

مرزهای تمایز در مصرف کالاهای فرهنگی: مصرف موسیقی در بستر قومی و مذهبی

عزت اله میرزایی^۱

چکیده

ترجیح موسیقی یکی از پدیده‌های مورد مطالعه در جامعه‌شناسی فرهنگی است. پژوهش حاضر با هدف بررسی مرزبندی‌های تمایز بخش در حیطه مصرف موسیقی صورت گرفت. بدین ترتیب ابتدا با مرور ادبیات نظری و تجربی پژوهشی در این حیطه به بررسی رابطه قومیت، جنسیت، درآمد و مذهب با مصرف و ترجیح موسیقایی پرداختیم. در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار تحقیق در این تحقیق، پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند. نمونه آماری در این تحقیق ۳۱۵ نفر از دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. از این تعداد ۱۷۳ نفر مرد و ۱۴۲ نفر زن می‌باشند. نتایج نشان از اثر معنادار جنسیت و قومیت و مذهب بر ترجیح موسیقایی و اثر نه چندان نظام‌مند درآمد بر این ترجیح داشت. یافته‌ها با کمک نظریات این حیطه مورد بحث قرار گرفت.

واژگان کلیدی: ترجیح موسیقی، قومیت، مذهب، درآمد، جنسیت

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی

پترسون (۲۰۰۱) و ساساتل (۲۰۰۸) مصرف موسیقی را پدیده‌ای می‌بینند که در جامعه‌شناسی فرهنگی و مطالعات فرهنگی بررسی می‌شود. مسأله مصرف در این رویکردها وجهی از معنا بخشی است. اگر فرهنگ را معانی مشترکی بدانیم که در بستر نمادین مبادله می‌شوند (چنان که استیوارت هال، می‌پندارد (۱۳۹۱)؛ آنگاه موسیقی نیز به عنوان جهانی نمادین و کالایی نمادین وجهی از معنابخشی انسان به جهان فرهنگی خود است. مرزهای تمایزبخشی گاهی از طریق مصرف موسیقی خود را نشان می‌دهند. بدین معنا که مصرف و کاربست موسیقی می‌تواند وجهی از سرمایه نمادین و فرهنگی فرد باشد. تفکیک موسیقی سطح بالا و سطح پایین (چنانکه در مکتب فرانکفورت می‌بینیم) نمودی است از اینکه مصرف موسیقی می‌تواند وجهی از تمایزبخشی در جهان اجتماعی باشد.

در این معنا می‌توان از مصرف موسیقی و هویت نیز سخن گفت. وجهی از هویت فرهنگی یک ملت هنر و آثار هنری است و موسیقی در بین هنرها سهم بزرگی از هویت فرهنگی را به خود اختصاص می‌دهد. وجود موسیقی‌های محلی و در هم تنیده شدن بسیاری از شعائر قومی و مذهبی با موسیقی همراه است. لذا نسبت مصرف موسیقی با مرزهای تمایز در بستر قوم و مذهبی شایان بررسی و پژوهش است.

موسیقی در زندگی انسان گذشته نسبت به زندگی انسان امروزی از اهمیت کمتری برخوردار بوده است و نقش آن در حیات افراد حاشیه‌ای‌تر بوده است. با توجه به این که موسیقی «در ایجاد سرمایه فرهنگی، کسب لذت و کسب هویت» نقش دارد، (شوکر، ۱۳۸۴: ۵) اهمیت آن در زندگی انسان مدرن زیاد است و ترجیحات موسیقایی فرد می‌تواند بر سه عامل ذکر شده در بالا و به خصوص در کسب سرمایه فرهنگی و کسب هویت فرد نقش عمده‌ای بر عهده گیرد. در مورد اهمیت موسیقی در زندگی نوجوانان و جوانان به طور کلی شوارتز این چنین می‌نویسد: «موسیقی در زندگی شخصی و اجتماعی نوجوانان از اهمیت زیادی برخوردار است، آنها در حالی که در وسیله نقلیه‌شان نشسته‌اند و در خیابان‌ها گشت می‌زنند صدای ساب و وفر ماشین‌شان را بلند می‌کنند، ۲۵۰۰۰۰ صدایی استادیوم کنسرت‌ها در یک دقیقه فروخته می‌شود، میلیون‌ها دلار هر ساله صرف خرید نوارهای ضبط شده و دیسک‌های فشرده می‌شود، نوجوانان در بین کلاس‌های هفتم و دوازدهم بالغ بر ۱۰۰۰۰ ساعت از وقت‌شان را صرف شنیدن موسیقی می‌کنند که برابر با وقتی است که در کلاس صرف می‌کنند تا از دبیرستان فارغ‌التحصیل بشوند. اهمیت موسیقی در زندگی جوانان به حدی شده است که آنها برای برآورده کردن نیازهای ویژه اجتماعی، عاطفی و خودشکوفایشان از آن استفاده می‌کنند، (شوارتز، ۲۰۰۴: ۴۷). در مورد اهمیت موسیقی در زندگی جوانان و نوجوانان در تحقیقی که روی شوکر بر روی جوانان نیوزلند انجام داده است به این نتیجه رسیده است که «گوش دادن موسیقی به جذاب‌ترین فعالیت تفریحی دانش‌آموزان متوسطه و بخصوص دختران ۱۶ تا ۲۴ ساله تبدیل شده است. موسیقی برای آنها چیزی بیش از صرف وقت است. موسیقی حالت روحی آنها را تشدید می‌کند، شعارهای آنها را شکل می‌دهد، بر محافظه کاری آنها غلبه می‌کند و فضای اکتسابات اجتماعی آنها را به وجود می‌آورد» (شوکر؛ ۱۳۸۴: ۱۴۷).

«حجم زیادی از موسیقی که جوانان گوش می‌گیرند توسط افرادی خلق می‌شود که از لحاظ سنی به آنها نزدیک می‌باشند و با ارزش‌های جامعه بزرگسال بیگانه‌اند یا با آن مخالفند. بنابراین قابل تصور است که این تولیدکنندگان عناصر وحدت بخش فرهنگ نوجوانان از احترام زیادی در نزد آنان برخوردار باشند. این هنرمندان در اغلب موارد ستارگان را که به وسیله استفاده از رسانه‌ها در دسترس تحسین کنندگان می‌باشند و به طور گسترده‌ای مورد تحسین آنها هستند اغلب برای آنها تبدیل به بت می‌شوند» (ولز و توکینویا، ۲۰۰۸: ۱).

سبک زندگی جوانان و عناصر و ارزش‌های فرهنگی آنان در قالب مصرف نمادین و فرهنگی کالاهای فرهنگی منجمله موسیقی معنادار است. شیوع مصرف انواع موسیقی و مجادلات پیرامون این شیوه مصرف، اهمیت موضوع را دو چندان می‌کند. مواجهه با جهانی شدن و الگوها و سبک‌های مختلف موسیقی نیز بر اهمیت موضوع می‌افزاید. رواج انواع موسیقی

داخلی و خارجی و تزئین موسیقی غربی به این فضای مصرف نیز نشان می‌دهد که موسیقی وجهی از هویت و مصرف نمادین جوانان ایرانی است.

ادبیات نظری و تجربی

فهم مصرف موسیقی در دل فهم سبک زندگی جای دارد. سبک زندگی از زمره مفاهیم جدیدی محسوب می‌شود که تغییر و تحولات پدید آمده ضرورت بکارگیری آن را ایجاد کرده است. «در ادبیات جامعه‌شناسی، از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و دو گونه مفهوم‌پردازی متفاوت به عمل آمده است، در فرمول‌بندی نخست - که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد - سبک زندگی، معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است، در فرمول‌بندی دوم سبک زندگی، نه راهی برای شناسایی طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد» (اباذری و چاوشیان: ۱۳۸۱). بیشتر متفکران کلاسیک جامعه‌شناسی اهتمام خاصی به سبک زندگی نداشته و یا اینکه آنرا به عنوان متغیری وابسته در تحلیل‌های خود بکار می‌گرفتند. اما تنها در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم با شکل‌گیری تولید انبوه و به تبع آن مصرف گسترده و گسترش وسایل و امکانات فراغت و گمنامی حاصل از زندگی در کلان‌شهرها بود که پایه هویت‌های باثبات و مبتنی بر عوامل ساختاری و منزلت‌های پایدار را با سستی مواجه ساخت و مدل‌های منعطف‌تر و سیال‌تری از الگوهای تشابه و تمایز اجتماعی مبتنی بر سبک زندگی را پدید آورد. در این الگو تأکید بر جنبه انتخاب‌های فردی به گونه‌ای خاص برجسته می‌شود اما در این تأکید مشکل خاصی دیده می‌شود و آن این مسأله است که «چنین استدلالی معمولاً این نکته و مسأله را نادیده می‌گیرد که هویت فردی مبتنی بر بنیاد اجتماعی است و اینکه مردم در دوران رهایی فرهنگی هنوز موجوداتی اجتماعی هستند.» (چانگ و گلدتروپ، ۲۰۰۷) بدین ترتیب این مسأله بایستی مورد توجه قرار گیرد که بازاندیشی که در بحث سبک‌های زندگی اهمیت فراوانی می‌یابد، در درون بافت‌های فرهنگی و اجتماعی خاصی صورت می‌گیرد.

گاهی سبک زندگی می‌تواند به عنوان الگوی نوعی هویت مقاومت مطرح باشد و با دادن معانی خاص به برخی اعمال در مقابل تلاش گفتمان هژمونیک برای یکسان‌سازی، به مقابله برخیزد. «روبرتز و فاگان شواهدی را ارائه می‌کنند مبنی بر اینکه پیش از فروپاشی کشورهای کمونیستی، جوانان اروپای شرقی از گوش دادن به موسیقی غربی برای مقاومت و حفظ هویت خود در برابر دولت استفاده می‌کردند» (روبرتز و فاگان به نقل از فاضلی: ۱۳۸۲)

از سوی دیگر در زمانه‌ای که پایگاه‌های منزلتی که اکثراً بر اساس جایگاه شغلی تعریف می‌شود دچار سستی گشته است، سبک‌های زندگی می‌توانند با ارائه نمادهایی، زمینه ظهور عوامل متمایزکننده و مرز میان "ما و آنها" را به کنشگران عطا کنند، نمادهایی که بخاطر ویژگی بیانگرانه‌شان خصلتی سطحی دارند و برای فهم آنها نیاز به تأمل زیادی نیست. بدین ترتیب علاوه بر ایجاد امکان ارتباط اجتماعی زمینه را برای استقلال فرد مهیا می‌کند. در فرهنگ عمیقاً دنیوی جهان مدرن که در آن دین به عنوان یکی از منابع نیرومند معنابخش، بخش قابل توجهی از توان خود در معنادهی به زندگی فرد را از دست داده است، سبک‌های زندگی به عنوان بدیل‌هایی می‌توانند ارائه‌دهنده معنا و تسهیل‌کننده زندگی فرد در زمانه مدرن باشند. «در واقع سوئل بروز سبک‌های زندگی را پاسخی به بی‌هنجاری و عرفی‌شدن فزاینده جهان می‌داند.» (سوئل به نقل از چاوشیان و اباذری: ۱۳۸۱).

با این وصف موسیقی و مصرف آن به عنوان پدیده‌ای که در جامعه‌شناسی فرهنگی مورد بحث قرار می‌گیرد در دل سبک زندگی قرار می‌گیرد. مفهومی که با آرای بوردیو و وبلن پیوند دارد.

پل دی مگیو^۲ معتقد است که آثار بورديو و وبلن را باید نقطه آغاز هر گونه بحثی درباره مصرف و سبک زندگی و الگوهای مصرف دانست. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۰، به نقل از دی مگیو). لويس کوزر هم بر این باور است که نظر وبلن درباره انگیزش‌های اجتماعی رفتار رقابت آمیز است که بنیاد نظریه وی در مورد مصرف را شکل می‌دهد که کماکان در جامعه شناسی ماندگار خواهد بود. در کتاب نظریه طبقه مرفه انگیزش‌های اجتماعی برای انجام رفتار رقابت آمیز، بنیان پدیده مصرف مدرن تبیین می‌شود. وبلن در جواب این سؤال که مبنای افتخار منزلت و جایگاه اجتماعی یک فرد چیست؟ ثروت را مبنای افتخار، منزلت و جایگاه اجتماعی می‌داند. به نظر وبلن قدرت پولی و مالی مبنایی برای شهرت آدمی در جامعه است، لیکن برای آن که پول و ثروت به افتخار تبدیل شود شرط قایل است. به نظر وبلن، زمانی ثروت بیشترین تأثیر را برای کسب افتخار دارد که حاصل کار مستقیم فرد نباشد. برای مثال ثروتی که به فرد به ارث رسیده است دارای این ویژگی است. به نظر وبلن طبقه مرفه یا تن آسای، ابتدا از طریق کسب مال و ثروت تشکیل شد. ثروت بیشتر قدرت بیشتر را برای این طبقه به همراه آورده است. داشتن ثروت اگرچه منبع منزلت بوده است لیکن نشان دادن این ثروت افتخار آمیز است. به نظر وی در ابتدا «فراغت خودنمایانه» که از طریق انتقال فرد به کارهای غیر تولیدی نمایش داده می‌شد، نشان دهنده ثروت فرد بوده است که کار غیر تولیدی را نشان می‌داد که فرد برای فراغت و تفریح کار می‌کند و اشتغال به کار مولد به طبقات پایین‌تر اختصاص دارد (وبلن، ۱۳۸۶).

