

Investigating the Effect of Personality Traits on The Musical Taste of Male Students (Case Study: Rafsanjan City)

Soodeh Maghsoodi¹, Mohammad Hassan Shahi Raveiz²

Received:Feb. 26,2025 Accepted:Nov. 17,2025

DOI: 10.22034/scm.2025.470402.1787

Introduction

Adolescence represents one of the most critical and transformative periods in human development. It is a stage characterized by profound physical, cognitive, and emotional growth, during which individuals seek to establish a personal identity and locate their social position within society. This period is often accompanied by heightened sensitivity to social feedback, emotional turbulence, and a strong desire for independence from parental control. Psychologists have long referred to adolescence as a stage of “storm and stress,” highlighting the complex psychological pressures adolescents face as they navigate identity formation and social integration. In this context, adolescents increasingly turn to cultural and artistic tools to express themselves, understand their surroundings, and engage socially. Among these tools, music plays a central role, offering both emotional solace and a medium for self-expression.

The structure of an adolescent’s personality encompasses enduring patterns of thinking, emotional regulation, and social behavior. Personality traits, as relatively stable characteristics, influence the ways in which adolescents interpret and interact with their environment. Prior research has demonstrated that these traits can predict cultural and social behaviors, including musical preferences, leisure activities, and social affiliations. In particular, the Big Five personality model—comprising neuroticism, extraversion, openness to experience, agreeableness, and conscientiousness—provides a comprehensive framework for analyzing how personality traits influence preferences and choices in the cultural domain.

¹ Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran(Corresponding Author).smaghsoodi@uk.ac.ir

² Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. shahimohammad518@gmail.com

Music, as a universal form of cultural expression, bridges civilizations and societies, conveying emotions and fostering connections between individuals. It is frequently referred to as the “language of emotions” and serves as a key medium through which individuals communicate inner feelings, establish social bonds, and develop a sense of belonging. In contemporary society, characterized by rapid technological advancements and ubiquitous access to media, music has become one of the most accessible and cost-effective forms of entertainment, particularly among youth. Adolescents often spend significant portions of their daily lives consuming music, integrating it into both private and social experiences. From a sociological perspective, music can convey social meanings and contribute to identity formation, while theorists such as Weber, Adorno, and Bloch have highlighted its structural and symbolic significance in society. Adorno, in particular, distinguished between “highbrow” classical music and “popular” music, noting that the latter reflects consumer culture and social homogenization. In Iran, studies indicate that a substantial portion of produced music falls within popular genres, with pop music dominating the listening habits of adolescents and youth. Despite numerous studies on music consumption in various populations, limited research has examined the direct influence of personality traits on the musical preferences of male adolescents in smaller urban contexts, such as Rafsanjan.

Theoretical Background

Personality is broadly defined as the dynamic organization of psychological and physiological processes within an individual that influences behavior and thought patterns across contexts. It allows for the prediction of behavioral responses in different situations. Among the most influential theories of personality is the Big Five model developed by Costa and McCrae. The five dimensions are:

1. **Neuroticism:** The tendency to experience negative emotional states, such as anxiety, irritability, and emotional instability. Highly neurotic individuals may respond intensely to stress and exhibit heightened emotional sensitivity.
2. **Extraversion:** Characterized by sociability, assertiveness, and enthusiasm. Extraverted individuals seek social interaction, enjoy being the center of attention, and are drawn to stimulating and high-energy activities.
3. **Openness to Experience:** Reflects a person’s inclination toward creativity, curiosity, and willingness to engage with novel ideas and experiences.

4. **Agreeableness:** Encompasses traits such as kindness, cooperativeness, and empathy. Agreeable individuals tend to prioritize harmony in social relationships and demonstrate a collaborative approach in group settings.
5. **Conscientiousness:** Involves self-discipline, organization, and goal-oriented behaviors. Conscientious individuals are methodical, responsible, and persistent in achieving objectives.

Each of these traits is associated with unique behavioral tendencies that may influence cultural and artistic engagement, including musical preferences. The consumption of music serves both as an expression of personality and as a means of identity construction. Adolescents often gravitate toward music that aligns with their emotional states, social orientation, and cognitive styles.

Literature Review

Previous studies have highlighted the relationship between personality and music preferences. Domestic research indicates that Iranian youth exhibit strong preferences for pop, rap, and rock genres, with local and traditional music occupying a smaller share of their listening habits. Research by Heydarpanah et al. (2017) and Parvaei (2023) demonstrated that emotional and social content in music, particularly romantic and socially themed lyrics, is most appealing to adolescents, reflecting their developmental stage and psychological needs. Furthermore, studies have shown that extraverted individuals tend to prefer high-energy and rhythmic music, while individuals with higher neuroticism show a preference for emotionally intense music genres, such as metal or rock.

International studies corroborate these findings. Mortonson (2023) explored the role of music in spiritual development among Finnish youth, highlighting the capacity of music to address existential questions and shape early spiritual experiences. Yu (2022) examined the benefits of integrating popular music into educational curricula in China, concluding that music can enhance engagement and facilitate learning by resonating with students' everyday experiences. Kong (2018) emphasized that social context significantly influences music preferences, suggesting that listening to music serves both aesthetic and socializing functions among adolescents. These studies collectively suggest that personality traits, social environment, and cultural exposure are intertwined determinants of musical taste.

Research Objectives and Hypotheses

This study aims to examine the influence of personality traits on the musical taste of male high school students in Rafsanjan. Specifically, it seeks to determine how each of the Big Five traits neuroticism, extraversion, openness, agreeableness, and conscientiousness—predicts students' preferences for music genres, content, and overall engagement. The hypotheses of this research are:

1. Neuroticism is significantly associated with musical taste.
2. Extraversion is significantly associated with musical taste.
3. Openness to experience is significantly associated with musical taste.
4. Agreeableness is significantly associated with musical taste.
5. Conscientiousness is significantly associated with musical taste.

Methodology

This quantitative study employed a survey design. The population comprised all male high school students in Rafsanjan, Iran. Using Cochran's formula, a sample of 375 students was selected through multi-stage cluster sampling. Data were collected using the Goldberg Big Five Personality Questionnaire (1999) and a researcher-designed Musical Taste Questionnaire, which measured music consumption across four dimensions: frequency, genre, content, and general attitude. The reliability of the personality questionnaire was previously established with a Cronbach's alpha exceeding 0.7, while the musical taste questionnaire demonstrated a Cronbach's alpha of 0.81. Data analysis was performed using SPSS, employing descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple regression to explore the relationships between personality traits and musical preferences.

Results

Analysis revealed that pop music (53.1%) and rap/rock (43.2%) were the most preferred genres among students, whereas local and traditional music were less favored. Regarding content, romantic music dominated (58.9%), with religious music being the least consumed (11%). Approximately 41.3% of students identified as highly engaged with music, highlighting the central role of musical engagement in this population.

