳- معرفی ابزار جمع‌آوری اطلاعات
۴۹	۳-۴- شیوه جمع‌آوری اطلاعات
۴۹	۳-۵- واحد تحلیل
۴۹	۳-۶- جامعه آماری
۵۱	۳-۷- تعیین حجم نمونه
۵۱	۳-۸- شیوه نمونه‌گیری
۵۳	۳-۹- تعیین پایایی و اعتبار ابزار اندازه‌گیری
۵۳	۳-۹-۱- پایایی
۵۴	۳-۹-۲- اعتبار
۵۴	۳-۱۰- نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۱۱-۳- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها ۵۴
- ۱-۱۱-۳- متغیرهای مستقل ۵۴
- ۱-۱-۱۱-۳- متغیرهای جمعیت‌شناختی ۵۴
- ۱-۱-۱-۱۱-۳- سن ۵۴
- ۲-۱-۱-۱۱-۳- جنس ۵۴
- ۳-۱-۱-۱۱-۳- محل سکونت ۵۵
- ۴-۱-۱-۱۱-۳- رشته تحصیلی ۵۵
- ۵-۱-۱-۱۱-۳- مقطع تحصیلی ۵۵
- ۶-۱-۱-۱۱-۳- قومیت ۵۵
- ۲-۱-۱۱-۳- سایر متغیرها ۵۵
- ۱-۲-۱-۱۱-۳- سرمایه فرهنگی فرد ۵۵
- ۲-۲-۱-۱۱-۳- سرمایه فرهنگی والدین ۵۹
- ۳-۲-۱-۱۱-۳- سرمایه اقتصادی خانواده فرد ۶۱
- ۴-۲-۱-۱۱-۳- جایگاه فرد در فضای اجتماعی ۶۳
- ۲-۱۱-۳- متغیرهای وابسته ۶۳
- ۱-۲-۱۱-۳- سبک‌های موسیقی مصرفی ۶۳
- ۲-۲-۱۱-۳- میزان مصرف موسیقی ۶۶
- ۳-۲-۱۱-۳- نوع مصرف موسیقی ۶۷
- ۳-۱۱-۳- خلاصه و نتیجه‌گیری ۶۸

فصل چهارم: توصیف و تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۱-۴- مقدمه ۷۱
- ۲-۴- توصیف نمونه و پردازش اطلاعات به دست آمده ۷۱
- ۱-۲-۴- سن ۷۱
- ۲-۲-۴- جنس ۷۲
- ۳-۲-۴- محل سکونت ۷۳
- ۴-۲-۴- مقطع تحصیلی ۷۳
- ۵-۲-۴- رشته تحصیلی ۷۴
- ۶-۲-۴- قومیت ۷۴
- ۷-۲-۴- سرمایه فرهنگی فرد ۷۵
- ۸-۲-۴- سرمایه فرهنگی والدین ۷۷
- ۹-۲-۴- سرمایه اقتصادی خانواده فرد ۷۸
- ۱۰-۲-۴- جایگاه فرد در فضای اجتماعی ۸۰
- ۱۰-۲-۴- سبک‌های مختلف موسیقی و میزان مصرف هر یک ۸۰
- ۱۲-۲-۴- میزان مصرف موسیقی ۸۶
- ۱۳-۲-۴- نوع مصرف موسیقی ۸۸
- ۳-۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها ۹۰
- ۱-۳-۴- نتایج مربوط به آزمون فرضیات اصلی تحقیق ۹۰
- ۱-۱-۳-۴- آزمون فرضیه اول ۹۰
- ۲-۱-۳-۴- آزمون فرضیه دوم ۹۱
- ۳-۱-۳-۴- آزمون فرضیه سوم ۹۱