در بین جامعه‌شناسان کلاسیک زیمل از اهمیت بالایی برای تبیین این مسأله برخوردار است. نظریه مصرف زیمل بر حول مفهوم «شهر» و پی آمدهای مترتب بر شهرنشینی سامان یافته است. وی در اهمیت دادن به مفهوم شهر تا آنجا پیش می‌رود که می‌نویسد «شهر مدرن یک هویت فضایی با نتایج جامعه‌شناختی نیست، بلکه هویت جامعه‌شناختی است که به نحو فضایی شکل گرفته است». و سبک زندگی در حیات شهری راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت حاضر در کلان شهر است (فاضلی، ۱۳۸۲، ص: ۲۴، به نقل از کاکرهام^۳، روتن^۴ و آبل^۵). زیمل دریافته بود که بورژوازی برلین در مواجهه با گمنامی حاصل از زندگی در شهر برای حفظ هویت خویش از مصرف بهره می‌گیرد. به اعتقاد زیمل فرد تنها از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای منزلت و مد است، می‌تواند فشارهای زندگی را تحمل کند. این گونه مصرف کردن راهی برای اثبات خود و حفظ اقتدار فردی است البته در نظر زیمل مد علاوه بر آن که منبعث از فشارهای ساختاری کلان شهر است، نماد تمایز طبقاتی نیز می‌باشد، در همین جاست که توجه دو گانه زیمل به مد آشکار می‌شود. مد در یک وجه خود اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است (بنگرید به فریزی^۶، ۱۳۸۶؛ زیمل، ۱۳۸۰؛ زیمل، ۱۳۷۲).

بورديو (۱۳۹۱) و نظرات او نیز در این زمینه از اهمیت بالایی برخوردارند. نظر بورديو در مورد ذائقه و سبک زندگی را باید در نظریه عمومی او در مورد امر اجتماعی بررسی کرد. بورديو جهان اجتماعی را به صورت فضای اجتماعی می‌بیند و توصیف می‌کند. به نظر بورديو «تجسم فضایی جامعه امکان می‌دهد که جامعه را نه به عنوان سازوکاری طبیعی بلکه به عنوان عالم تمایلات و یا به قول پوپر، گرایشات ببینیم. فضای اجتماعی به خودی خود واقعیت ندارد، فضای توزیع است، یعنی مجموعه وسیعی از مواضع سلسله مراتبی شده با توجه به چندین بعد (میدان‌ها و انواع سرمایه‌ای که در این میدان‌ها ارزش، محسوب می‌شوند)» (شوپر، ۱۳۸۵: ۱۱۳). در تعریف میدان و سرمایه از دیدگاه بورديو می‌توان گفت که به نظر بورديو فضای اجتماعی موجودیتی یکپارچه ندارد و در آن مدل‌های کوچک متمایزی از قاعده‌ها، مقررات و اشکال قدرت وجود دارند که میدان اجتماعی خوانده می‌شوند. میدان گستره‌ای از نوع خاصی از

^۲- P, Pimayyio

^۳- Cockerham

^۴- Rutten

^۵- Albel

اعمال است. نظیر میدان سیاسی یا میدان علمی میدان فضای روابط میان کنشگران است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۷). هر میدان شرایط بازی، موضوعات و منافع خاص خود را دارد (شویره، ۱۳۸۵: ۱۳۸). میدان‌ها به وسیله رابطه سلطه و منازعه ساختار می‌یابند.

پترسون (۱۹۹۲) نیز از مهمترین نظریه پردازان در این حیطه است. او از همه چیزخواری طبقه متوسط در مصرف کالای فرهنگی یاد می‌کند. موسیقی نیز جزو کالاهایی است که از نظر پترسون لزوماً از الگویی بوردیویی در مصرف پیروی نمی‌کند. او معتقد است که در دوران جدید الگوی مصرفی بروز کرده است که دیگر اعضای طبقات بالا را به داشتن یک الگوی مصرف مشخص محدود نمی‌کنند. وی این الگوی مصرف را «همه کاره بودن» می‌خواند. در چنین الگوی مصرف جدیدی طبقات بالا از همه انواع فرهنگ‌ها و هنرها استفاده کرده و به سلسله مراتب ژانرهای فرهنگی بی‌اعتنا هستند، ملاحظات زیبایی شناختی که بر مبنای معیارهای فردی تعریف می‌شوند، هدایت کردن زندگی و داوری سلیقه‌ها را بر عهده می‌گیرند، فدرستون چنین تحولی را زیبا شناختی شدن زندگی روزمره می‌خواند و به معنای نفی تفکیک‌های ارزشی میان انواع فرهنگی است (فدرستون، ۱۳۸۰). بدین ترتیب راه و روشی که فرد در یک عرصه از مصرف در پیش می‌گیرد ممکن است به راه و روش وی در عرصه دیگر هیچ ربطی نداشته باشد.

پیشینه تجربی

مرتضی منطقی (۱۳۷۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «گروه‌های ضد فرهنگ در نگاهی دوباره» به بررسی آثار گروه‌های ضد فرهنگ بر جوانان و نوجوانانی که به این گروه‌ها گرایش یافته‌اند می‌پردازد. او ترویج موسیقی‌هایی از قبیل رپ، هوی متال در جامعه را قسمتی از فرآیندی می‌داند که کشورهای غربی برای نفوذ در ایران و بخصوص در نوجوانان و جوانان که در سنین هستند که در جستجوی هویت می‌باشند به وجود آورده‌اند. منطقی پس از بررسی مطالعات خارجی که بر روی تأثیر موسیقی‌های جدید مانند رپ و هوی متال بر جوانان می‌گذارد پرداخته‌اند به این نتیجه رسیده است که این موسیقی‌ها باعث ترویج رفتارها و نگرش‌هایی مانند مصرف مواد مخدر، خشونت، خودکشی و شرارت، جرم و بزه، دید منفی نسبت به زن‌ها، افسردگی، تمایل به سحر و افسون و بت پرستی می‌شود و به نظر او این موارد ذکر شده نشان از نظام ارزشی خاصی می‌باشد که گروه‌های رپ و هوی متال مرجع ارزشی آنها هستند.

علی شکوری (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان «تمایز پذیری و هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف: مطالعه موردی جوانان شهر تهران» به بررسی ترجیحات فراغتی، ترجیحات موسیقایی و ترجیحات ماهواره‌ای ۵۰۰ نفر از جوانان ۳۰ - ۱۵ ساله ساکن شهر تهران پرداخته است. نتایج حاصل از تحقیق او در مورد ترجیحات موسیقایی این جوانان در زیر آمده است:

از بین ۱۶ نوع موسیقی ارائه شده در پرسشنامه به این جوانان موسیقی پاپ ایرانی که توسط خوانندگان خارج از کشور (به ویژه لوس آنجلس) ساخته می‌شود از بیشترین میزان محبوبیت و موسیقی سلسا از پایین‌ترین رتبه در میان پاسخگویان برخوردار می‌باشد. سه سبک یا الگوی موسیقی در بین این جوانان قابل مشاهده است، موسیقی پاپ، موسیقی سنتی اصیل ایرانی و موسیقی رقص جدید که در مجموع ۵۲/۳۶ واریانس را توضیح می‌دهند. در این میان موسیقی پاپ عامترین و پراهمیت‌ترین و موسیقی رقص جدید کم اهمیت‌ترین سبک را در میان جوانان تشکیل می‌دهند. سبک موسیقی اصیل ایرانی بین این دو قرار دارد.

بومن^۶ (۱۹۶۰) ترجیحات موسیقایی ۱۶۰۰ نوجوان را در ارتباط با متغیرهای سن، موقعیت اقتصادی و اجتماعی مورد سنجش قرار داد. برای تعیین موقعیت اقتصادی اجتماعی پاسخگویان، از آنها خواسته شد تا مقیاسی ۲۵ گزاره‌ای

^۶- H. V, Baumann

که شامل جواب‌های درست و نادرست در مورد موقعیت اقتصادی اجتماعی‌شان شامل دارایی خانوادگی، تحصیلات والدین و شرکت در امور مربوط به جامعه بود را کامل کنند. پاسخگویان به ۵۰ قطعه موسیقی گلچین شده پاپ، کلاسیک، و موسیقی سنتی گوش دادند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که پاسخگویان دارای موقعیت اقتصادی اجتماعی پایین، قطعات مربوط به موقعیت موسیقی سنتی را بیشتر از افرادی که متعلق به موقعیت اقتصادی-اجتماعی بالا بودند ترجیح می‌دهند. به گونه‌ای بحث برانگیز پاسخگویان با موقعیت اقتصادی اجتماعی بالا نسبت به افرادی که موقعیت اقتصادی اجتماعی پایینی داشتند موسیقی کلاسیک را بیشتر ترجیح می‌دادند. ترجیح موسیقی پاپ نمایانگر شکافی بود که دو گروه اجتماعی را از یکدیگر جدا می‌کرد. (پرسینگر، ۲۰۰۱: ۴۱-۴۲).

هورنیاک^۷ (۱۹۹۶) در مطالعه‌ای که بر روی ترجیحات موسیقایی بزرگسالان و نوجوانان انجام داد به نتایج متضادی رسید. آموزش موسیقایی، سن، مدارج تحصیلی، پیش زمینه اجتماعی، اقتصادی، آشنایی با سبک‌های موسیقی متغیرهایی بودند که هورنیاک می‌خواست تأثیرشان را بر ترجیح موسیقایی بزرگسالان در مورد شش قطعه موسیقی اجرا شده در کنسرت بررسی کند. نتایج تحقیق نشان دادند که ارتباط میان سن و نگرش‌های ترجیحی بزرگسالان در مورد قطعات موسیقی معاصر آمریکایی اجرا شده در کنسرت‌ها وجود ندارد. آموزش موسیقایی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی آنها رابطه معناداری با ترجیحات موسیقایی‌شان داشت (همان، ۵۷).

در مطالعه‌ای که توسط میدوس^۸ در سال ۱۹۷۰ انجام شد رابطه بین ترجیحات موسیقایی، نژاد، موقعیت اجتماعی-اقتصادی، تجربه موسیقایی، سطح مدرسه و موقعیت جغرافیایی بررسی شد. متغیرهای موقعیت اجتماعی-اقتصادی، تجربه موسیقایی و سطح کلاس در مدرسه نیز رابطه معناداری با ترجیحات موسیقایی افراد داشتند. ضمن این که ترجیح موسیقایی بر اساس موقعیت جغرافیایی متفاوت بود. (همان، ۵۹).

اینگلفیلد^۹ در مطالعه‌ای که در سال ۱۹۷۲ بر روی دانش‌آموزان کلاس نهم انجام داد مشخص کرد که رفتار هم‌نواگرایانه افراد در رابطه با گروه همسالان به سه متغیر شخصیت افراد، شخصیت گروه همسالان، سبک موسیقی مورد نظر بستگی دارد (گیناچیو، ۲۰۰۶: ۵۵).

در تحقیقی که به وسیله ویلیامز^{۱۰} در سال ۱۹۷۲ انجام شد تأثیر موقعیت اجتماعی-اقتصادی، استعداد موسیقایی و آموزش موسیقایی بر روی ترجیحات موسیقایی ۲۹۹ دانشجوی سال آخر دانشگاه در رشته‌های غیر موسیقایی بررسی شد. تحلیل (T-test) داده‌های تحقیق نشان داد که آموزش موسیقی تأثیر معناداری بر روی ترجیح موسیقی مردم پسند رایج و موسیقی مجلس کلامی داشته است (همان، ۵۵).