Correlation analysis indicated positive and significant relationships between musical engagement and both agreeableness and neuroticism, while extraversion exhibited a negative relationship with overall musical engagement. Regression analysis demonstrated that agreeableness was the strongest predictor of musical taste,

followed by neuroticism and conscientiousness. Extraversion and openness to experience did not significantly predict general musical engagement. In terms of genre-specific preferences, neuroticism was not significantly associated with genre selection but was positively correlated with content dimensions such as romantic, mystical, socio-cultural, and themes of failure or despair. Extraversion was positively related to religious and rap/rock music and content reflecting romantic, socio-cultural, religious, and failure-based themes. Openness to experience showed positive relationships with pop, traditional, local, and rap/rock genres, as well as content across multiple emotional and social dimensions. Agreeableness was positively associated with pop, religious, and rap/rock genres and socio-cultural and religious content, while conscientiousness predicted preference for pop music and content with romantic, socio-cultural, and failure-oriented themes.

Discussion

The findings indicate that personality traits significantly influence musical taste among male adolescents. Students with higher agreeableness and neuroticism exhibited greater musical engagement, whereas extraverted students showed less overall engagement. Genre and content preferences were also shaped by personality traits, reflecting the complex interplay between emotional, cognitive, and social factors in music consumption. The prominence of pop and rap/rock music suggests a generational shift away from traditional genres, likely influenced by media exposure, social networks, and cultural trends. Romantic content's dominance aligns with adolescents' heightened emotional sensitivity and developmental stage, highlighting music's role in fulfilling affective and social needs.

These results support prior research indicating that personality traits predict cultural consumption patterns and underscore the importance of considering individual differences in educational and cultural programming. By understanding the links between personality and musical preferences, educators, policymakers, and cultural organizers can tailor interventions, curriculum designs, and cultural initiatives to align with adolescents' psychological and emotional profiles. Moreover, these insights may help mitigate cultural homogenization, encourage engagement with diverse musical forms, and strengthen cultural identity.

Conclusion

This study provides empirical evidence that personality traits significantly shape musical taste among male high school students in Rafsanjan. Agreeableness emerged

as the most influential predictor of musical engagement, followed by neuroticism and conscientiousness. These findings reinforce the notion that individual differences in personality influence both the type of music consumed and the emotional content that resonates with adolescents. Music not only serves as entertainment but also as a vital component of socialization, identity formation, and cultural participation.

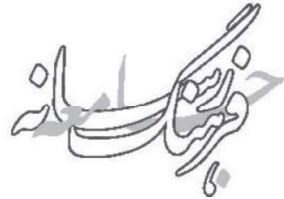
Educational institutions, cultural organizations, and policymakers can leverage these findings to promote positive engagement with music, support emotional and social development, and guide adolescents toward culturally meaningful musical experiences. Future research should examine longitudinal patterns, include female populations, and explore the moderating effects of peer influence, media exposure, and socio-economic factors on the relationship between personality traits and musical preferences. Understanding these dynamics will further illuminate the intricate relationship between personality and culture, providing valuable insights for education, psychology, and the arts.

Bibliography

- Afsharian, N., & Saadipour, I. (2016). Boundaries of distinction in cultural goods consumption: Music consumption among youth – A case study of Allameh Tabataba'i University students. *Communication Research*, 23(86), 85–104. (In Persian)
- Asgari, A. (2017). Preferred music type based on perceived stress and personality traits of students. *6th Congress of Iranian Psychological Association*, Tehran. (In Persian)
- Delsing, M. J., Ter Bogt, T. F., Engels, R. C., & Meeus, W. H. (2008). Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*, 22(2), 109–130.
- Emamjomeh, F. (2019). The sociology of cultural music consumption in metropolitan Tehran. *Urban Sociological Studies*, 9(31), 1–32. (In Persian)
- Ercegovac, I. R., Dobrota, S., & Kusuevic, D. (2015). Relationship between music and visual art preferences and some personality traits. *Empirical Studies of the Arts*, 33(2), 207–227.
- Ghaderi, D. (2012). Examining the relationship between the Big Five personality traits, happiness, and sports success among national, professional, and amateur athletes of East Azerbaijan. *Behavioral Sciences*, 4(11), 107–136. (In Persian)
- Gharbi, M. R., Koushki, A., & Askari, H. (2022). Music consumption and its relation with cultural capital: A qualitative study in Tehran. *Society, Culture and Media*, 11(45), 159–188. (In Persian)
- Heidari, A., Mokhtari, M., & Khanmohammadi, E. (2017). The relationship between types of collective identity and music consumption: A case study of Yasouj University students. *Applied Sociology*, 28(1), 159–184. (In Persian)

- Heidarpanah, H., Behian, S., & Vahida, F. (2021). The role of new media in shaping youth music consumption. *New Media Studies*, 7(28), 339–374. (In Persian)
- Jafari Nejad, H., Saadipour, I., Haji Hasani, M., & Mohammad
- Jani, H. (2012). Relationship between personality traits, study methods, and academic achievement among undergraduate students of Allameh Tabataba'i University, Tehran. *Quarterly Journal of Educational Psychology*, 8(25), 36–56. (In Persian)
- Khodabakhshi, M., & Nourifard, M. (2013). Comparing personality traits, locus of control, and creativity among traditional musicians, pop musicians, and non-musicians. *2nd Iranian Congress of Social Psychology*, Tehran. (In Persian)
- Khoraskian Mojmbari, A., Ghazi Nezam, S., & Ghanifar, M. H. (2014). Relationship between Big Five personality traits and quality of life. *Psychological Research*, 6(22), 99–109. (In Persian)
- Khormaei, F., & Farmani, A. (2014). Psychometric analysis of the short form of the Big Five personality questionnaire. *Psychological Methods and Models*, 4(16), 29–39. (In Persian)
- Kok, K., North, A. C., Hamamura, T., & Liew, K. (2024). Music consumption and uses in Japan. *Psychology of Music*, 03057356241234071.
- Kong, S. H. E. (2018). A study of young students' musical preferences in contemporary Hong Kong. In *Public policy and social change: Perspectives, challenges and future directions* (pp. 89-115). Nova Science Pub Inc.
- Langmeyer, A., Guglhör-Rudan, A., & Tarnai, C. (2012). What do music preferences reveal about personality?. *Journal of individual differences*. 33 (2).
- Mirian, M., Asadi, H., & Eslami, S. (2021). An Adorno-based analysis of the theory of cultural industry and commodification in Iranian music from a sociological perspective. *Sociological Studies*, 14(53), 71–89. (In Persian)
- Mohammadi, Z., Rabiei, A., & Irannejad Mizan, R. (2023). Music taste of teachers and related factors. *Society, Culture and Media*, 12(46), 85–105. (In Persian)
- Murtonen, S. (2023). The role of music in young adults' spiritual development. In *Issues in Spiritual Formation in Early Lifespan Contexts* (pp. 107-121). Routledge.
- Noradi, M. (2021). Relationship between personality traits, social support, life satisfaction, and academic performance among students. *Quarterly Journal of Management and Educational Outlook*, 3(2), 99–127. (In Persian)
- Omidi, E., Ghasemi, Y., & Sepidnameh, B. (2022). A sociological analysis of generational taste in music consumption: A case study of Khazal tribe in Ilam. *Sociology of Culture and Art*, 4(1), 195–219. (In Persian)
- Parvaei, S. (2023). Women and music consumption: A qualitative study on women's musical taste. *Women in Culture and Art*, 15(1), 1–27. (In Persian)
- Rahmati, M. M., & Moradi, S. (2010). Social distribution of consumption patterns: Examining artistic tastes in Tehran. *Sociology of Art and Literature*, 2(1), 5–32. (In Persian)