- ۹۲ ۴-۳-۱-۴- آزمون فرضیه چهارم
- ۹۲ ۴-۳-۱-۵- آزمون فرضیه پنجم
- ۹۳ ۴-۳-۱-۶- آزمون فرضیه ششم
- ۹۳ ۴-۳-۱-۷- آزمون فرضیه هفتم
- ۹۴ ۴-۳-۱-۸- آزمون فرضیه هشتم
- ۹۵ ۴-۳-۲- آزمون‌های همبستگی تفکیکی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته
- ۹۶ ۴-۴- یافته‌ها و تحلیل‌های چند متغیره تحقیق
- ۹۹ ۴-۵- آزمون فرضیات فرعی تحقیق
- ۹۹ ۴-۵-۱- فرضیه اول
- ۹۹ ۴-۵-۲- فرضیه دوم
- ۱۰۰ ۴-۵-۳- فرضیه سوم
- ۱۰۰ ۴-۵-۴- فرضیه چهارم
- ۱۰۱ ۴-۵-۵- فرضیه پنجم
- ۱۰۲ ۴-۵-۶- فرضیه ششم
- ۱۰۳ ۴-۵-۷- آزمون فرضیه هفتم
- ۱۰۳ ۴-۵-۸- آزمون فرضیه هشتم
- ۱۰۴ ۴-۵-۹- آزمون فرضیه نهم
- ۱۰۴ ۴-۵-۱۰- آزمون فرضیه دهم
- ۱۰۶ ۴-۶- خلاصه و نتیجه‌گیری

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

۱-۵ - مقدمه	۱۰۸
۲-۵ - نتیجه‌گیری	۱۰۸
۳-۵ - محدودیتها	۱۱۶
۴-۵ - پیشنهادهای تحقیق	۱۱۶
۵-۵ - پیوستها	۱۱۷
۷-۵ - منابع	۱۲۲

فهرست جداول و نمودارها

۷-۲ - مدل تحلیلی تحقیق	۴۶
جدول (۱-۳): آمار دانشجویان به تفکیک دانشکده، جنس و مقطع در سال ۸۸-۸۹	۵۰
جدول (۲-۳): نمونه انتخاب شده به تفکیک دانشکده، جنس و مقطع	۵۲
جدول (۱-۴): آماره‌های توصیفی سن پاسخگویان	۷۲
جدول (۲-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت	۷۲
جدول (۳-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل سکونت	۷۳
جدول (۴-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مقطع تحصیلی	۷۳
جدول (۴-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی	۷۴
جدول (۶-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب قومیت	۷۵
جدول (۷-۴): آماره‌های توصیفی سرمایه فرهنگی پاسخگویان	۷۶
جدول (۸-۴): آماره‌های توصیفی طبقه‌بندی شده سرمایه فرهنگی پاسخگویان	۷۶
جدول (۹-۴): آماره‌های توصیفی سرمایه فرهنگی والدین پاسخگویان	۷۷
جدول (۱۰-۴): آماره‌های توصیفی طبقه‌بندی شده سرمایه فرهنگی والدین پاسخگویان	۷۸

- نمودار(۴-۱۱): آماره‌های توصیفی سرمایه اقتصادی خانواده پاسخگویان ۷۸
- نمودار(۴-۱۲): آماره‌های توصیفی طبقه‌بندی شده سرمایه اقتصادی خانواده پاسخگویان ۷۹
- جدول(۴-۱۳): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جایگاه آنها در فضای اجتماعی ۸۰
- جدول(۴-۱۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی سنتی ایرانی ۸۱
- جدول(۴-۱۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی محلی ۸۱
- جدول(۴-۱۶): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی پاپ ایرانی ۸۲
- جدول(۴-۱۷): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی پاپ غربی ۸۲
- جدول(۴-۱۸): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی کلاسیک غربی ۸۳
- جدول(۴-۱۹): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی جاز ۸۳
- جدول(۴-۲۰): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی راک ۸۴
- جدول(۴-۲۱): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به موسیقی رپ ۸۴
- جدول(۴-۲۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گوش دادن به سایر موسیقی‌ها ۸۵
- جدول(۴-۲۳): توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان مصرف سبک‌های مختلف موسیقی ۸۵
- جدول(۴-۲۴): آماره‌های توصیفی مربوط به میزان مصرف موسیقی توسط پاسخگویان ۸۶
- جدول(۴-۲۵): آماره‌های توصیفی طبقه‌بندی شده میزان مصرف موسیقی توسط پاسخگویان ۸۷
- نمودار(۴-۱): درصد میزان مصرف موسیقی پاسخگویان ۸۷
- جدول(۴-۲۶): آماره‌های توصیفی نوع مصرف موسیقی توسط پاسخگویان ۸۸
- جدول(۴-۲۷): آماره‌های توصیفی طبقه‌بندی شده نوع مصرف موسیقی توسط پاسخگویان ۸۹
- نمودار(۴-۲): درصد نوع مصرف موسیقی پاسخگویان ۸۹
- جدول(۴-۲۸): آزمون همبستگی بین سرمایه فرهنگی فرد و نوع مصرف موسیقی ۹۰
- جدول(۴-۲۹): آزمون همبستگی بین سرمایه فرهنگی والدین فرد و نوع مصرف موسیقی ۹۱