شسلر^{۱۱} در مطالعه‌ای که در سال ۱۹۸۰ انجام داد تأثیر دو عامل سن و موقعیت اقتصادی-اجتماعی بر ترجیحات موسیقایی افراد را مورد بررسی قرار داد. در قسمت اول مطالعه ترجیح موسیقایی افراد، اطلاعاتی از پیش زمینه‌های افراد مورد مطالعه مانند سن، جنس، نژاد، مذهب، ملیت، تحصیلات، آموزش موسیقایی، شغل و درآمد توسط فرم تهیه شده توسط محقق دریافت شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان دادند که سن عامل مؤثری در ترجیح شش سبک موسیقی از هشت سبک موسیقی ارائه شده به افراد مورد مطالعه می‌باشد. پاسخگویان ۵ ساله و بالاتر بیشترین ترجیح موسیقایی را نسبت به شوهای تلویزیونی از خود نشان دادند. علاوه بر سن ارتباط معنادار بالایی میان متغیرهای موقعیت اقتصادی-اجتماعی، جنسیت، وضعیت تحصیلات و آموزش موسیقایی افراد با ترجیحات موسیقایی آنها

^۷- Hornyak

^۸- Meadows

^۹- Inglefield

^{۱۰}- Willams

^{۱۱}- Schuessler

مشاهده شد. پیش‌زمینه مذهبی، پیش‌زمینه ملیتی و آشنایی با سبک‌های موسیقی ارتباط معناداری با ترجیحات موسیقایی افراد نداشتند یا ارتباط آنها ضعیف بود. نتایج برای متغیر نژاد نا معتبر بود. (پرسینگر، ۲۰۰۱: ۴۶-۴۷).

مرور ادبیات تجربی چند نکته را نشان می‌دهد:

بررسی و مرور تحقیقات پیشین خارجی ذکر شده در این قسمت در مورد عوامل مؤثر بر ترجیحات موسیقایی افراد نشان دهنده این است که:

در اغلب مطالعات انجام شده بین سن افراد و ترجیحات موسیقایی آنها رابطه معناداری وجود دارد (بومن؛ ۱۹۶۰، میدوس؛ ۱۹۷۰، شسلر ۱۹۸۰، لاتوم پترسون و هاولیک؛ ۱۹۸۲، می؛ ۱۹۸۵، لبلانش و دیگران؛ ۱۹۸۸، مک کرای؛ ۱۹۹۳، هارگریوز، کومبرو کولی؛ ۱۹۹۵، هارگریوز و نورث؛ ۱۹۹۷، شاه؛ ۲۰۰۰، پرسینگر؛ ۲۰۰۱، جینوک چینو؛ ۲۰۰۶) با این که رابطه سن و ترجیحات موسیقایی در بسیاری از تحقیقات انجام شده معنادار است و سن یکی از عوامل عمده تعیین ترجیحات موسیقایی افراد است اما در بعضی از تحقیقات انجام شده رابطه سن و ترجیحات موسیقایی معنادار نیست (هورنیاک؛ ۱۹۹۶)

در اغلب مطالعات انجام شده بین جنسیت یک فرد و ترجیحات موسیقایی او ارتباط معناداری مشاهده شده است و جنسیت یک فرد، یکی از عوامل عمده تعیین کننده ترجیحات موسیقایی یک فرد است (شسلر؛ ۱۹۸۰، می؛ ۱۹۸۵، کیلیان؛ ۱۹۹۰، مک کرای؛ ۱۹۹۳، هارگریوز، کومبرو کولی؛ ۱۹۹۵، ولزوتوکی نويا؛ شاه؛ ۲۰۰۰، پرسینگر؛ ۲۰۰۱، برگ، گلدبلات و لستر؛ ۲۰۰۲، آدام شیک؛ جینوک چيو؛ ۲۰۰۶) البته در برخی از مطالعات انجام شده بین جنسیت و ترجیحات موسیقایی رابطه معناداری مشاهده نشده است یا رابطه ضعیفی مشاهده شده است (لاتوم، پترسون و هاولیک؛ ۱۹۸۷)

در اغلب مطالعات انجام شده در مورد عوامل مؤثر بر ترجیحات موسیقایی افراد ثابت شده است که بین گروه قومی، نژاد، ملیت و کشور یک فرد و ترجیحات موسیقایی او رابطه معناداری وجود دارد (میدوس؛ ۱۹۷۰، می؛ ۱۹۸۵، کیلیان؛ ۱۹۹۰، مک کرای؛ ۱۹۹۳، پمبروک؛ ۱۹۹۷، موريسون ویه؛ ۱۹۹۹، لبلانس و دیگران؛ ۱۹۹۹، مک کرای؛ ۲۰۰۰، شاه؛ ۲۰۰۰) در بعضی از مطالعات انجام شده رابطه معناداری میان عوامل ذکر شده و ترجیحات موسیقایی افراد مشاهده نشده است (شسلر؛ ۱۹۸۰) یا این که رابطه ضعیف این عوامل با ترجیحات موسیقایی ثابت شده است (لاتوم، پترسون و هاولیک؛ ۱۹۸۲)

در مورد تأثیر موقعیت اقتصادی-اجتماعی افراد بر ترجیحات موسیقایی آنها نتایج تحقیقات دوگانه است بدین معنی که در بعضی از تحقیقات ثابت شده است که میان موقعیت اقتصادی-اجتماعی فرد و ترجیحات موسیقایی او رابطه معناداری وجود دارد (بومن؛ ۱۹۶۰، میدوس؛ ۱۹۷۰، شسلر؛ ۱۹۸۰، ولس و توکی نويا؛ ۲۰۰۸) اما در بعضی از تحقیقات رابطه معناداری میان این دو مشاهده نشده است (ویلیامز؛ ۱۹۷۲، پرسینگر؛ ۲۰۰۱) در بعضی از مطالعات انجام شده بین گروه همسالان فرد و ترجیحات موسیقایی او رابطه معناداری یافت شده است (اینگلفیلد؛ آلبرت؛ ۱۹۸۲)

در مطالعات انجام شده در مورد عوامل مؤثر بر ترجیحات موسیقایی افراد آموزش موسیقایی و تجربه موسیقایی افراد رابطه معنادار قوی با ترجیحات موسیقایی آنها داشته است (موریناک؛ ۱۹۶۶، پمبروک؛ ۱۹۹۷، شاه؛ ۲۰۰۰، جینوک چيو؛ ۲۰۰۶) با این وجود در برخی از مطالعات انجام شده رابطه معناداری میان آموزش موسیقایی افراد و ترجیحات موسیقایی آنها مشاهده نشده است (شسلر؛ ۱۹۸۰)

در انتقاد از مطالعات انجام شده می‌توان به مواردی چند اشاره کرد که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

در مطالعات انجام شده خارجی به نظر می‌رسد که در اغلب بررسی‌های انجام شده یک عامل را مورد بررسی قرار داده‌اند.

در این بررسی‌ها به بعضی از عوامل مانند سن، جنسیت، گروه قومی، نژاد، آموزش موسیقایی زیاد توجه شده است و به عوامل دیگری از قبیل نگرش‌های مذهبی افراد، محل تولد افراد محیط فیزیکی و طبیعی محل زندگی افراد به اندازه کافی پرداخته نشده است.

اغلب این مطالعات در نهایت توصیف هستند و نه تبیین و چرایی ترجیح داده شدن سبک‌های موسیقی در اثر مداخله یک عامل پرداخته نمی‌شود.

این مطالعات که اغلب توسط موسیقیدان‌ها یا دانشجویان رشته موسیقی انجام شده است با دید جامعه‌شناختی کمتر به این قضیه پرداخته شده است. گرچه به عوامل اجتماعی مؤثر بر ترجیحات موسیقایی افراد اغلب پرداخته شده است.

اغلب این تحقیقات بر روی جوانان و نوجوانان انجام شده است و سایر گروه‌های سنی مانند بزرگسالان در این تحقیق‌ها کمتر مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

فرضیات پژوهش

با شرحی که گذشت در پژوهش حاضر تلاش داریم مرزهای طبقاتی و سرمایه‌های نمادین در قالب تحصیلات و همچنین مرزبندی‌های جنسیتی و قومیتی را در مصرف موسیقی بررسی نماییم. لذا این فرضیات مورد بررسی قرار می‌گیرند.

فرضیه اول: به نظر می‌رسد که بین جنس یک فرد و ترجیحات موسیقایی او ارتباط معناداری وجود دارد.
فرضیه دوم: به نظر می‌رسد که بین گروه قومی یک فرد و ترجیحات موسیقایی او ارتباط معناداری وجود دارد.
فرضیه سوم: به نظر می‌رسد که بین درآمد خانواده یک فرد و ترجیحات موسیقایی او رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد که بین میزان مذهبی بودن یک فرد و ترجیحات موسیقایی او ارتباط معناداری وجود دارد

روش پژوهش

در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار تحقیق در این تحقیق پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند. نمونه آماری در این تحقیق ۳۱۵ نفر از دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. از این تعداد ۱۷۳ نفر مرد و ۱۴۲ نفر زن می‌باشند. برای هر یک از متغیرهای تحقیق، پرسشنامه‌ای در نظر گرفته شد و به صورت خودسنجی در بین نمونه توزیع شد. ضرایب آلفا برای کلیه متغیرها بالای ۷۰ بود و برای اعتبار از روش اعتبار صوری بهره گرفتیم. شیوه عملیاتی کردن متغیر وابسته به شرح زیر است.

ترجیحات موسیقایی عمل انتخاب، ارزیابی با برتری قابل شدن برای یک چیز نسبت به چیزهای دیگر از طریق بیان شفاهی، پاسخ رتبه‌بندی شده با انتخاب از میان چند گزینه است. ترجیح شامل ارزیابی‌های صورت گرفته شده در واکنش افراد نسبت به یک محرک در زمینه‌ای معین است (پرسینگر، ۲۰۰۶: ۱۷). برای بررسی ترجیحات موسیقایی و عملیاتی کردن آن در این تحقیق از سبک‌های زیر استفاده شده است: ۱- موسیقی کلاسیک ۲- موسیقی راک آن رول ۳- ریتم و بلوز ۴- موسیقی هوی متال ۵- موسیقی سافت راک ۶- موسیقی رپ غربی ۷- موسیقی تکنو ۸- موسیقی ایزی لیسینینگ ۹- موسیقی پاپ غربی ۱۰- موسیقی تکنو ۱۱- موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور ۱۲- موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور ۱۳- موسیقی ردیف دستگاهی (سنتی ایرانی) همراه با آواز

۱۴- موسیقی ردیف دستگاهی سنتی بدون آواز ۱۵- موسیقی مذهبی ۱۶- موسیقی اقوام ایرانی ۱۷- موسیقی ارکسترال ایرانی ۱۸- موسیقی کلاسیک غربی ۱۹- موسیقی رپ ایرانی: به علت عدم آشنایی احتمالی افراد پاسخگو با این سبک‌ها و در نتیجه ارزیابی شدن درست این جواب‌های پاسخگو در زیر هر سبک نام مشهورترین هنرمندان آن سبک نوشته شده است. برای تحلیل مناسب تر ترجیحات موسیقایی افراد در این تحقیق سبک‌های موسیقی ذکر شده در قالب هشت مقوله موسیقایی زیر بررسی شده است: ۱- موسیقی پاپ غربی که شامل سبک‌های راک ان رول، ریتم و بلوز، هوی متال، پاپ غربی، سافت راک، تکنو و رقص و رپ غربی می‌باشد ۲- موسیقی غربی غیر پاپ که شامل سبک‌های موسیقی کلاسیک غربی و ایزی لیسینینگ می‌باشد ۳- موسیقی خارجی غیر غربی که در این تحقیق شامل موسیقی‌های ترکی و عربی می‌باشد ۴- موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور (پاپ لوس آنجلسی) که در این تحقیق شامل پنج زیر سبک می‌باشد ۵- موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور که در این تحقیق شامل موسیقی پاپ داخلی و موسیقی رپ داخلی می‌باشد موسیقی پاپ ایرانی داخلی در این تحقیق شامل سه مقوله و موسیقی رپ ایرانی شامل دو مقوله می‌باشد ۶- موسیقی سنتی ایرانی که در این تحقیق خود شامل موسیقی سنتی ایرانی همراه آواز، موسیقی سنتی ایرانی بدون آواز و موسیقی ارکسترال ایرانی می‌باشد. ۷- موسیقی مذهبی که در این تحقیق شامل چهار زیر سبک موسیقی‌های مذهبی می‌باشد ۸- موسیقی محلی اقوام ایرانی که خود شامل موسیقی محلی ترکی، کردی، لری، گیلکی و بندری می‌باشد.