- Razeghi, N., Alizadeh, M., & Alinejad, K. (2020). A sociological analysis of women's role and position in popular music: Developing a grounded theory. *Sociology of Culture and Art*, 2(1), 26–47. (In Persian)
- Ronaghi, M., & Nazeri, S. (2015). Examining the role of musical taste on cultural capital. *2nd International Conference on Behavioral Sciences and Social Studies*, Istanbul, Turkey. (In Persian)
- Samim, R., & Ghasemi, V. (2009). Tendency to consume popular music and aggression among students: A case study of University of Isfahan students. *Iranian Cultural Research*, 2(4), 243–262. (In Persian)
- Taberi, R., & Karimi, F. (2015). Relationship between personality traits and problem-solving strategies among undergraduate nursing students of Isfahan University of Medical Sciences. *Iranian Journal of Medical Education*, 15(76), 613–622. (In Persian)
- Widiger, T. A., & Oltmanns, J. R. (2017). Neuroticism is a fundamental domain of personality with enormous public health implications. *World psychiatry*, 16(2), 144–145.
- Yousefizadeh, D., & Balvardi, Z. M. (2017). Comparing neurotic personality traits among two groups: Eulogists and pop singers in Kerman. (In Persian)
- Yu, L. (2022). Benefits of integrating popular music in primary and secondary schools: A case study of Xi'an City, Shaanxi Province, China. *Journal of Popular Music Education*.
- Zibakalam Mofrad, F., Hosseini, A. S., & Asoudeh, H. (2014). Music analysis from the perspective of Theodor Adorno and its implications for education. *Journal of Value Studies in Education*, 1(2), 7–30. (In Persian)



سال چهاردهم / پاییز ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

ذائقه موسیقایی دانش‌آموزان پسر

(مورد مطالعه: شهر رفسنجان)

سوده مقصودی^۱، محمد حسن شاهی راویز^۲

تاریخ دریافت: ۰۳/۱۲/۸، تاریخ تایید: ۰۴/۸/۲۶

DOI: 10.22034/scm.2025.470402.1787

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر ذائقه موسیقایی دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه دوم شهر رفسنجان، کرمان بود. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانش‌آموزان پسر متوسطه دوم شهر رفسنجان، کرمان بود؛ که از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. شیوه نمونه‌گیری تحقیق نیز نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت گلدبرگ (۱۹۹۹) و پرسشنامه محقق ساخته‌شده ذائقه موسیقایی جمع‌آوری شدند. یافته‌ها نشان داد که بین گرایش موسیقایی با توافق‌پذیری و روان‌رنجوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. اما بین احساس گرایش موسیقایی و برون‌گرایی رابطه منفی و معناداری مشاهده شد. همچنین از بین متغیرهای شخصیتی، عامل شخصیتی توافق‌پذیری بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی گرایش موسیقایی دانش‌آموزان را دارد. پس از آن قدرت تبیین‌کنندگی روان‌رنجوری و سپس وجدان‌مداری در پیش‌بینی متغیر گرایش موسیقایی بیشتر است؛ بنابراین تفاوت‌های فردی در شخصیت ممکن است تا حدی نحوه تجربه موسیقی را تعیین کند.

واژه‌های کلیدی: ویژگی‌های شخصیتی، ذائقه موسیقایی، دانش‌آموزان.

^۱ گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)
smaghsoodi@uk.ac.ir

^۲ گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران
shahimohammad518@gmail.com

مقدمه

- هنر زبان مشترک و ملموس ملت‌های مختلف جهان است که می‌تواند باعث پیوند و همبستگی تمدن‌ها و اقوام مختلف شود. هنر انواع مختلفی دارد و یکی از این انواع موسیقی است. به موسیقی زبان احساسات گفته می‌شود. موسیقی همچون زبان، مقاصد از معنای ارتباطی دارد (رازقی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۹). موسیقی بخشی از فعالیت‌های هنری است که بشر از آن برای ابراز احساسات متنوع مانند عشق، دوستی، حزن و... ارسال پیام و ایجاد حس همبستگی و همدلی استفاده می‌کنند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۰). موسیقی، کالایی هنری و فرهنگی در زندگی روزانه محسوب می‌شود و کارکردهای مختلفی دارد. موسیقی سرگرمی در دسترس و بسیار کم‌هزینه و حتی رایگان است که با گسترش اینترنت، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مصرف انواع موسیقی برای همه طبقات اجتماعی در دسترس و امکان‌پذیر شده است (پروائی، ۱۴۰۲: ۳). از نظر تارانت^۱ و همکاران (۲۰۰۲) موسیقی مجرای برای گریز از تنش‌ها، تنهایی، روزمرگی و افزایش نشاط زندگی فردی و جمعی است (غربی، ۱۴۰۱: ۱۶۰). افراد از موسیقی برای ابزار هویت، تنظیم خلق‌و‌خو و اجتماعی شدن استفاده می‌کنند (Kok et al, 2024).
- از نظر وبر^۲، آدورنو^۳، بلوخ^۴ موسیقی یک زبان و دارای نشانه‌های معین با نظامی مشخص و دستور زبان است. در واقع موسیقی قادر است از اصواتی که بنا به قواعدی مشخص، قابل تبیین و توصیف هستند معنایی به وجود آورد که ما آن‌ها را به شکلی درک می‌کنیم که برای خودمان به کلام قابل‌درک نیست. این معناها آنجایی قابل‌فهم می‌شوند که جنبه اجتماعی پیدا می‌کنند؛ یعنی ما بتوانیم آن‌ها را به جامعه و تاریخی که این معناها در آن تدوین شده‌اند، مرتبط کنیم (حیدرپناه و همکاران، ۱۳۹۶: ۳).
- آدورنو از دو حوزه موسیقی اصیل و فاخر و موسیقی عامه‌پسند صحبت می‌کند. وی موسیقی فاخر را موسیقی منتقد و بازتابی معرفی می‌کند و معتقد است که این نوع موسیقی با موقعیتی که در آن است (وضع حاضر) مخالفت می‌ورزد. وی این موسیقی را هنری واقعی می‌داند. در برابر موسیقی اصیل و فاخر، آدورنو موسیقی عامه‌پسند را موسیقی

¹ Tarrant

² Weber

³ Adorno

⁴ Bloch

غیرانتقادی و غیربازتابی معرفی می‌کند و بیان می‌کند که این نوع موسیقی شخصیت غیرانتقادی دارد و آگاهی کاذب و تفکر این همانی را از طریق فرم کالایی‌اش مجسم می‌کند (زیباکلام مفرد و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۳). نتایج پژوهش واحدیان و همکاران (۱۳۸۷) نشان داد که حدود ۹۵ درصد کل آثار تولیدشده در هر نوع موسیقی شامل موسیقی مردم‌پسند و حدود ۵ درصد موسیقی جدی (عالمانه) است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲: ۸۷). بر اساس نتایج پژوهش‌های پیشین، مصرف موسیقی پاپ پرمصرف‌ترین گونه موسیقی در بین افراد به‌ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان است (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶؛ حیدرپناه و همکاران، ۱۳۹۶).