- جدول (۳۰-۴): آزمون همبستگی بین سرمایه اقتصادی خانواده فرد و نوع مصرف موسیقی ۹۲
- جدول (۳۱-۴): آزمون همبستگی بین جایگاه فرد در فضای اجتماعی و نوع مصرف موسیقی ۹۲
- جدول (۳۲-۴): آزمون همبستگی بین سرمایه فرهنگی فرد و میزان مصرف موسیقی ۹۳
- جدول (۳۳-۴): آزمون همبستگی بین سرمایه فرهنگی والدین فرد و میزان مصرف موسیقی ۹۳
- جدول (۳۴-۴): آزمون همبستگی بین سرمایه اقتصادی خانواده فرد و میزان مصرف موسیقی ۹۴
- جدول (۳۵-۴): آزمون همبستگی بین جایگاه فرد در فضای اجتماعی و میزان مصرف موسیقی ۹۴
- جدول (۳۶-۴): تجزیه واریانس رگرسیون چند متغیره فرضیه های تحقیق ۹۷
- جدول (۳۷-۴): نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره فرضیه های تحقیق ۹۸
- جدول (۳۸-۴): آزمون همبستگی بین سن و نوع مصرف موسیقی ۹۹
- جدول (۳۹-۴): آزمون T بین جنس و نوع مصرف موسیقی ۹۹
- جدول (۴۰-۴): آزمون T بین محل سکونت و نوع مصرف موسیقی ۱۰۰
- جدول (۴۱-۴): آزمون آنالیز واریانس یک طرفه بین رشته تحصیلی و نوع مصرف موسیقی ۱۰۰
- جدول (۴۲-۴): آزمون آنالیز واریانس یک طرفه بین مقطع تحصیلی و نوع مصرف موسیقی ۱۰۱
- جدول (۴۳-۴): آزمون تعقیبی شفه از آنالیز واریانس بین مقطع تحصیلی و نوع مصرف موسیقی ... ۱۰۲
- جدول (۴۴-۴): آزمون همبستگی بین سن و میزان مصرف موسیقی ۱۰۲
- جدول (۴۵-۴): آزمون T بین جنس و میزان مصرف موسیقی ۱۰۳
- جدول (۴۶-۴): آزمون T بین محل سکونت و میزان مصرف موسیقی ۱۰۳
- جدول (۴۷-۴): آزمون آنالیز واریانس یک طرفه بین رشته تحصیلی و میزان مصرف موسیقی ۱۰۴
- جدول (۴۸-۴): آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بین مقطع تحصیلی و میزان مصرف موسیقی ۱۰۵
- جدول (۴۹-۴): آزمون تعقیبی شفه از تحلیل واریانس بین مقطع تحصیلی و میزان مصرف موسیقی . ۱۰۵