نتایج

توزیع قومیتی نمونه بدین شرح بود که افراد متعلق به گروه قومی لر با فراوانی ۴۸ نفر، ترک ۳۲ نفر، کرد ۲۲ نفر، عرب ۹ نفر و فارس ۱۹۰ نفر. همچنین توزیع فراوانی و درصد شرکت کنندگان دانشکده‌های مختلف به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد شرکت کنندگان دانشکده‌های مختلف به تفکیک جنسیت

رشته تحصیلی	جنس		کل
	زن	مرد	
مهندسی و هنر معماری	۲۷ ٪۱۹	۵۷ ۳۳/۲٪	۸۴ ۲۶/۸٪
علوم پایه	۳۹ ۲۷/۵٪	۱۷ ۹/۹٪	۵۶ ۱۷/۸٪
علوم اجتماعی	۲۹ ۲۰/٪۴	۳۱ ٪۱۸	۶۰ ۱۹/٪۱
ادبیات و علوم انسانی	۲۴ ۱۶/۹٪	۲۷ ۱۵/۷٪	۵۱ ۱۶/٪۲
حقوق و علوم سیاسی	۲ ۱/۴٪	۲۳ ۱۳/۴٪	۲۵ ۷/۹٪
مهندسی کشاورزی و دامپزشکی	۱۱ ۷/۷٪	۸ ۴/۷٪	۱۹ ۶/٪۱
علوم تربیتی	۱۰ ۷٪	۹ ۵/٪۲	۱۹ ۶/٪۱
کل	۱۴۲ ٪۱۰۰	۱۷۲ ٪۱۰۰	۳۱۴ ٪۱۰۰

فرضیه اول: به نظر می‌رسد که بین جنسیت افراد و ترجیحات موسیقایی آنها رابطه معناداری وجود دارد

برای آزمون این فرضیه از آزمون T مستقل استفاده شده است. که بر اساس نتایج بدست آمده از این آزمون به بررسی رابطه بین جنسیت و ترجیح هر کدام از ۹ سبک موسیقی مشخص شده پرداخته می‌شود، جدول شماره ۲ نشان دهنده رابطه میان جنسیت و ترجیح موسیقی‌های پاپ غربی می‌باشد. همان‌گونه که از این جدول استنباط می‌شود زنان میانگین ترجیحی بیشتری نسبت به موسیقی باب غربی در مقایسه با مردان از خود نشان می‌دهند اما این تفاوت در میانگین معنادار نمی‌باشد چرا که سطح معنی‌داری T این جدول ۰/۴۲ می‌باشد که بیشتر از ۰/۰۵ درصد می‌باشد. این نکته بیانگر این است که فرض H_1 یعنی نبودن رابطه میان جنسیت و ترجیح موسیقی باب غربی تأثیر می‌شود پس می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که بین جنسیت و ترجیح موسیقی باب غربی رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول شماره ۲: نتایج آزمون T گروه‌های مستقل ترجیح موسیقی پاپ غربی در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی موسیقی پاپ غربی	انحراف معیار	T	سطح معناداری
زن	۱۳۶	۱۵/۵۴	۷/۹	-۰/۸۱	۰/۴۲
مرد	۱۶۶	۱۵/۱۸	۷/۴		

Missing = 13

جدول شماره ۳ نشان دهنده رابطه میان جنسیت افراد و ترجیح موسیقی‌های غربی غیر پاپ می‌باشد. همان‌گونه که از این جدول بر می‌آید میانگین ترجیح موسیقی‌های غربی غیر پاپ برای زنان ۵/۴۴ و برای مردان ۵/۴۵ می‌باشد

که تقریباً با هم برابرند و اختلاف خیلی کمی با هم دارند. با توجه به اینکه سطح معناداری برای $T = -0/81$ این جدول $P = 0/42$ می باشد چون سطح معناداری این آزمون بیشتر از سطح معناداری $p = 0/05$ می باشد می توان گفت اختلاف بین این دو میانگین معنادار نمی باشد که این بدین معنی می باشد که با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت بین زنان و مردان در ترجیح موسیقی های غربی غیر پاپ تفاوتی وجود ندارد.

جدول شماره ۳: نتایج آزمون T گروه های مستقل ترجیح موسیقی های غربی غیر پاپ در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی موسیقی غربی غیر پاپ	انحراف معیار	T	سطح معناداری
زن	۱۴۰	۵/۴۴	۳/۲	۰/۰۱۳	۰/۹۸
مرد	۱۷۲	۵/۴۵	۲/۱۴		

Missing=3

جدول شماره ۴ نشان دهنده رابطه میان جنسیت و ترجیح موسیقی های پاپ خارجی غیر غربی می باشد. همان گونه که این جدول نشان می دهد مردان با میانگین ۶/۱۶ نسبت به زنان که دارای میانگین ۵/۴۵ می باشند موسیقی های پاپ خارجی غیر غربی را بیشتر ترجیح می دهند. مقدار T این آزمون برابر ۱/۸۶- می باشد که سطح معناداری آن برابر با $p = 0/06$ می باشد. با توجه به این که سطح معناداری این آزمون بیشتر از سطح معناداری $p = 0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض نبودن تفاوت میان دو میانگین تأیید می شود و می توانیم با اطمینان ۹۵ درصد بگوئیم که جنسیت تأثیر معناداری بر ترجیح موسیقی های پاپ غیر غربی ندارد.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون T گروه های مستقل ترجیح موسیقی های پاپ خارجی غیر غربی در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی موسیقی پاپ خارجی غیر غربی	انحراف معیار	T	سطح معناداری
زن	۱۴۱	۵/۴۵	۳/۳۶	-۱/۸۶	۰/۰۶
مرد	۱۷۱	۶/۱۶	۳/۳۴		

Missing=3

جدول شماره ۵ نشان دهنده رابطه میان جنسیت و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور (پاپ لوس آنجلسی) می باشد. همان گونه که این جدول نشان می دهد مردان با میانگین ترجیحی ۲۱/۲۴ در مقایسه با زنان که میانگین ترجیحی ۲۰/۵۹ دارند موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور را بیشتر ترجیح می دهند. مقدار T این جدول برابر با ۲/۲۷ و سطح معناداری آن برابر با $p = 0/02$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معناداری $p = 0/02$ کمتر از سطح معناداری $p = 0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنادار بودن تفاوت میانگین مشاهده شده تأیید می شود و با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که سجنسیت افراد بر ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران توسط آنها دخالت دارد.

جدول شماره ۵: نتایج آزمون T گروه‌های مستقل ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران	انحراف معیار	T	سطح معناداری
زن	۱۳۹	۲۰/۵۹	۷/۳۰	-۰/۸۱	۰/۴۲
مرد	۱۷۱	۲۱/۲۴	۶/۸۳		

Missing=5

جدول شماره ۶ نشان دهنده تفاوت میانگین ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور براساس جنسیت افراد می‌باشد همان‌گونه که این جدول نشان می‌دهد مردان با میانگین ترجیحی ۲۱/۲۴ در مقایسه با زنان که میانگین ترجیحی آنها ۲۰/۵۹ می‌باشد، وسعتی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور را بیشتر ترجیح می‌دهند. مقدار T این جدول برابر با ۲/۲۷ و سطح معناداری آن برابر با ۰/۰۲ می‌باشد. با توجه به اینکه $P=۰/۰۲$ کمتر از $P=۰/۰۵$ می‌باشد می‌توان گفت که این تفاوت در میانگین در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد یعنی فرض H_1 تأیید می‌شود سپس می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که جنسیت بر ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور مؤثر می‌باشد و مردان این موسیقی را بیشتر از زنان ترجیح می‌دهند.

جدول شماره ۶: نتایج آزمون T گروه‌های مستقل ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران	انحراف معیار	T	سطح معناداری (P)
زن	۱۳۹	۱۶/۲	۱۶/۱۹	۲/۲۷	۰/۰۲
مرد	۱۷۱	۱۴/۷۷	۴/۹۶		

Missing=5

جدول شماره ۷ نشان دهنده تفاوت میانگین ترجیح موسیقی سنتی ایرانی براساس جنسیت افراد می‌باشد. همان‌گونه که این جدول نشان می‌دهد مردان یا میانگین ترجیحی ۱۰/۸۸ در مقایسه با زنان که میانگین ترجیحی آنها ۱۰/۱۱ می‌باشد موسیقی سنتی ایرانی را بیشتر ترجیح می‌دهند. مقدار T این جدول برابر با ۱/۵۷- می‌باشد سطح معناداری آن ۰/۱۲ می‌باشد با توجه به اینکه $P=۰/۱۲$ بیشتر از سطح معناداری $P=۰/۰۵$ می‌باشد می‌توان گفت که اختلاف بین این دو معنی‌دار نیست و فرض H_0 یعنی فرض نبودن تفاوت میان میانگین‌ها تأیید می‌شود. پس می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که جنسیت افراد بر ترجیح موسیقی سنتی ایرانی تأثیر ندارد.

جدول شماره ۷: نتایج آزمون T گروه‌های مستقل ترجیح موسیقی سنتی ایرانی در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی سنتی ایرانی	انحراف معیار	T	سطح معناداری (P)
زن	۱۴۱	۱۰/۱۱	۴/۲۷	-۱/۵۷	۰/۱۲
مرد	۱۷۲	۱۰/۸۸	۴/۳۶		

Missing=2

جدول شماره ۸ نشان دهنده آزمون تفاوت میانگین ترجیح موسیقی مذهبی بر اساس جنسیت افراد می‌باشد. همان‌گونه اعداد این جدول نشان می‌دهند زنان با میانگین ۱۰/۸ نسبت به مردان که دارای میانگین ۱۰/۲۸ می‌باشند

موسیقی مذهبی را ترجیح می دهند که با توجه به بالا بودن گرایش های مذهبی در زنان قابل پیش بینی می باشد. مقدار T این جدول برابر با $0/31$ و سطح معناداری آن $0/76$ می باشد. با توجه به اینکه مقدار P این جدول که $0/76$ می باشد بیشتر از $P=0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنادار نبودن تفاوت میان میانگین ترجیحی زنان و مردان تأیید می شود. پس می توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که جنبش تأثیر معناداری بر ترجیح موسیقی مذهبی ندارد.

جدول شماره ۸: نتایج آزمون T گروه های مستقل ترجیح موسیقی مذهبی در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی مذهبی	انحراف معیار	T	سطح معناداری (P)
زن	۱۴۱	۱۰/۸	۵/۴۲	-۰/۳۱	۰/۷۶
مرد	۱۷۰	۱۰/۲۸	۵/۹۰		

Missing=4

جدول ۹ نشان دهنده آزمون تفاوت میانگین ترجیح موسیقی های محلی ایرانی براساس جنسیت افراد می باشد همان گونه که اعداد این جدول نشان می دهد مردان با میانگین ترجیحی $13/84$ در مقایسه با زنان که میانگین ترجیحی آنها $11/54$ می باشد موسیقی های محلی ایرانی را بیشتر ترجیح می دهند. مقدار T این جدول $-3/55$ می باشد که سطح معناداری آن $p=0/000$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنی داری این جدول ($P=0/000$) کمتر از $P=0/05$ می باشد می توان گفت که فرض H_1 یعنی معنی دار بودن تفاوت میانگین زنان و مردان تأیید می شود. با توجه به این مطلب می توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که مردان بیشتر از زنان موسیقی محلی را ترجیح می دهند و جنسیت در ترجیح موسیقی عامل مؤثری است.

جدول شماره ۹: نتایج آزمون T گروه های مستقل ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی در رابطه با جنسیت افراد

جنسیت	فراوانی	میانگین ترجیح موسیقایی محلی اقوام ایرانی	انحراف معیار	T	سطح معناداری (P)
زن	۱۴۱	۱۱/۵۴	۵/۴۲	-۳/۵۵	۰/۰۰۰
مرد	۱۷۰	۱۳/۸۴	۵/۹۰		

Missing=4

به طور کلی در مورد این فرضیه می توان گفت که جنسیت افراد بر ترجیح موسیقی های محلی اقوام ایرانی و موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران تأثیر دارد اما بر ترجیح موسیقی های پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی های خارجی غیر غربی، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران، موسیقی سنتی ایرانی و موسیقی مذهبی تأثیری ندارد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد که بین قومیت یک فرد و ترجیحات موسیقایی او رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون تفاوت واریانس ها یا آزمون F استفاده شده است که در زیر به بررسی نتایج این آزمون پرداخته می شود. جدول شماره ۱۰ نشان دهنده نتیجه آزمون F برای سنجش رابطه بین قومیت افراد و ترجیح موسیقی پاپ عربی در بین آنها می باشد. همان گونه که اعداد این جدول نشان می دهند افراد دارای قومیت فارس با میانگین ترجیحی $16/32$ موسیقی پاپ عربی را بیشتر از سایر قومیت ها ترجیح می دهند، ترک ها با میانگین ترجیحی 15 ، لرها با میانگین ترجیحی $13/91$ ، کردها با میانگین ترجیحی $13/68$ ، گروه های متعلق به سایر اقوام با میانگین

۱۳/۱۵ و عرب ها با میانگین ترجیحی ۱۱/۳۳ در مرتبه های بعدی از نظر ترجیح موسیقی غربی قرار می گیرند. همان گونه که جدول نشان می دهد F این جدول ۱/۸۸ و سطح معنی داری آن $P=0/09$ می باشد. چون سطح معناداری F این آزمون یعنی $P=0/09$ بیشتر از سطح معناداری $P=0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنا دار نبودن تفاوت میانگین مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که قومیت افراد تأثیری در ترجیح موسیقی پاپ غربی توسط آنها ندارد.