حق‌شناس (۱۳۸۵) شخصیت را به‌عنوان مجموع ویژگی‌های روانی، فیزیکی، هیجانی و اجتماعی تعریف می‌کند که شخص را موجودی متمایز و متفاوت از دیگر افراد می‌سازد. این ویژگی‌ها در زندگی روزمره به صفات پایدار در خلال زمان بازمی‌گردند که موقعیتی به موقعیت دیگر تغییر نکرده و به ماهیت وجود فرد اشاره می‌کند. رفتار ما تحت تأثیر این ویژگی‌های شناختی و هیجانی قرار دارد برای پیش‌بینی رفتار باید این ویژگی‌ها موردبررسی قرار گیرد (کراسکیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۲). تحقیقات متعددی نشان داده است که ویژگی‌های شخصیتی در سلیقه موسیقیایی افراد مؤثر است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲؛ لاجرمی^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). با در نظر گرفتن مطالب ذکر شده و همچنین با توجه به مطالعاتی که مصارف فرهنگی (مصرف موسیقی) را یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت نوجوانان ذکر می‌کند اهمیت مطالعات مصارف فرهنگی نوجوانان بیش‌ازپیش نمایان می‌شود. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع سؤال اصلی پژوهش این‌گونه طرح می‌شود: آیا ویژگی‌های شخصیتی بر دایره موسیقیایی دانش‌آموزان پسر تأثیر دارد؟

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

شخصیت عبارت است از سازماندهی پویای روان فیزیولوژیکی درون فرد که رفتار و افکار فرد را تعیین می‌کند. شخصیت آن چیزی است که امکان پیش‌بینی آن چه را که یک شخص در موقعیت معینی انجام خواهد داد، می‌دهد (طاهری و کریمی، ۱۳۹۴: ۶۱۳). از بین نظریه‌های مهم شخصیت می‌توان به الگوی پنج عاملی کاستا و مک کری^۲ (۱۹۹۲) اشاره کرد. این پنج

^۱ Langmeyer

^۲ Costa & mc care

عامل عبارتند از: روان‌رنجوری^۱، برون‌گرایی^۲، توافق‌پذیری^۳، باوجدان بودن^۴ (وظیفه‌شناسی) و گشودگی به تجربه^۵ که هر یک از این عوامل در بروز رفتارها افراد دارای اهمیت می‌باشند (جعفری نژاد و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۸).

روان‌رنجورخویی به تجربه تأثیرات منفی از جمله خشم، اضطراب، خودآگاهی، تحریک‌پذیری، بی‌ثباتی عاطفی و افسردگی اشاره دارد (Widiger & Oltmanns, 2017: 144). آیزنک^۶ (۱۹۹۰) معتقد است فرد برون‌گرا از مهمانی خوشش می‌آید، دوستان بسیاری دارد، به سخن گفتن با دیگران نیاز دارد. مشتاق تحریک و هیجان و خطرپذیر است. ناگهانی عمل می‌کند و میل دارد دیگران را دست بیندازد، خوش‌بین و بی‌خیال است. توانایی احساسات خود را ندارد، تمایل به پرخاشگری دارد و زود از کوره در می‌رود و آدم‌چندان پایداری نیست (کراسکیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۲). توافق‌پذیری به تمایل افراد به همسان بودن با دیگران مرتبط است. افراد با ویژگی توافق‌پذیری، مهربان، قابل‌اعتماد، نوع‌دوست، روراست و دارای ویژگی از خودگذشتگی، متواضع و فروتن و خوش‌قلب هستند (نورادی، ۱۴۰۰: ۱۰۶). وظیفه‌شناسی به توانایی برنامه‌ریزی کردن، سازمان دادن و کامل کردن تکالیف رفتاری اشاره دارد. بعد گشودگی به افراد علاقه‌مند به فرهنگ و افرادی که به فعالیت‌ها و هیجان‌های نو علاقه دارند مربوط می‌شود (قادری، ۱۳۹۱: ۱۰۹).

سلیقه‌های هنری و مصارف فرهنگی از اهمیتی ویژه برخوردارند، زیرا کالاهای فرهنگی عناصری اساسی از نظام فرهنگ به شمار می‌روند. بنابراین، می‌توانند تعیین‌کننده برخی جهت‌گیری‌های کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی باشند. امروزه رشد و گسترش فزاینده رسانه‌های همگانی، دسترسی به کالاهای فرهنگی و هنری را نسبت به گذشته آسان‌تر ساخته است. افراد قادرند به کمک اینترنت به انواع موسیقی، فیلم و آثار ادبی دست یابند (رحمتی و مرادی، ۱۳۸۹: ۹). آدورنو^۷ یکی از اولین نظریه‌پردازان دوره مدرن است که به‌طور جدی به ویژگی‌های موسیقی پرداخته است (زیباکلام مفرد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱). وی معتقد است صنعت فرهنگ به‌واسطه استانداردسازی و یکسان‌سازی در میان روابط میان انسان‌ها و کالاها

¹ Neuroticism

² Extraversion

³ Agreeableness

⁴ Conscientiousness

⁵ Openness

⁶ Eysenck

⁷ Adorno

تبدیل به مقوله شئی‌انگاری و بت‌وارگی گردیده که به دنبال آن ارزش خاص مصرفی و ارزش مبادله‌ای کالا را به دنبال دارد. بنابراین با تأکید بر سود انگاری حاصل از روند کالا شدن اثر هنری که باعث از میان رفتن خودمختاری در اثر هنری و موسیقی فاخر در میان توده مردم گردیده است (میریان و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۵). آدورنو به مسائلی از جمله ساختار موسیقایی، تمایز موسیقی عامه‌پسند با موسیقی فاخر، ارتباط موسیقی و جامعه، موسیقی و زبان، کل و جزء در موسیقی می‌پردازد. وی موسیقی را نه پدیده‌ای سرگرم‌کننده بلکه پدیده‌ای با ویژگی شناختی، زبانی، ایدئولوژیک و آگاهی‌بخش می‌داند که قادر است انسان را در رهایی از سلطه فرهنگ و صنعت یاری کند (زیباکلام مفرد و همکاران، ۱۳۹۳).

بورديو^۱ از مصرف موسیقی به‌عنوان ابزار تمایزبخشی استفاده می‌کند. از نظر او مصرف موسیقی این کارکرد اجتماعی را دارد که به تمایزهای اجتماعی طبقات مشروعیت ببخشد. تمایزهای اجتماعی را در مجموعه متنوعی از عادت‌واره‌های اجتماعی و سلیقه‌های انتخابی می‌بیند. او بر این باور است که طبقات اجتماعی مبتنی بر سرمایه‌هایی که از آن برخوردارند و عادت‌واره‌های که این سرمایه‌ها در افراد شکل می‌دهند، ذائقه یا سلیقه موسیقایی متمایزی دارند. از نظر او، تمایز طبقاتی در ذائقه موسیقایی مخاطبان وجود دارد؛ بدین شکل که طبقات اجتماعی بالا ذائقه موسیقایی متعالی و نخبه‌پسند و طبقات اجتماعی پایین، ذائقه موسیقایی عامه‌پسند دارند (پروائی، ۱۴۰۲: ۵).