فصل اول

کلیات تحقیق

مطالعه و تحقیق در باب مصرف^۱ در واقع پژوهش در باب شیوه (نوع) مصرف کردن و میزان مصرف کردن کالاها و محصولات گوناگون می‌باشد. با در نظر گرفتن این نکته که شیوه مصرف مفهومی است کیفی و میزان مصرف مفهومی کمی. از طرف دیگر در جوامع امروزی مصرف ابعاد مختلفی به خود گرفته است، چرا که غیر از بعد اقتصادی، ابعاد دیگری از جمله بعد فرهنگی به آن افزوده شده است، چنان که می‌توان گفت علاوه بر مصرف کالاهای اقتصادی^۲، مصرف کالاهای فرهنگی^۳ یکی از مهم‌ترین ابعاد مصرف را در جوامع نوین تشکیل می‌دهد. بطوری که امروزه واژه کالا علاوه بر اشاره به موضوعات مادی مانند لباس، پوشاک، خوراک و ... برای اشاره به موضوعات غیرمادی مانند کتاب، روزنامه، فیلم و ... نیز بکار می‌رود. و از همین روست که استفاده از کالاهای تولید شده نظام فرهنگی از قبیل کتاب، موسیقی، روزنامه، مجلات و ... را مصرف فرهنگی^۴ می‌گویند (صمیم و فاطمی، ۱۳۸۶: ۱۳۳). با توجه به اینکه جامعه‌شناسی عبارت است از مطالعه علمی جامعه انسانی و رفتار اجتماعی (رابرتسون، ۱۳۷۷: ۲۴-۲۵) و یکی از جنبه‌های مهم جامعه انسانی مصرف کالاهای فرهنگی است، بنابراین مطالعه این امر در حوزه جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی فرهنگ بطور خاص قرار می‌گیرد. یکی از دغدغه‌های نظری مهم در عرصه جامعه‌شناسی فرهنگ این است که چه عواملی نوع و میزان مصرف فرهنگی مردم را تعیین می‌کنند و به میزانی که محصولات فرهنگی در جوامع گسترش می‌یابند، و مصرف فرهنگی نقش مهم‌تری در خلق هویت‌ها و همچنین اقتصاد فرهنگ ایفا می‌کند، طرح این پرسش نیز اهمیت بیشتری می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۴: ۲۷). شایان ذکر است که کالاهای فرهنگی طیف گسترده‌ای از موضوعات گوناگون از قبیل کتاب، انواع نشریات، فیلم، موسیقی و ... را در بر می‌گیرد و یکی از مهمترین این کالاهای فرهنگی، موسیقی است.

^۱ . consumption

^۲ . capital goods

^۳ . cultural goods

^۴ . cultural consumption

۱-۲- طرح مسأله

مصرف موسیقی^۱ به عنوان یکی از کالاهای مهم فرهنگی در حوزه جامعه‌شناسی موسیقی که یکی از شاخه‌های جامعه‌شناسی هنر می‌باشد، قرار می‌گیرد. جامعه‌شناسی موسیقی [به عنوان یکی از شاخه‌های جامعه‌شناسی بطور اعم و جامعه‌شناسی هنر بطور اخص] همواره در صدد یافتن روابط متقابل بین موسیقی و ساخت اجتماعی است و سؤال بنیادی که جامعه‌شناسی موسیقی با آن روبروست این است که شرایط یک نظام اجتماعی چگونه بر نوع موسیقی غالب بر فرهنگ یک جامعه یا یک گروه مؤثر است (صمیم و فاطمی، ۱۳۸۶: ۱۲۸). جامعه‌شناسی موسیقی در طول دهه پایانی قرن بیستم و سالهای آغازین قرن بیستم از رشد خیره‌کننده‌ای برخوردار بوده است. گواه این موضوع افزایش تعداد نشریاتی است که موسیقی را در بسیاری از جنبه‌های آن از جمله در تولید، پخش و درک و مصرف ژانرهای گوناگون موسیقی مورد بررسی قرار داده‌اند. در حالی که از ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ فقط ۲۶۹ مقاله در این زمینه در ژورنالهای مختلف منتشر شد، از اواسط دهه ۱۹۸۰ این تعداد به صورت جالب توجهی افزایش یافت به طوری که از ۱۹۸۵ تا ۱۹۸۹ تعداد ۲۶۵ مقاله، از ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۴ تعداد ۳۴۰ مقاله، از ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۹ تعداد ۵۰۷ مقاله، از ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ تعداد ۶۹۵ مقاله در این زمینه در ژورنالهای معتبر منتشر شد (داود، ۲۰۰۷، ۲۴۹).

جامعه‌شناسان به موسیقی بعنوان انتزاعی‌ترین هنرها، در دوره‌های مختلفی از تحول پژوهش جامعه‌شناختی نگاه‌های متفاوتی داشته‌اند. برای جامعه‌شناسان مطالعه کارکردهای موسیقی در راستای ایجاد هویت و تلاش برای داخل شدن در زندگی فرهنگی جامعه، موسیقی و سیاست مقاومت در برابر قدرت، مصرف موسیقی و بازتولید جایگاههای طبقاتی، الگوی توزیع اجتماعی مصرف موسیقی، موسیقی و مدیریت احساسات عمومی، سازوکارهای اجتماعی تولید موسیقی و... بسیار اهمیت داشته است (فاضلی، ۱۳۸۴، ۳).

گراتزیان در پژوهشی درباره مردم‌نگاری موسیقی از چندین دوره پژوهش جامعه‌شناختی درباره موسیقی سخن می‌گوید:

^۱ . music consumption