جدول شماره ۱۰: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ غربی در رابطه با قومیت افراد

Missing=12

شماره دهنده آزمون واریانس ترجیح غربی غیر اساس قومیت باشد.	Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی پاپ غربی	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ غربی	گروه قومیت
							گروه قومیت	
جدول ۱۱ نشان نتایج تحلیل یک طرفه موسیقی پاپ بر گروه افراد می-	۰/۰۹	۱/۸۸	۱/۳۷	۷/۶۳	۱۵	۳۱	ترک	۱۱
							عرب	
							فارس	
							کرد	
							لر	
							سایر اقوام	

همان گونه که اعداد این جدول نشان می دهند افراد متعلق به گروه قومیت فارس با داشتن میانگین ترجیحی ۵/۸۵ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی غربی غیر پاپ دارا می باشند. افراد متعلق به گروه های قومیت ترک، کرد، لر، افراد متعلق به سایر گروه های قومیت و افراد متعلق به گروه قومیت عرب به ترتیب با داشتن میانگین های ترجیحی ۵/۵۱، ۴/۴۴، ۴/۵۵ و ۴/۴۳ و ۴/۰۰ رتبه های دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ را دارا می باشند. میزان این آزمون برابر با ۲/۱۲ می باشد که سطح معناداری آن برابر با $p=0/06$ می باشد. با توجه به این که سطح معناداری این آزمون یعنی $p=0/06$ بیشتر از سطح معناداری $p=0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنا دار نبودن تفاوت میانگین مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که گروه قومیت افراد تأثیری بر ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ توسط آنها ندارد.

جدول شماره ۱۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ در رابطه با قومیت افراد

Missing=3

شماره دهنده حاصل از تحلیل رابطه قومیت افراد موسیقی-	Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی غربی غیر پاپ	فراوانی	ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ	گروه قومیت
							گروه قومیت	
جدول نشان - نتایج آزمون واریانس میان گروه و ترجیح	۰/۰۶	۲/۱۲	۰/۵۳	۳/۰۱	۵/۴۴	۳۲	ترک	۱۲
							عرب	
							فارس	
							کرد	
							لر	
							سایر اقوام	

های پاپ خارجی غیر عربی می‌باشد. همان‌گونه که اعداد این جدول نشان می‌دهند. افراد متعلق به گروه قومی ترک با میانگین ترجیحی ۷/۵۹ بیشتر از سایر اقوام این موسیقی را ترجیح می‌دهند. کردها با میانگین ترجیحی ۰/۲۳، فارس‌ها با میانگین ترجیحی ۵/۶۳، عرب‌ها با میانگین ترجیحی ۵/۳۳، سایر گروه‌های قومی با میانگین ترجیحی ۵/۲۱ و لرها با داشتن میانگین ترجیحی ۵/۱۷ در رتبه بعدی از نظر ترجیح این سبک موسیقی قرار می‌گیرند. علت بالاتر بودن میانگین ترجیحی این سبک در میان ترک‌های داخلی کشور می‌تواند این باشد که بدلیل اینکه مقدار بسیار زیادی از موسیقی پاپ غیر عربی که به ایران وارد می‌شود موسیقی ترکی است قبولی می‌باشد. از طرف دیگر بالاتر بودن این میانگین در میان کردها می‌تواند بدین دلیل باشد که چون کردها هم مرز با کشورهای عربی و ترکیه می‌باشند میزان تماس و آشنایی آنها با این گونه موسیقی‌های پاپ خارجی غیر عربی زیاد می‌باشد F این جدول ۳/۲۸ و سطح معناداری آن $p=0/07$ می‌باشد. چون این سطح معناداری کمتر از سطح معناداری $p=0/05$ می‌باشد فرض H_1 تأیید می‌شود که این امر نشانگر این است که تفاوت میانگین میان این گروه‌های قومی در ترجیح موسیقی پاپ خارجی غیر عربی معنادار است. به عبارت دیگر می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که گروه قومی عاملی تأثیرگذار در ترجیح موسیقی‌های پاپ خارجی غیر عربی توسط افراد می‌باشد.

جدول شماره ۱۲: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ خارجی غیر عربی در رابطه با قومیت افراد
Missing=3

Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی پاپ خارجی غیر عربی	فراوانی	ترجیح موسیقی خارجی غیر عربی
						گروه قومی
0/007	3/28	0/6	3/36	7/59	32	ترک
		0/187	2/6	5/33	9	عرب
		0/24	3/3	5/63	187	فارس
		0/72	3/4	7/23	22	کرد
		0/46	3/12	5/17	48	لر
		1/00	3/77	5/21	14	سایر اقوام

جدول شماره ۱۳ نشان دهنده نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران (پاپ لوس آنجلسی) بر اساس گروه قومی افراد می‌باشد. همان‌گونه که اعداد این جدول نشان می‌دهند میانگین ترجیح این سبک موسیقی در کردها برابر با ۱۴/۲۲ می‌باشد که بیشتر از میانگین ترجیحی دیگر گروه‌های قومی می‌باشد. افراد متعلق به سایر گروه‌های قومی، افراد متعلق به گروه قومی فارس، افراد متعلق به گروه قومی ترک، افراد متعلق به گروه قومی لر، افراد متعلق به گروه قومی عرب به ترتیب با داشتن میانگین‌های ترجیحی ۲۲، ۲۰/۸۳، ۲۰/۷۸، ۲۰/۴۹، ۱۸/۳۳، رتبه‌های دوم، سوم، چهارم و پنجم ترجیح این موسیقی را به خود اختصاص داده‌اند. میزان F این آزمون و سطح معناداری آن برابر با $p=0/72$ می‌باشد. با توجه به این که سطح معناداری این آزمون یعنی $p=0/72$ بیشتر از سطح معناداری $p=0/05$ می‌باشد فرض H_0 یعنی فرض معنا دار نبودن رابطه میان گروه قومی افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران تأیید می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان با اطمینان

۹۵ درصد گفت که گروه قومی افراد تأثیری در ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور توسط آنها ندارد.

جدول شماره ۱۳: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران در رابطه با قومیت افراد

Missing=5

شماره ۱۴ دهنده آزمون واریانس موسیقی ایرانی شده در ایران بر گروه	Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران	گروه قومی	جدول نشان نتایج تحلیل F ترجیح پاپ تولید داخل اساس
			۰/۷۹	۳/۳۶	۲۰/۷۸	۳۲	ترک		
			۱/۳۵	۲/۶	۱۸/۳۳	۹	عرب		
	۰/۷۲	۰/۵۷	۰/۳۱	۳/۳	۲۰/۸۳	۱۸۷	فارس		
			۰/۸۶	۳/۴	۲۲/۱۴	۲۲	کرد		
			۰/۵۳	۳/۱۲	۲۰/۴۹	۴۷	لر		
			۱/۵	۳/۷۷	۲۲	۱۳	سایر اقوام		

قومی افراد می‌باشد. همین‌گونه که نتایج این جدول نشان می‌دهند افراد متعلق به گروه قومی فارس با داشتن میانگین ترجیحی ۴/۱۶ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران دارا می‌باشند. افراد متعلق به گروه قومی کرد با میانگین ترجیحی ۹/۱۴، افراد متعلق به گروه قومی لر با میانگین ترجیحی ۹/۱۳، افراد متعلق به گروه قومی ترک با میانگین ترجیحی ۸/۱۳، افراد متعلق به سایر گروه‌های قومی با میانگین ترجیحی ۲/۱۳ و افراد متعلق به گروه قومی عرب با میانگین ترجیحی ۹/۱۲ رتبه‌های دوم، سوم، چهارم و پنجم ترجیح این موسیقی را به خود اختصاص داده‌اند. مقدار F این آزمون ۴۲/۳ می‌باشد که سطح معناداری آن برابر با $p=0.008$ می‌باشد. با توجه به این که سطح معناداری این آزمون یعنی $p=0.008$ کمتر از سطح معناداری $p=0.05$ می‌باشد فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن رابطه میان گروه قومی افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران تأیید می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت که با اطمینان ۹۵ درصد گروه قومی افراد بر ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران توسط آنها مؤثر می‌باشد.

جدول شماره ۱۴: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران در رابطه با قومیت افراد

Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران	گروه قومی
۰/۰۰۸	۳/۴۲					ترک	
						عرب	
						فارس	
						کرد	

		۰/۶۶	۴/۵۶	۱۳/۹	۴۸	لر
		۱/۲۶	۴/۷۱	۱۳/۲	۱۴	سایر اقوام

Missing=4

جدول شماره ۱۵ نشان دهنده نتایج آزمون تحلیل واریانس F ترجیح موسیقی سنتی ایرانی بر اساس گروه قومی افراد می باشد. نتایج نشان می دهند افراد متعلق به گروه قومی کرد با میانگین ترجیحی ۱۳/۴۱ بیشتر از دیگر گروه های قومی موسیقی سنتی ایرانی را ترجیح می دهند. افراد متعلق به سایر گروه های قومی با میانگین ترجیحی ۱۰/۷۹، افراد متعلق به گروه قومی ترک با میانگین ترجیحی ۱۰/۶۶، افراد متعلق به قومی لر با میانگین ترجیحی ۰/۵۸، افراد متعلق به گروه قومی فارس با میانگین ترجیحی ۱۰/۲ و افراد متعلق به گروه قومی عرب با میانگین ترجیحی ۷/۴۴ به ترتیب رتبه های دوم، سوم، چهارم و پنجم ترجیح موسیقی سنتی ایرانی را دارا می باشند. مقدار F این آزمون برابر با ۳/۰۸ می باشد که سطح معناداری این آزمون برابر با $p=0/01$ می باشد. چون سطح معناداری این آزمون یعنی $0/01 < p=0/05$ کمتر از سطح معناداری $p=0/05$ می باشد فرض H_1 یعنی فرض معنادار بودن تفاوت میانگین مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که گروه قومی افراد بر ترجیح موسیقی سنتی ایرانی توسط آنها مؤثر می باشد.

جدول شماره ۱۵: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی سنتی ایرانی در رابطه با قومیت افراد

Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی سنتی ایرانی	فراوانی	ترجیح موسیقی سنتی ایرانی
						گروه قومی
۰/۰۱	۳/۰۸	۰/۷۹	۴/۴۴	۱۰/۶۶	۳۲	ترک
						عرب
						فارس
						کرد
						لر
						سایر اقوام

Missing=6

جدول شماره ۱۶ نشان دهنده نتایج حاصل از تحلیل واریانس ترجیح موسیقی های مذهبی بر اساس گروه های قومی می باشد. همان گونه که اعداد این جدول نشان می دهد افراد متعلق به گروه قومی عرب با میانگین ترجیحی ۱۳/۳۱ بیشتر از سایر افراد موسیقی های مذهبی را ترجیح می دهند. گروه های قومی کرد، لر، فارس، ترک و سایر اقوام به ترتیب با میانگین های ترجیحی ۱۱/۷۷، ۱۰/۵۲، ۹/۲ و ۷/۴ در زمینه های هنری میانگین ترجیحی این گونه موسیقی قرار می گیرند میزان F این جدول ۱/۸۱ و سطح معناداری آن $p=0/1$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معناداری این جدول بیشتر از $p=0/05$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنادار نبودن تفاوت میانگین ترجیحی موسیقی مذهبی بر اساس قومیت آنها تأیید می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که گروه قومی فرد تأثیری بر ترجیح آنها نسبت به موسیقی مذهبی ندارد.