شوارتز^۲ (۲۰۰۴) معتقد است موسیقی در زندگی شخصی و اجتماعی نوجوانان از اهمیت زیادی برخوردار است، آن‌ها درحالی‌که در وسیله نقلیه‌شان هستند یا در خیابان‌ها راه می‌روند به موسیقی گوش می‌دهند. سالانه میلیون‌ها دلار صرف خرید نوارهای ضبط‌شده می‌شود. نوجوانان در بین پایه‌های هفتم تا دوازدهم بیش از ۱۰۰۰۰ ساعت از وقتشان را صرف گوش دادن به موسیقی می‌کنند. اهمیت موسیقی در زندگی جوانان به صورتی است که آن‌ها برای برآورده کردن نیازهای اجتماعی، عاطفی از آن استفاده می‌کنند (افشاریان و سعدی پور، ۱۳۹۵: ۹۰).

در ایران و جهان درباره موسیقی به‌عنوان امری اجتماعی تحقیقاتی انجام شده است که در اینجا به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

نتایج پژوهش پروائی (۱۴۰۲) با عنوان "زنان و مصرف موسیقی پژوهشی کیفی درباره ذائقه موسیقایی زنان" بیانگر این بود که ذائقه موسیقایی مخاطبان امر از قبل تعیین‌شده نیست، بلکه

^۱ Bourdieu

^۲ Shwartz

نتیجه تعامل پس‌زمینه‌های فردی و خاستگاه اجتماعی مخاطبان است؛ این به معنای اجتماعی بودن ذائقه موسیقایی افراد است. تجربه زیسته زنان نشان می‌دهد سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، منابع هویتی چندگانه و منابع رسانه‌ای سرمایه موسیقایی آن‌ها را شکل می‌دهد.

محمدی و همکاران (۱۴۰۲) با مطالعه "ذائقه موسیقایی فرهنگیان و عوامل مرتبط با آن" نشان دادند معلمانی که سرمایه فرهنگی زیادی داشتند، بیش از دیگران از موسیقی استفاده می‌کردند و نوع موسیقی مورد استفاده آن‌ها نیز بیشتر کلاسیک و سنتی بود.

امیدی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان "تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه نسلی مصرف موسیقی (میدان مطالعه: ایل خزل در شهر ایلام)" به این نتیجه رسیدند که با تغییرات روزافزون در سبک زندگی، موسیقی نیز در معرض تغییر قرار گرفته و ارزش هنری آن کم‌رنگ شده است. در این میان ذائقه نسل جدید بر اساس توده‌گرایی و انتخاب موسیقی توده شکل گرفته است. از سوی دیگر نسل پیشین که بیشتر به سنت‌ها و هنر پایبندی دارد، از این تغییرات دور مانده و در حال انطباق با شرایط موجود و پذیرش تنوع در موسیقی است. این موضوع حکایت از به حاشیه رفتن موسیقی اصیل و فاخر ایل دارد.

نتایج مطالعه امام‌جمعه (۱۳۹۸) با عنوان "جامعه‌شناسی مصرف فرهنگی موسیقی در کلانشهر تهران" بیانگر این بود که دو نوع موسیقی سنتی و پاپ و انواع مختلف آن در جامعه ایران رواج دارد به طوری که ۴۴/۴ درصد افراد به موسیقی سنتی و بقیه به موسیقی پاپ و انواع مختلف آن گرایش دارند. صداوسیما به‌عنوان مهم‌ترین جریان تأثیرگذار در اطلاع‌رسانی، در زمینه موسیقی اطلاع‌رسانی نمی‌کند. عمده‌ترین جریان‌های بحران‌زا در نشر موسیقی مربوط به مسائل فرهنگی و سبک زندگی مردم است که ناشی از فرهنگ مصرفی نسل امروز است. اکثریت افراد با موسیقی تلفیقی موافق هستند که این رقم برابر با ۶۰ درصد بود.

حیدری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به "بررسی رابطه گونه‌های هویت جمعی با مصرف گونه‌های موسیقایی نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج" پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده بیانگر این بود که مصرف موسیقی پاپ و موسیقی کلاسیک غربی به ترتیب پرمصرف‌ترین و کم‌مصرف‌ترین گونه‌های موسیقی دانشجویان بودند. بین هویت قومی با مصرف موسیقی محلی، پاپ و مذهبی رابطه مثبت و معنادار و با موسیقی سنتی و غربی رابطه غیرمعنادار وجود داشت. بین هویت ملی با مصرف موسیقی غربی و پاپ رابطه منفی و معنادار و با موسیقی مذهبی مثبت و معنادار بود.

حیدر پناه و همکاران (۱۳۹۶) با "بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران" به این نتیجه رسیدند که بیشترین علاقه‌مندی جوانان به سمت موسیقی پاپ نسل دوم و سپس موسیقی رپ است. بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه فرهنگی فرد و سن با مصرف موسیقی رابطه مثبت وجود دارد، ولی بین جنسیت با مصرف موسیقی رابطه معناداری وجود نداشت.

عسگری (۱۳۹۶) در پژوهشی به مطالعه "نوع موسیقی موردعلاقه بر اساس استرس ادراک‌شده و صفات شخصیتی دانشجویان" پرداخت. نتایج نشان داد که تم‌های مختلف موسیقی به‌طور نسبی موجب تغییر در استرس شدند و تیپ‌های شخصیتی متنوع به نوع خاصی از موسیقی گرایش داشتند. در نتیجه افراد برون‌گرا بیشتر موسیقی سنتی گوش می‌دهند و افراد با صفات شخصیتی روان‌رنجوری به موسیقی متال و راک گرایش دارند. نتایج در رابطه با سایر انواع صفات شخصیت (انعطاف‌پذیری، دلیپذیر بودن و باوجدان بودن) معنادار نبودند. افرادی که استرس ادراک‌شده آن‌ها در سطح بالایی قرار داشت بیشتر نوع موسیقی متال و راک گوش می‌دادند. بین شنیدن موسیقی (رپ، راک و متال) و تیپ شخصیتی (روان‌رنجوری و برون‌گرایی) ارتباطی وجود نداشت. یافته‌ها نشان داد کمترین میزان استرس ادراک‌شده در هنگام گوش دادن به موسیقی کلاسیک ایرانی و بیشترین میزان در هنگام شنیدن موسیقی مردم‌پسند غربی است. رابطه معناداری بین شنیدن موسیقی (کلاسیک غربی، کلاسیک ایرانی، مردم‌پسند ایرانی، مردم‌پسند غربی) با تیپ شخصیتی انعطاف‌پذیری، دلیپذیر بودن و باوجدان بودن وجود داشت.

نتایج مطالعه رونقی و ناظری (۱۳۹۴) با عنوان "بررسی نقش ذائقه موسیقایی بر سرمایه فرهنگی" بیانگر این بود که ارزش‌ها و نموده‌های فرهنگی و هنری در سه شاخص: ۱ - تجسم‌یافته یا سرمایه بدنی و فردی (مهارت ذهنی، مهارت در ارائه موسیقی) ۲ - عینی (مصرف کالاهای فرهنگی، تملک کالاهای فرهنگی، علاقه‌مندی به هنر) ۳ - نهادی (تأثیرگذاری عوامل مؤثر در گرایش به موسیقی) بر ذائقه موسیقایی تأثیرگذار هستند.

خدابخشی و نوری فرد (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان "مقایسه ویژگی‌های شخصیت، منبع کنترل و خلاقیت نوازندگان موسیقی سنتی، موسیقی پاپ و افراد غیرنوازنده" به این نتیجه رسیدند که در مقیاس منبع کنترل و همچنین خرده مقیاس‌های روان‌رنجور خوبی و انعطاف‌پذیری بین سه گروه تفاوت معناداری وجود دارد. گروه نوازندگان موسیقی پاپ تا

حدودی بیشتر نسبت به دو گروه دیگر دارای منبع کنترل بیرونی بودند. گرایش‌های روان‌رنجور خوبی در گروه نوازندگان موسیقی پاپ بیشتر از میانگین جامعه می‌باشد و دو گروه نوازندگان موسیقی سنتی و افراد غیر نوازنده میانگینی پایین‌تر از میانگین جامعه دارا بودند. انعطاف‌پذیری در گروه نوازندگان موسیقی سنتی بیشتر از میانگین جامعه بود و دو گروه نوازندگان موسیقی پاپ و افراد غیرنوازنده میانگینی پایین‌تر از جامعه دارا بودند.

کوک^۱ و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان "مصرف و استفاده از موسیقی در ژاپن" به این نتیجه رسیدند که ابعاد فرهنگی می‌تواند تا حدودی پیش‌بینی کند که چرا افراد به موسیقی خاصی گوش می‌دهند یا اهدافشان را در مصرف موسیقی دنبال می‌کنند. مورتونن^۲ (۲۰۲۳) با مطالعه "نقش موسیقی در رشد معنوی جوانان فنلاندی" نشان داد که موسیقی معنوی، شکل‌گیری معنویت جوانان را افزایش می‌دهد، زیرا موسیقی به‌خوبی با سؤالات زندگی فعلی جوانان و تجربیات دوران اولیه زندگی مرتبط است.

یافته‌های مطالعه یو^۳ (۲۰۲۲) با عنوان "مزایای ادغام موسیقی محبوب در مدارس ابتدایی و متوسطه: مطالعه موردی شهر شیان، استان شانسی، چین" حاکی از این بود که موسیقی عامه‌پسند می‌تواند در برنامه‌های درسی ادغام شود، اثربخشی تدریس را بهبود بخشد، یادگیری را برای دانش‌آموزان جذاب‌تر کند و با زندگی روزمره دانش‌آموزان ارتباط برقرار کند.

کونگ^۴ (۲۰۱۸) با "مطالعه ترجیحات موسیقی دانشجویان جوان در هنگ‌کنگ" نشان داد که عوامل اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی ترجیحات موسیقی دانش‌آموزان را شکل می‌دهد که تا حدی ارزش‌های اجتماعی در هنگ‌کنگ معاصر را منعکس می‌کند. علاوه بر این، این مطالعه نشان داد که گوش دادن به موسیقی نه‌تنها به‌عنوان یک فعالیت زیبایی‌شناختی و اوقات فراغت عمل می‌کند، بلکه به‌عنوان وسیله‌ای برای اجتماعی شدن نیز عمل می‌کند.

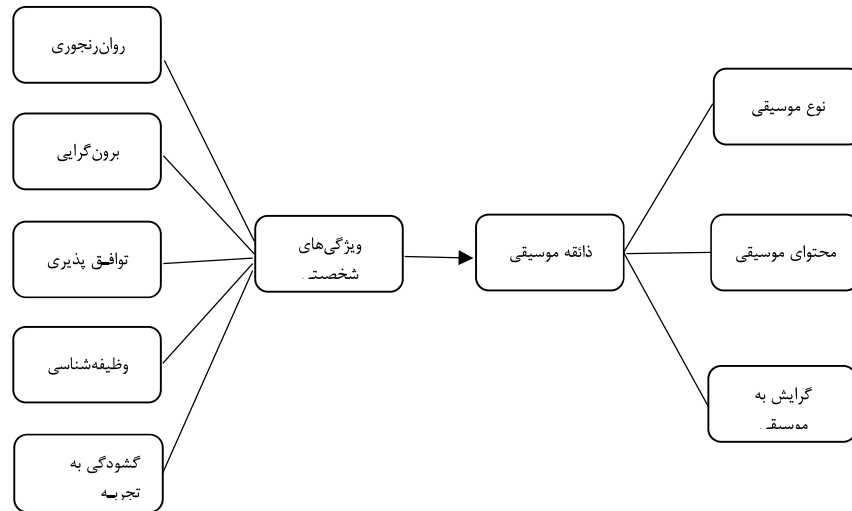
با توجه به دیدگاه‌های مطرح‌شده و تحقیقات صورت گرفته می‌توان نتیجه گرفت که توجه به ویژگی‌های شخصیتی افراد و مطالعه موسیقی از اهمیت بسیاری برخوردار است. در مطالعه حاضر متغیر ویژگی‌های شخصیتی از نظریه الگوی پنج عاملی کاستا و مک کری و متغیر ذائقه موسیقی از نظریه آدورنو و وبر استخراج شدند. به‌طور خلاصه، تبیین نظری مفاهیم تأثیرگذار بر ذائقه موسیقیایی در مدل مفهومی زیر ارائه شده است.

¹ Kok

² Murtonen

³ Yu

⁴ Kong



نمودار ۱- الگوى تحليلى

فرضيات پژوهش

- ۱- بين ويژگى روان رنجورى و دائمه موسيقى رابطه معنادارى وجود دارد.
- ۲- بين ويژگى برون گرايى و دائمه موسيقى رابطه معنادارى وجود دارد.
- ۳- بين ويژگى گشودگى به تجربه و دائمه موسيقى رابطه معنادارى وجود دارد.
- ۴- بين ويژگى توافق پذيرى و دائمه موسيقى رابطه معنادارى وجود دارد.
- ۵- بين ويژگى وجدان مدارى و دائمه موسيقى رابطه معنادارى وجود دارد.