جدول شماره ۱۶: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی مذهبی در رابطه با قومیت افراد

Missing=3

شماره ۱۷ نتایج حاصل تحلیل ترجیح محلی قومی افراد همان گونه که نشان می‌دهد	Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی مذهبی	فراوانی	ترجیح موسیقی مذهبی گروه	جدول نشان دهنده از آزمون واریانس موسیقی‌های براساس گروه می‌باشد.
							قومی	این جدول
	۰/۱	۱/۸۱	۰/۹۱	۵/۱۵	۹/۲	۳۲	ترک	
			۲/۵۵	۷/۶۵	۱۲/۲۲	۹	عرب	
			۰/۴۳	۵/۸۴	۱۰/۱۷	۱۸۵	فارس	
			۱/۲۸	۵/۹۸	۱۱/۷۷	۲۲	کرد	
			۰/۸۷	۶/۰۱	۱۰/۵۲	۴۸	لر	
			۱/۰۶	۴	۷/۱۴	۱۴	سایر اقوام	

افراد متعلق به گروه قومی کرد با داشتن میانگین ترجیحی ۱۶/۷۷ بیشتر از سایر گروه‌های قومی موسیقی‌های محلی را ترجیح می‌دهند. گروه قومی ترک با میانگین ترجیحی ۱۵/۷۲، گروه قومی لر با میانگین ترجیحی ۱۵/۴۶، گروه قومی فارس با میانگین ترجیحی ۱۱/۴۶، افراد متعلق به سایر گروه‌های قومی با میانگین ترجیحی ۱۱/۳۶ و گروه قومی عرب با میانگین ترجیحی ۸/۶۷ در رتبه‌های بعدی ترجیح موسیقی‌های محلی ایرانی قرار دارند. علت بالا بودن این میانگین در گروه‌های قومی کرد، ترک و لر این است که موسیقی‌های محلی اغلب موسیقی‌های قومی می‌باشند اما علت پائین بودن این گزینه در مورد گروه قومی عرب شاید بدین سبب باشد که در میان گزینه‌های ذکر شده برای موسیقی‌های محلی ایرانی موسیقی محلی عربی ذکر شده است. F این جدول برابر با ۱۰/۱۶ و سطح معناداری آن برابر با $p=۰/۰۰۰$ می‌باشد. با توجه به این که سطح معناداری این آزمون یعنی $p=۰/۰۰۰$ کمتر از سطح معناداری $p=۰/۰۵$ می‌باشد فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن رابطه میان گروه قومی افراد و ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی توسط آنها تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که گروه قومی افراد در ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی توسط آنها مؤثر می‌باشد.

جدول شماره ۱۷: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی در رابطه با قومیت افراد

Missing=1

Sig F	F	اشتباه انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیحی موسیقی محلی اقوام ایرانی	فراوانی	ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی	به طور کلی در مورد این فرضیه می‌توان گفت که گروه قومی افراد در ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی، موسیقی پاپ خارجی غیر غربی، موسیقی سنتی ایرانی، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده
						گروه قومی	
۰/۰۰۰	۱۰/۱۶	۰/۸۴	۴/۷۷	۱۵/۷۲	۳۲	ترک	
		۱/۱۴	۳/۴۳	۸/۶۷	۹	عرب	
		۰/۴۱	۵/۵۷	۱۱/۴۶	۱۸۵	فارس	
		۱/۱۵	۵/۲۹	۱۶/۷۷	۲۲	کرد	
		۰/۷۲	۵	۱۵/۴۶	۴۸	لر	
		۱/۷۵	۶/۵۶	۱۱/۳۶	۱۴	سایر اقوام	

در داخل ایران مؤثر می‌باشد، اما در ترجیح موسیقی پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران (موسیقی پاپ لوس آنجلسی) و موسیقی مذهبی تأثیری ندارد.

فرضیه سوم: به نظر می رسد که بین درآمد خانواده افراد و ترجیحات موسیقایی آنها رابطه معنا دار وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون تحلیل واریانس (F) استفاده شده است که در زیر به بررسی نتایج حاصل از آن پرداخته می شود. جدول شماره ۱۸ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس ترجیح موسیقی پاپ غربی بر اساس درآمد خانواده افراد است. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهند کسانی که درآمد خانواده آنها ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر می باشد. با میانگین ترجیحی ۱۸/۵۵ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی پاپ غربی دارا می باشند. کسانی که درآمد خانواده آنها ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان می باشد با داشتن میانگین ترجیحی ۱۵/۷۰ دومین رتبه ترجیح موسیقی پاپ غربی را به خود اختصاص داده اند. کسانی که درآمد خانواده آنها ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان می باشد با میانگین ترجیحی ۱۵/۰۲ سومین رتبه ترجیح موسیقی پاپ غربی را به خود اختصاص داده اند. چهارمین رتبه ترجیح موسیقی پاپ غربی متعلق به کسانی است که درآمد خانواده آنها ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان می باشد که میانگین ترجیحی آنها ۱۲/۵۹ می باشد. کسانی که درآمد خانواده آنها کمتر از ۲۰۰ هزار تومان می باشد با داشتن میانگین ترجیحی ۱۱/۸۱ در رتبه پنجم ترجیح موسیقی پاپ غربی قرار می گیرند که کمترین میزان ترجیح است. میزان F این آزمون ۷/۸۸ می باشد که سطح معنا داری آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P= ۰/۰۰۰$ کمتر از سطح معنا دار $P: ۰/۰۵$ می باشد فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین های ترجیحی مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که درآمد خانواده افراد بر ترجیح موسیقی پاپ غربی توسط آنها تأثیر دارد. تقریباً می توان گفت که با افزایش درآمد خانواده میزان ترجیح این موسیقی افزایش پیدا می کند.

جدول شماره ۱۸: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ غربی در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی پاپ غربی	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ غربی
						درآمد خانواده
۰/۰۰۰	۷/۸۸	۱/۱۸	۵/۴۳	۱۱/۸۱	۲۱	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		۰/۸	۶/۱۶	۱۲/۵۹	۵۹	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		۰/۸۳	۶/۸۷	۱۵/۰۷	۶۹	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		۱/۰۲	۷/۵۴	۱۵/۰۲	۵۴	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		۰/۸۷	۸/۴۳	۱۸/۵۵	۹۴	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing = 18

جدول شماره ۱۹ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که این نتایج نشان می دهد کسانی که درآمد خانواده آنها ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر می باشد با داشتن میانگین ترجیحی ۶/۱۶ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی غربی غیر پاپ از خود نشان می دهد. کسانی که درآمد خانواده آنها ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان، ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان، کمتر از ۲۰۰ هزار تومان و ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با داشتن میانگینهای ترجیحی ۵/۹۴، ۵/۹۲، ۴/۰۸ و ۴/۰۶ رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ را به خود اختصاص داده اند. میزان F این آزمون ۶/۴۶ می باشد که سطح معنا دار آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: ۰/۰۰۰$ کمتر از سطح معنا داری $P: ۰/۰۵$ می باشد. فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین های مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت

دیگر می توان گفت که با اطمینان ۹۵ درصد درآمد خانواده فرد بر ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ توسط آنها مؤثر است.

جدول شماره ۱۹: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ	فراوانی	ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ
						درآمد خانواده
۰/۰۰۰	۶/۴۶	۰/۵۵	۲/۷	۴/۰۸	۲۴	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
						۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
						۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
						۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
						۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing=3

جدول شماره ۲۰ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که نتایج حاصل از این آزمون نشان می دهد کسانی که در آمد خانواده آنها بیشتر از ۵۰۰ هزار تومان می باشد با میانگین ترجیحی ۶/۳۱ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی خارجی غیر غربی از خود نشان می دهند. کسانی که در آمد خانواده آنها ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان، ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان ۳۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان و کمتر از ۲۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با داشتن میانگینهای ترجیحی ۶/۰۷، ۵/۸۷، ۴/۶ رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی را به خود اختصاص می دهند. میزان F این آزمون ۱/۵۲ می باشد که سطح معنا داری آن P:۰/۲ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی P: ۰/۲ بیشتر از سطح معنا داری P:۰/۰۵ می باشد فرض یعنی فرض معنا دار نبودن تفاوت میانگین های مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر می توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که درآمد خانواده افراد تأثیری در ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی توسط آنها ندارد.

جدول شماره ۲۰: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی	فراوانی	ترجیح موسیقی خارجی
						غیر غربی
						درآمد خانواده
۰/۲	۱/۵۲	۰/۶۸	۳/۳۸	۴/۶	۲۵	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
						۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
						۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
						۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
						۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing=8

جدول شماره ۲۱ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد کسانی که درآمد خانواده آنها ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر می باشد با میانگین ترجیحی ۲۲/۷۷ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور دارا می باشند. کسانی که در آمد خانواده آنها ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان، کمتر از ۲۰۰ هزار تومان و ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان می باشد. به ترتیب با داشتن میانگین های ترجیحی ۲۱/۴۱، ۲۰/۱۵، ۱۹/۹۶، ۱۹/۰۶ رتبه های دوم تا پنجم میانگین ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور را به خود اختصاص می دهند. میزان f این آزمون ۳/۱۸ می باشد که سطح معنا داری آن $P: / 0.1$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: / 0.1$ کمتر از سطح معنا داری $P: / 0.05$ می باشد. فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین های مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر می توان گفت که با اطمینان ۹۵ درصد در آمد خانواده افراد در ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور توسط آنها تأثیر دارد.

جدول شماره ۲۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور
						درآمد خانواده
0/01	3/18	1/48	7/26	19/96	24	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		0/94	7/43	19/06	62	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		0/79	6/02	21/41	70	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		1/02	7/54	20/15	54	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		0/65	6/33	22/77	96	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing=9

جدول شماره ۲۱ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که این نتایج نشان می دهند کسانی که درآمد خانواده آنها ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر می باشد با داشتن میانگین ترجیحی ۱۷/۲۸ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور را از خود نشان می دهند. کسانی که درآمد خانواده آنها ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان ، ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان، ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان و کمتر از ۲۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با میانگین های ترجیحی ۱۵/۴۹، ۱۵/۰۹، ۱۳/۷۶ و ۱۲/۱۳ رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور را به خود اختصاص می دهند. می توان گفت که با افزایش درآمد ترجیح این موسیقی افزایش می یابد. میزان F این آزمون ۵/۶۳ می باشد که سطح معنا داری آن $P: / 0.00$ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: / 0.00$ کمتر از سطح معنا داری $P: / 0.05$ می باشد فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر می توان گفت که با اطمینان 95 درصد درآمد خانواده افراد بر ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور توسط افراد مؤثر است.

جدول شماره ۲۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در ایران	فراوانی	ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در ایران
						درآمد خانواده
۰/۰۰۰	۵/۶۳	۰/۸۶	۴/۳	۱۲/۹۶	۲۵	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		۰/۶	۴/۷	۱۳/۷۶	۶۲	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		۰/۵	۴/۰۸	۱۵/۰۹	۶۹	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		۱/۱	۸/۰۷	۱۵/۴۹	۵۳	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		۰/۵۳	۵/۱۴	۱۷/۲۸	۹۶	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing =10

جدول شماره ۲۲ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی سنتی ایرانی بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد کسانی که درآمد خانواده آنها بین ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان می باشد. با داشتن میانگین ترجیحی ۱۱/۲۴ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی سنتی از خود نشان می دهند کسانی که درآمد خانواده آنها ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان، ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر از ۵۰۰ هزار تومان، ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان و کمتر از ۲۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با میانگین ترجیحی ۲۱، ۱۰/۵۱، ۲۰/۰۹، ۸/۶ می باشد رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی سنتی ایرانی را به خود اختصاص می دهند. میزان F این آزمون ۲/۰۷ می باشد که سطح معنا داری آن ۰/۰۸ P می باشد. با توجه به اینکه این سطح معنا داری این آزمون یعنی ۰/۰۸ P: بیشتر از سطح معنا داری ۰/۰۵ P: می باشد. فرض H_0 یعنی فرض معنا دار نبودن تفاوت میانگین های ترجیحی مشاهده شده تأیید می شود. به عبارت دیگر می توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که درآمد خانواده افراد در ترجیح موسیقی سنتی ایرانی توسط آنها تأثیری ندارد.

جدول شماره ۲۲: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی سنتی ایرانی در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی سنتی ایرانی	فراوانی	ترجیح موسیقی سنتی ایرانی
						درآمد خانواده
۰/۰۸	۲/۰۷	۰/۷۲	۳/۶۱	۸/۶	۲۵	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		۰/۵۵	۴/۳۲	۱۱	۶۲	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		۰/۵۵	۴/۶۵	۱۱/۲۴	۷۲	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		۰/۵۷	۴/۱۶	۱۰/۰۹	۵۴	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		۰/۴۳	۴/۲۵	۱۰/۵۱	۹۶	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing =6

جدول شماره ۲۳ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی مذهبی بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد کسانی که درآمد خانواده آنها کمتر از ۲۰۰ هزار تومان می باشد با داشتن میانگین ترجیح ۱۲ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی مذهبی نشانی می دهند. کسانی که درآمد خانواده آنها ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان، ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان، ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان و ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر از ۵۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با داشتن میانگین های ترجیحی ۱۱/۹۵، ۱۰/۴۷، ۹/۶۹ و ۸/۵۱

رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی مذهبی را به خود اختصاص می دهند. به عبارت دیگر با افزایش درآمد ترجیح موسیقی مذهبی کاهش پیدا می کند. میزان F این آزمون ۴/۳۲ می باشد که سطح معنا داری آن $P: 0/002$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: 0/002$ کمتر از سطح معناداری $P: 0/05$ می باشد فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین های مشاهده شده اثبات می شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که درآمد خانواده افراد در ترجیح موسیقی مذهبی توسط افراد مؤثر است.