روش پژوهش

اين تحقيق به روش پيمائش انجام گرفت. جامعه آمارى پژوهش حاضر كليۀ دانش آموزان پسر متوسطه دوم شهر رفسنجان، کرمان بود؛ که از اين تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. شيوه نمونه گيرى تحقيق نيز نمونه گيرى خوشه اى چندمرحله اى بود. داده ها با استفاده از پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصيت گلدبرگ (۱۹۹۹) و پرسشنامه محقق ساخته شده دائمه موسيقياى جمع آورى شدند. ويژگى هاى شخصيتى به عنوان متغير مستقل و دائمه موسيقياى به عنوان متغير وابسته در اين تحقيق مورد استفاده قرار گرفته است. پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصيت: اين پرسشنامه توسط گلدبرگ (۱۹۹۹) به منظور

سنجش شخصیت افراد طراحی و تدوین شده است. پرسشنامه دارای ۲۱ سؤال و شامل ۵ عامل روان‌رنجوری، توافق‌پذیری، وجدان‌مداری، برون‌گرایی و گشودگی در تجربه‌می‌باشد و بر اساس طیف چهارگزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافق، موافق، مخالف و کاملاً مخالف) به سنجش شخصیت افراد می‌پردازد. در پژوهش خرمائی و فرمانی (۱۳۹۳) روایی محتوایی و صوری و ملاکی این پرسشنامه مناسب ارزیابی شده است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه‌شده در پژوهش خرمائی و فرمانی (۱۳۹۳) برای این پرسشنامه بالای ۰/۷ برآورد شد.

پرسشنامه ذائقه موسیقایی: در تحقیق حاضر برای سنجش ذائقه موسیقایی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه شامل چهار بعد میزان مصرف، نوع، محتوا و نگرش کلی به موسیقی می‌باشد و بر اساس طیف چهارگزینه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) به ذائقه موسیقایی افراد می‌پردازد. در این پژوهش از اعتبار صوری (استفاده از نظرات و تجربیات صاحب‌نظران) بهره گرفته شد. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای این پرسشنامه بالای ۰/۸۱ برآورد شد.

پس از جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات در نرم‌افزار SPSS وارد می‌شوند و بعد از مرحله توصیف داده‌ها با استفاده از آمار استنباطی و آزمون‌های آماری رابطه بین متغیرهای پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد جهت ساختن شاخص‌هایی که تا حد امکان بتوانند متغیرهای مورد بررسی را اندازه بگیرند علاوه بر مشاوره با برخی از صاحب‌نظران و پژوهشگران از بعضی از پژوهش‌های نظری و تجربی پیشین نیز بهره گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱ نشان می‌دهد که به‌طور کلی انواع موسیقی پاپ (۵۳/۱ درصد) و رپ و راک (۴۳/۲ درصد) از پرتعدادترین ژانرهای موسیقی در بین دانش‌آموزان هستند و موسیقی محلی و سنتی با قرار گرفتن در پایین جدول جایگاه ویژه‌ای در بین دانش‌آموزان ندارند. اطلاعات جدول زیر بیانگر این موضوع است که بیشترین محتوایی که توسط دانش‌آموزان مورد استفاده قرار می‌گیرد موسیقی‌های با محتوای عاشقانه (۵۸/۹ درصد) هستند و موسیقی‌هایی با محتوای مذهبی (۱۱ درصد) خیلی کم توسط دانش‌آموزان شنیده می‌شوند. از بین دانش‌آموزان ۴۱/۳ درصد آن‌ها خود را به‌عنوان شیفتگان موسیقی معرفی کردند و این نشان‌دهنده گرایش بالای دانش‌آموزان نسبت به موسیقی بود.

جدول ۱- توزیع نوع، محتوا و گرایش موسیقایی دانش آموزان

نوع موسیقی	درصد از کل	محتوای موسیقی	درصد از کل	گرایش موسیقایی	درصد از کل
موسیقی پاپ	۵۳/۱	عاشقانه	۵۸/۹	موسیقی گریزان	۱/۱
موسیقی سنتی	۱۰/۶	عرفانی	۲۹/۶	بی‌اعتنایان به موسیقی	۱۹/۵
موسیقی محلی	۶/۷	اجتماعی- فرهنگی	۲۹/۶	افراد متوسط	۱۶/۸
موسیقی مذهبی	۱۴/۱	مذهبی	۱۱	موسیقی دوستان	۲۸/۳
موسیقی رپ و راک	۴۳/۲	شکست و ناامیدی	۲۸/۳	شیفتگان موسیقی	۴۱/۳

جدول زیر آزمون همبستگی پیرسون بین گرایش موسیقایی با سایر متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که بین گرایش موسیقایی با توافق پذیری و روان‌رنجوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین احساس گرایش موسیقایی و برون‌گرایی رابطه منفی و معناداری مشاهده شد.

جدول شماره ۲- ضریب همبستگی ویژگی‌های شخصیتی و گرایش موسیقایی

متغیر	آماره	وجدان‌مداری	توافق‌پذیری	گشودگی به تجربه	برون‌گرایی	روان‌رنجوری
گرایش موسیقایی	ضریب همبستگی	-۰/۰۵۹	۰/۵۳۰	۰/۰۳۸	-۰/۳۵۰	۰/۳۱۰
	سطح معناداری	۰/۲۵۱	۰/۰۰۰	۰/۴۶۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۷۵	۳۷۵	۳۷۵	۳۷۵	۳۷۵

$P < 0.05$

نتایج ضریب همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی و نوع موسیقی عبارتند از:

- ۱- بین ویژگی روان‌رنجوری نوع موسیقی رابطه معناداری وجود ندارد.
- ۲- بین ویژگی برون‌گرایی و موسیقی مذهبی و رپ و راک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۳- بین ویژگی گشودگی به تجربه و موسیقی پاپ، سنتی، محلی و رپ و راک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۴- بین ویژگی توافق پذیری و موسیقی پاپ، مذهبی و رپ و راک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۵- بین ویژگی وجدان‌مداری و موسیقی پاپ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۳- ضریب همبستگی ویژگی‌های شخصیتی و نوع موسیقی

نوع موسیقی ویژگی‌های شخصیتی		پاپ	سنتی	محلی	مذهبی	رپ و راک
روان‌رنجوری	ضریب همبستگی	۰/۱۲۴	۰/۰۷۶	-۰/۰۲۸	۰/۰۹۲	۰/۱۰۳
	سطح معناداری	۰/۰۷	۰/۰۷۹	۰/۴۳۲	۰/۳۷	۰/۰۲۷
برون‌گرایی	ضریب همبستگی	۰/۰۶۰	-۰/۰۳۹	۰/۰۷۶	۰/۱۳۵	۰/۱۲۴
	سطح معناداری	۰/۱۸۶	۰/۴۰۶	۰/۱۲۷	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳
گشودگی به تجربه	ضریب همبستگی	-۰/۱۰۸	۰/۱۱۲	۰/۱۸۹	۰/۰۰۴	۰/۱۸۱
	سطح معناداری	۰/۰۲۱	۰/۰۱۱	۰/۰۰۰	۰/۹۳۴	۰/۰۰۰
توافق پذیری	ضریب همبستگی	۰/۱۴۸	۰/۰۱۳	۰/۰۶۰	۰/۰۹۴	-۰/۱۰۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۱	۰/۸	۰/۱۹۶	۰/۰۴۷	۰/۰۱۶
وجدان‌مداری	ضریب همبستگی	۰/۱۲۵	۰/۰۰۰	۰/۰۳۷	۰/۰۱۱	۰/۰۷۷
	سطح معناداری	۰/۰۱۴	۰/۹۹	۰/۴۶۷	۰/۸۱۸	۰/۰۹۱