جدول شماره ۲۳: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی مذهبی در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی مذهبی	فراوانی	ترجیح موسیقی مذهبی
						درآمد خانواده
0/002	4/32	1/47	7/37	12	25	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		0/7	5/55	11/95	62	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		0/7	5/87	10/47	70	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		0/78	5/76	9/69	54	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		0/53	5/14	8/51	95	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing = 7

جدول شماره ۲۴ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس (F) ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی بر اساس درآمد خانواده افراد می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد کسانی که در آمد خانواده آنها ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان می باشد با میانگین ترجیحی ۱۴/۰۷ بیشترین ترجیح را نسبت به موسیقی محلی اقوام ایرانی دارند. کسانی که درآمد خانواده آنها ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان ، ۵۰۰ هزار تومان و بالاتر از ۵۰۰ هزار تومان، کمتر از ۲۰۰ هزار تومان، ۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان می باشد به ترتیب با داشتن میانگین های ترجیحی ۱۳/۸۶، ۱۱/۹۷، ۱۱/۹۶، ۱۱/۷۴ رتبه های دوم تا پنجم ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی را دارا می باشد. میزان F این آزمون ۲/۴۵ می باشد که سطح معنا داری آن $0/046$ می باشد با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: 0/046$ کمتر از سطح معنا دار $P: 0/05$ می باشد. فرض H_1 یعنی فرض معنا دار بودن تفاوت میانگین های مشاهده شده اثبات می شود. به عبارت دیگر می توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که درآمد خانواده افراد بر ترجیح موسیقی محلی بر ترجیح آن توسط افراد مؤثر است.

جدول شماره ۲۴: نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) یک طرفه ترجیح موسیقی اقوام ایرانی در رابطه با درآمد خانواده افراد

Sig F(P)	F	خطای انحراف معیار	انحراف معیار	میانگین ترجیح موسیقی اقوام ایرانی	فراوانی	ترجیح موسیقی اقوام ایرانی
						درآمد خانواده
0/046	2/45	1/23	6/13	11/96	25	کمتر از ۲۰۰ هزار تومان
		0/62	4/81	14/07	61	۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار تومان
		0/75	6/31	13/86	70	۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار تومان
		0/84	6/2	11/74	54	۴۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
		0/55	5/39	11/97	96	۵۰۰ هزار تومان و بالاتر

Missing = 9

به طور کلی می توان گفت که درآمد خانواده افراد بر ترجیح موسیقی پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور موسیقی مذهبی و موسیقی محلی اقوام ایرانی مؤثر است. اما تأثیری در ترجیح موسیقی پاپ خارجی غیر غربی و موسیقی سنتی ایرانی تأثیری ندارد

فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین میزان مذهبی بودن افراد و ترجیحات موسیقایی آنها رابطه معنا داری وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره استفاده شده است که نتایج حاصل از آن در زیر بررسی می شود. جدول شماره ۲۵ نشان دهنده نتایج حاصل از آزمون تحلیل رگرسیون میزان مذهبی بودن و ترجیح موسیقی پاپ غربی می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد میزان همبستگی این دو متغیر (R) ۰/۳۵۹ می باشد که با توجه به علامت Beta این رابطه معکوس می باشد. میزان F این آزمون ۲۱/۴۴ می باشد که سطح معنی داری آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد با توجه به اینکه این سطح معنی دار کمتر از $P: ۰/۰۵$ می باشد. فرض $H1$ یعنی فرض معنادار بودن رابطه بین میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی خارجی توسط آنها تأیید می شود. $R2$ این آزمون ۰/۱۲۹ می باشد. که این نشان می دهد که میزان مذهبی بودن ۱۲/۹ درصد متغیر وابسته یعنی ترجیح موسیقی پاپ غربی را تبیین می کند. میزان B این آزمون $-۰/۳۵$ می باشد که این نشان دهنده این امر است که با هر واحد افزایش در میزان مذهبی بودن ترجیح موسیقی پاپ غربی به اندازه ۰/۳۲۵ کاهش پیدا می کند.

جدول شماره ۲۵: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی پاپ غربی توسط آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۰۰۰	-۶/۶۴	-۰/۳۵۹	-۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۱۲۶	۰/۱۲۹	۰/۳۵۹	میزان مذهبی بودن

$$F = ۴۴/۰۷ \quad \text{sig } F = ۰/۰۰۷$$

جدول شماره ۲۶ نشان دهنده نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ براساس میزان مذهبی بودن افراد می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهند میزان F این آزمون ۲۹/۴ می باشد که سطح معنی داری آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه این سطح معناداری کوچکتر از سطح معنی داری $P: ۰/۰۵$ می باشد. فرض $H1$ یعنی فرض معنادار بودن رابطه این دو متغیر تأیید می شود. میزان $R2$ این آزمون ۰/۲۵۹ می باشد که این نشان دهنده این است که همبستگی این دو متغیر ۰/۲۵۹ می باشد. با توجه به منفی بودن علامت Beta این همبستگی معکوس می باشد. $R2$ این آزمون ۰/۰۸۷ می باشد که این نشان دهنده این امر است که میزان مذهبی بودن ۸/۷ درصد از ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ را تبیین می کند. B این آزمون $-۰/۱۶۶$ می باشد که این بدین معنا می باشد که با هر واحد افزایش در میزان مذهبی بودن افراد ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ آنها به اندازه $-۰/۱۶۶$ کاهش می یابد و برعکس

جدول شماره ۲۶: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی غربی غیر پاپ توسط آنها

	R	R2	R2.Ad	اشتباه استاندارد	B	Beta	T	Sig T
میزان مذهبی بودن	۰/۲۹۵	۰/۰۸۷	۰/۰۸۴	۰/۰۳	-۰/۱۶۶	-۰/۲۹۵	-۵/۴۲	۰/۰۰۰

$$F = ۲۹/۴ \quad \text{sig } F = ۰/۰۰۰$$

جدول شماره ۲۷ نتایج آزمون تحلیل رگرسیون رابطه ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی و میزان مذهبی بودن افراد می باشد. میزان F این آزمون ۱۴/۹۵ می باشد که سطح معناداری آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه این سطح معناداری کمتر از $P=۰/۰۵$ می باشد. فرض $H1$ یعنی فرض معنادار بودن رابطه میزان مذهبی بودن فرد و ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی تأیید می شود. R این آزمون ۰/۲۱۵ می باشد که نشان می دهد همبستگی این دو متغیر ۰/۲۱۵ می باشد و با توجه به منفی بودن $Beta$ این آزمون این همبستگی معکوس می باشد. $R2$ این آزمون برابر با ۰/۰۴۶ می باشد که این نشان می دهد که میزان مذهبی بودن ۴/۶ درصد ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی را تبیین می کند. B این آزمون برابر با -۰/۱۳۱ می باشد که این بدین معناست که با هر درجه افزایش در میزان مذهبی بودن ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی ۰/۱۲۳ کاهش می یابد.

جدول شماره ۲۷: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی خارجی غیر غربی توسط آنها

	R	R2	R2.Ad	اشتباه استاندارد	B	Beta	T	Sig T
میزان مذهبی بودن	۰/۲۱۵	۰/۰۴۶	۰/۰۴۳	۰/۰۳	-۰/۱۳۱	-۰/۲۱۵	-۳/۸۷	۰/۰۰۰

$$F = ۲/۸۵ \quad \text{sig } F = ۰/۰۰۰$$

جدول شماره ۲۸ نشان دهنده نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون رابطه میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور (پاپ لس آنجلسی) می باشد. همان گونه که نتایج این آزمون نشان می دهد. میزان F این آزمون ۲۱/۴۴ می باشد که سطح معناداری آن $P: ۰/۰۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معناداری این آزمون یعنی $P: ۰/۰۰۰$ کمتر از سطح معناداری $P: ۰/۰۵$ می باشد فرض $H1$ یعنی فرض معنادار بودن رابطه میان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور تأیید می شود. میزان R این آزمون ۰/۲۵۶ می باشد که نشان می دهد همبستگی این دو متغیر ۰/۲۵۶ می باشد با توجه به منفی بودن $Beta$ این آزمون این میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی مذهبی توسط آنها تأیید می شود. میزان R این آزمون ۰/۴۵ می باشد که این نشان دهنده آن است که همبستگی مذهبی بودن و ترجیح موسیقی مذهبی ۰/۴۵ می باشد. با توجه به منفی بودن $Beta$ این آزمون این همبستگی، همبستگی منفی می باشد. $R2$ این آزمون ۰/۰۶۶ می باشد که نشان دهنده این است که میزان مذهبی بودن فرد ۶/۶ درصد ترجیح او نسبت به موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور

را تبیین می کند. B این آزمون ۰/۳۳ می باشد که نشان دهنده این است که هر واحد افزایش در میزان مذهبی بودن ۰/۳۳ کاهش در ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور را باعث می شود.

جدول شماره ۲۸: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران توسط آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۰۰۰	-۴/۶۳	-۰/۲۵۶	-۰/۳۲۵	۰/۰۷	۰/۰۶۳	۰/۰۶۶	۰/۲۵۶	میزان مذهبی بودن

$$F = ۲۱/۴۴ \quad \text{sig } F = ۰/۰۰۰$$

جدول شماره ۲۹ نشان دهنده نتایج آزمون تحلیل رگرسیون رابطه میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی ایرانی تولید شده در داخل کشور می باشد. میزان F این آزمون ۵/۵۴ می باشد. که سطح معنا داری آن $P: ۰/۰۲$ می باشد. با توجه به اینکه سطح معنا داری این آزمون یعنی $P: ۰/۰۲$ کمتر از سطح معناداری $P: ۰/۰۵$ می باشد. فرض یعنی فرض معنادار بودن رابطه مذهبی بودن و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور تأیید می شود. میزان همبستگی این دو متغیر (R) برابر با ۰/۱۳۴ می باشد که با توجه به منفی بودن Beta این آزمون این همبستگی منفی می باشد. R^2 این آزمون ۰/۰۱۸ می باشد که این نشان دهنده این است که میزان مذهبی بودن ۱/۸ درصد ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور را توضیح می دهد. میزان B این آزمون برابر با ۰/۱۳۶ می باشد که این امر نشان می دهد که به ازاء هر واحد افزایش در میزان مذهبی بودن افراد ترجیح موسیقی پاپ داخلی در آنها ۰/۱۳۶ کاهش پیدا می کند.

جدول شماره ۲۹: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران توسط آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۱۹	-۲/۳۵۷	-۰/۱۳۴	-۰/۱۳۶	۰/۰۶	۰/۰۱۵	۰/۱۸	۰/۱۳۴	میزان مذهبی بودن

$$F = ۵/۵۴۴ \quad \text{sig } F = ۰/۱۹$$

جدول شماره ۳۰ نشان دهنده تحلیل رگرسیون رابطه میزان مذهبی بودن و ترجیح موسیقی سنتی ایرانی می باشد. همان گونه که نتایج آن آزمون نشان می دهند میزان F این آزمون ۰/۰۰۰ می باشد که سطح معنا داری آن $P= ۰/۹۹۱$ می باشد. با توجه به بیشتر بودن سطح معنا داری این آزمون یعنی $P= ۰/۹۵$ از سطح معناداری $P= ۰/۰۵$ فرض معنادار نبودن رابطه این دو متغیر تأیید می شود یعنی این دو با همدیگر رابطه ای ندارند.

جدول شماره ۳۰: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی سنتی ایرانی آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۹۹۵	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۴	-۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	میزان مذهبی بودن

$$F = ۰/۰۰۰ \quad \text{sig } F = ۰/۹۹۵$$

جدول شماره ۳۱ نشان دهنده نتایج تحلیل رگرسیون رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی مذهبی توسط آنها می باشد. میزان F این آزمون ۷۹/۵۷ می باشد که سطح معناداری آن $P : ۰/۰۰$ می باشد. با توجه به اینکه این سطح معناداری یعنی $P : ۰/۰۰$ کمتر از سطح معناداری $P : ۰/۰۵$ می باشد می توان گفت که فرض یعنی فرض معنادار بودن رابطه آزمون این میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی مذهبی توسط آنها تأیید می شود. میزان R این آزمون ۰/۴۵ می باشد که این نشان دهنده آن است که همبستگی مذهبی بودن و ترجیح موسیقی مذهبی ۰/۴۵ می باشد. با توجه به منفی بودن Beta این آزمون این همبستگی منفی است. R2 این آزمون ۰/۲۰۷ می باشد که این بیانگر آن است که میزان مذهبی بودن ۲۰/۷ درصد ترجیح موسیقی مذهبی را توسط افراد تبیین می کند. B این آزمون ۰/۴۸ می باشد. که این بدین معناست که به ازاء یک واحد افزایش در میزان مذهبی بودن افراد ترجیح موسیقی مذهبی توسط آنها ۰/۴۸ افزایش می یابد.

جدول شماره ۳۱: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه بین میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی مذهبی توسط آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۰۰۰	۸/۹۲	۰/۴۵۵	۰/۴۸	۰/۰۵	۰/۲۰۴	۰/۲۴	۰/۴۵	میزان مذهبی بودن

$$F = ۷۹/۵۷ \quad \text{sig } F = ۰/۰۰۰$$

جدول شماره ۳۲ نشان دهنده نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی و میزان مذهبی بودن افراد است. با توجه به اینکه سطح معناداری این آزمون یعنی $P : ۰/۵۸$ می باشد که بزرگتر از سطح معناداری $p = ۰/۰۵$ می باشد فرض H_0 یعنی فرض معنادار نبودن رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی محلی توسط آنها تأیید می شود.

جدول شماره ۳۲: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون دو متغیره رابطه میان میزان مذهبی بودن افراد و ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی

توسط آنها

Sig T	T	Beta	B	اشتباه استاندارد	R2.Ad	R2	R	
۰/۵۸	-۰/۵۵۳	-۰/۰۳۲	-۰/۰۳۳	۰/۰۶	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۳۲	میزان مذهبی بودن

$$F = ۰/۳ \quad \text{sig } F = ۰/۵۸$$

به طور کلی در مورد این فرضیه می‌توان گفت که میزان مذهبی بودن فرد بر ترجیح موسیقی‌های پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی خارجی غیر غربی، موسیقی پاپ ارانی تولید شده در داخل کشور، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور؛ موسیقی مذهبی مؤثر می‌باشد که به جز موسیقی مذهبی که با میزان مذهبی بودن رابطه مثبت دارد ترجیح موسیقی‌ها با میزان مذهبی بودن رابطه معکوسی دارد. میزان مذهبی بودن بر ترجیح موسیقی‌های سنتی و موسیقی‌های محلی اقوام ایرانی تأثیری ندارد.

نتیجه گیری

۱- در خصوص تأثیر جنس و جنسیت افراد بر ترجیحات موسیقایی افراد نتایج زیر بدست آمده است: جنسیت افراد بر ترجیح موسیقی‌های پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی خارجی غیر غربی، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور، موسیقی سنتی ایرانی، موسیقی مذهبی تأثیری ندارد اما عاملی مؤثر در انتخاب موسیقی‌های پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور موسیقی محلی اقوام ایرانی می‌باشد. تأثیر جنسیت بر موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور بدین گونه است که زنان این موسیقی را نسبت به مردان بیشتر ترجیح می‌دهند. در خصوص تأثیر گذاری عامل جنس بر ترجیح موسیقی محلی اقوام ایرانی بدین گونه است که مردان نسبت به زنان این موسیقی را بیشتر ترجیح می‌دهند.

۲- در خصوص تأثیر عامل قومیت بر ترجیحات موسیقایی افراد این نتایج بدست آمد: گروه قومی بر ترجیح موسیقی‌های پاپ غربی، پاپ ایرانی تولید شده در خارج از کشور، موسیقی مذهبی، موسیقی غربی غیر پاپ تأثیری ندارد اما در ترجیح مقوله‌های موسیقایی محلی اقوام ایرانی، موسیقی پاپ خارجی غیر غربی، موسیقی سنتی ایران و موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور مؤثر می‌باشد.

۳- نتایج بدست آمده از این تحقیق در مورد تأثیر درآمد خانواده افراد بر ترجیحات موسیقایی آنها به شرح زیر است: درآمد خانواده افراد بر ترجیح موسیقی‌های خارجی غیر غربی و موسیقی سنتی ایرانی توسط افراد تأثیری ندارد اما بر ترجیح موسیقی‌های پاپ غربی، موسیقی‌های غربی غیر پاپ، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در داخل ایران، موسیقی مذهبی و موسیقی محلی اقوام ایرانی توسط افراد تأثیر دارد.

۴- در خصوص تأثیر میزان مذهبی بودن افراد بر ترجیحات موسیقایی آنها در این تحقیق نتایج زیر بدست آمده است: میزان مذهبی بودن فرد بر ترجیح موسیقی‌های سنتی ایرانی، پاپ ایرانی تولید شده در داخل کشور و موسیقی محلی اقوام ایرانی تأثیری ندارد در حالی که بر ترجیح موسیقی پاپ غربی، موسیقی غربی غیر پاپ، موسیقی خارجی غیر غربی، موسیقی پاپ ایرانی تولید شده در خارج از ایران و موسیقی مذهبی تأثیر دارد. تأثیر میزان مذهبی بودن بر ترجیح موسیقی پاپ غربی بدین ترتیب است که بین این دو همبستگی معکوس وجود دارد و همبستگی آنها $-0/36$ می‌باشد یعنی با افزایش میزان مذهبی بودن ترجیح این موسیقی در افراد کاهش می‌یابد و برعکس.

تلویحات این یافته‌ها حاکی از آن است که در زمینه مرزهای فرهنگی قومی بر ذایقه مصرف موسیقی، اثرگذار است. این یافته نشان می‌دهد که در ادبیات نظری پژوهش در مورد مصرف کالای فرهنگی منجمله موسیقی، مرزهای قومیتی اثر بالایی دارند. مرزهای قومیتی جز در پژوهش‌های تجربی مورد توجه قرار نگرفته‌اند. و منظر نظری دقیقی نسبت به نسبت قومیت با مصرف فرهنگی وجود ندارد. قومیت‌های مختلف به خاطر ساختار ارزشی متفاوت از الگوهای هویت بخشی متفاوتی بهره می‌گیرند. لذا می‌باید مرزهای قومیتی را به عنوان مرزهای تمایز در نظر گرفت.

از دیگر سو یافته‌های مربوط به درآمد که مؤلفه توزیع طبقاتی است الگوی واضحی را بدست نمی‌دهد. حداقل می‌توان گفت که این یافته‌ها الگویی که بورديو در تمایز شرح می‌دهد را تأیید نمی‌کند یافته‌ها بیشتر حاکی از همه چیز خواری در ترجیحات موسیقی است که با نظریه پترسون (۱۹۹۲) همسو است. بدین معنا که نظام طبقاتی در مورد

الگوهای مصرف رو به تسطیح دارد. این تسطیح در سطح میل و ترجیحات صورت می‌گیرد و نه لزوماً امکانات. این مسأله مورد نظر ال‌ریش بک (۱۳۸۸) نیز هست. لذا به نظر می‌رسد مرزهای طبقاتی حداقل در بعد سرمایه اقتصادی توجیه کننده توزیع مصرف موسیقی نیست.

از دیگر سو یافته‌های مربوط به دینداری نشان می‌دهد که مرزهای تمایز در مصرف کالاهای فرهنگی به شدت از الگوی ارزشی و اعتقادی پیروی می‌کند. رابطه معکوس مذهب با ترجیح موسیقی حاکی از این است که علاوه بر مرزهای مربوط به سرمایه و انواع آن می‌باید مسأله ایدئولوژی و فضای معنایی کنشگران را در شیوه و نوع مصرف به کار گرفت. این یافته نیز بر ادبیات تحقیق در این زمینه می‌افزاید بدین معنا که در ممالکی که مذهب نقشی کلیدی دارد می‌باید مذهب را به عنوان یک الگوی تمایز بخش لحاظ کرد. همچنین اثر جنسیت نشان داد که موسیقی پاپ که از نظر الگوهای شان و نخبه گرایانه مطابق ادبیات تحقیق در مرتبه پایینی قرار دارد بیشتر مورد پسند زنان است. و زنان ترجیح کمتری نسبت به موسیقی محلی دارند. این مسأله را شاید بتوان با مضمون توسعه فرهنگی تبیین کرد. به نظر می‌رسد میزان دسترسی زنان به الگوهای فرهنگی نخبه گرایانه کمتر باشد و لذا توسعه فرهنگی پایین‌تری نسبت به مردان داشته باشند همین امر باعث می‌شود که در ترجیحات خود الگوی عامه پسندی در موسیقی داشته باشند. این یافته نیز حاکی از اثر پر اهمیت مرزبندی‌های جنسیتی بر مصرف کالای فرهنگی دارد.

منابع :

- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). "از طبقه تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی". نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پاییز و زمستان.
- بک، الیش (۱۳۸۸). جامعه در مخاطره جهانی. ترجمه محمدرضا مهدی زاده، تهران: انتشارات کویر.
- ردیو، پیر (۱۳۹۱). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ثالث.
- زیمل، گئورگ (۱۳۸۰). "تضاد فرهنگ مدرن". ترجمه هاله لاجوردی، نشریه فلسفه کلام و عرفان، ارغنون، شماره ۱۸، پاییز ۱۳۸۰.
- زیمل، گئورگ (۱۳۷۲). "کلانشهر و حیات ذهنی". ترجمه یوسف اباذری، نشریه جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۶، بهار ۱۳۷۲.
- شکوری؛ علی (۱۳۸۵). "تمایزپذیری و هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف: مطالعه موردی جوانان شهر تهران". مجله جهانی رسانه، نسخه فارسی، دوره ۱، شماره ۲.
- شوکر؛ روی (۱۳۸۴). شناخت موسیقی مردم پسند، ترجمه: محسن الهامیان، تهران: مؤسسه فرهنگی، هنری ماهور.
- شویره؛ کریستی ین؛ فوشن؛ اولیویه (۱۳۸۵). واژگان بوردیو. ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
- فاضلی؛ محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- فریزی، دیوید (۱۳۸۶). گئورگ زیمل. ترجمه شهناز مسمی پرست، ویراستار: پیتر همیلتون، تهران: فغنوس.
- فدرستون، مایک (۱۳۸۰). "زیباشناختی کردن زندگی روزمره". ترجمه مهسا کرم‌پور. فصلنامه ارغنون، شماره ۱۹، فرهنگ و زندگی روزمره.
- منطقی؛ مرتضی (۱۳۷۸). گروههای ضد فرهنگ در نگاهی دوباره، نامه پژوهش، شماره ۱۴ و ۱۵، پاییز و زمستان ۱۳۷۸، صص: ۲۵۴-۲۳۹.
- وبلن، تورستاین (۱۳۸۶). نظریه طبقه تن آسا. ترجمه فرهنگ ارشاد با ویراستاری سی رایت میلز، تهران: نشر نی.
- هال، استوارت (۱۳۹۱). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی. ترجمه احمد گل محمدی، تهران انتشارات نی.
- Burge M. Goldblat C & Lester D. (2002). Music preferences and suisidality: acomment on a stack
- Ginocchio J .(2006). Music style preference: A ranking of musical styles and comparisons by :Gender Ethnicity Music training and Rural Suburban or Urban upbringing . A Dissertation for the degree Doctor of Art.
- Persinger B E .(2001). An investigation of the music preferences of Adults in Northern Colordo Community with relation to the variable of Age Ethnic group Gender Musical training and Socio-Economic status
- Peterson RA, Simkus AJ. (1992). How musical tastes mark occupational status groups. See
- Peterson RA. (2001). Production of culture. Int.Encycl. Soc. Behav. Sci. 8:328–32
- Sassatell, Roberta (2008). Consumer culture. Sage
- Shah S M .(2000). Relationships among Musical Styles Ethnicity Age Gender Musical training Familiarity Intercultur tolerance and Musical Preferences ofMalasyan students .

Submitted for the faculty of university school in partial fulfillment of the requirement for Graduate degree of Philosophy

- Shwartz K . (2004). Music Preferences personality style and Development Issues of Adolescents.
- Wells A & Tokinoya H . (2004) .The Genre preferences of Western popular music by JpanesAdolescent .
- Wing Chan, Tak; Goldthrope, J. H. (2007). The social stratification of cultural consumption: some policy implications of a research project. Cultural trends, v. 16, n. 4