$P < 0.05$

نتایج ضریب همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی و محتوای موسیقی عبارتند از:

۱- بین ویژگی روان‌رنجوری و محتوای عاشقانه، عارفانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست‌ناامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲- بین ویژگی برون‌گرایی و محتوای عاشقانه، اجتماعی-فرهنگی، مذهبی و شکست‌ناامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۳- بین ویژگی گشودگی به تجربه و محتوای عاشقانه، عارفانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست-ناامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۴- بین ویژگی توافق پذیری و محتوای اجتماعی-فرهنگی و مذهبی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۵- بین ویژگی وجدان‌مداری و محتوای عاشقانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست-نامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۴- ضریب همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی و محتوای موسیقی

شکست و ناامیدی	مذهبی	اجتماعی و فرهنگی	عرفانی	عاشقانه	محتوای موسیقی	
					ویژگی‌های شخصیتی	
۰/۲۸۶	۰/۰۶۰	۰/۱۶	۰/۱۰۲	۰/۳۲۵	ضریب همبستگی	روان‌رنجوری
					سطح معناداری	
۰/۰۰۰	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱	۰/۰۱۹	۰/۰۰۱	ضریب همبستگی	برون‌گرایی
					سطح معناداری	
۰/۲۸۶	۰/۱۴۲	۰/۱۳۴	۰/۰۳۴	-۰/۱۸۶	ضریب همبستگی	گشودگی به تجربه
					سطح معناداری	
۰/۱۰۷	۰/۰۲۲	۰/۲۰۱	۰/۱۱۹	۰/۲۵۴	ضریب همبستگی	توافق‌پذیری
					سطح معناداری	
-۰/۲۲۹	۰/۱۶۹	۰/۱۲۴	۰/۰۷۶	۰/۰۱۳	ضریب همبستگی	وجدان‌مداری
					سطح معناداری	
۰/۱۸۲	۰/۰۰۸	۰/۱۵۰	۰/۰۰۶	۰/۲۶۰	ضریب همبستگی	وجدان‌مداری
					سطح معناداری	

$P < 0.05$

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری نشان داد که مدل ارائه‌شده (پنج خرده مقیاس شخصیت) ۲۹/۹ درصد از واریانس گرایش موسیقیایی را پیش‌بینی می‌کند. از بین متغیرهای شخصیتی، عامل شخصیتی توافق‌پذیری ($Beta = -0.456, P = 0.000$) بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی گرایش موسیقیایی دانش‌آموزان را دارد؛ یعنی به ازای یک انحراف معیار تغییر در متغیر توافق‌پذیری به اندازه ۰/۵۴۶ انحراف معیار تغییر در متغیر گرایش موسیقیایی در جهت منفی ایجاد می‌شود. پس‌از آن قدرت تبیین‌کنندگی روان‌رنجوری و سپس وجدان‌مداری در پیش‌بینی متغیر گرایش موسیقیایی بیشتر است. برون‌گرایی، گشودگی به تجربه نتوانستند از معیار عبور کنند و قدرت پیش‌بینی این متغیر را ندارند.

جدول شماره ۵- نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی گرایش موسیقایی

متغیرهای پیش‌بین	B	SE	Beta	T	P
مقدار ثابت	۳۹/۴۴۴	۵/۰۹۶	-	۷/۷۳۹	۰/۰۰۰
روان‌رنجوری	۰/۱۲۷	۰/۰۵۳	۰/۱۴۶	۲/۴۰۳	۰/۰۱۷
برون‌گرایی	-۰/۰۷۴	۰/۰۶۹	-۰/۰۶۷	-۱/۰۸۲	۰/۲۸۰
گودگی به تجربه	-۰/۰۰۷	۰/۰۷۸	-۰/۰۰۴	-۰/۰۹۲	۰/۹۲۷
توافق‌پذیری	-۰/۴۵۵	۰/۰۵۶	-۰/۴۵۶	-۸/۰۸۲	۰/۰۰۰
وجدان‌مداری	۰/۱۸۵	۰/۰۵۸	۰/۱۶۷	۳/۲۱۵	۰/۰۰۱
توجه:	۰/۵۵۷R=	۰/۳۱۰R ² =		۰/۲۹۹	ADJ.R ² =

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر ذائقه موسیقایی دانش‌آموزان پسر شهر رفسنجان، کرمان بود. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانش‌آموزان پسر متوسطه دوم شهر رفسنجان، کرمان بود؛ که از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر نشان داد که بیشترین علاقه‌مندی به سمت موسیقی پاپ و سپس موسیقی رپ و راک بود. این یافته با نتایج پژوهش حیدرپناه و همکاران (۱۳۹۶) هماهنگ بود. موسیقی محلی و سنتی در بین دانش‌آموزان جایگاه ویژه‌ای نداشت و این نشان‌دهنده تغییر ذائقه نسل‌های جدید است که کمتر به دنبال موسیقی فاخر هستند. صمیم و قاسمی (۱۳۸۸) معتقدند موسیقی مردم‌پسند به علت ویژگی‌های خاص موسیقی شناسانه‌ای که دارد با ویژگی‌های روحی جوانان سازگارتر است؛ بنابراین گرایش جوانان به این نوع موسیقی بیشتر است. بیشترین محتوای موسیقی که توسط دانش‌آموزان مورد استفاده قرار می‌گرفت موسیقی‌های با محتوای عاشقانه موسیقی با محتوای مذهبی خیلی کم توسط دانش‌آموزان شنیده می‌شد. در تبیین این یافته می‌توان گفت دانش‌آموزان به دلیل قرار گرفتن در سن بلوغ که سن عواطف و هیجان است، بیشتر تمایل به موسیقی با محتوای عاشقانه دارند تا مذهبی. همچنین نتایج نشان داد که دانش‌آموزان گرایش زیادی نسبت به موسیقی دارند.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بین گرایش موسیقایی با توافق‌پذیری و روان‌رنجوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که هر چه ویژگی شخصیتی توافق‌پذیری و روان‌رنجوری در افراد افزایش یابد میزان گرایش آن‌ها به موسیقی افزایش می‌یابد و بالعکس.

همچنین بین احساس گرایش موسیقایی و برون‌گرایی رابطه منفی و معناداری مشاهده شد. نتایج پژوهش دل‌سینگ^۱ و همکاران (۲۰۰۷) نیز بیانگر این بود که ترجیحات موسیقی به‌طور مداوم با ویژگی‌های شخصیتی مرتبط هستند.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر بین ویژگی روان‌رنجوری با نوع موسیقی رابطه معناداری وجود نداشت. اما بین ویژگی روان‌رنجوری و محتوای عاشقانه، عارفانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست-نامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. یوسفی زاده و بلوردی (۱۳۹۶) در پژوهشی با بررسی ویژگی شخصیتی روان‌نژندی در دو گروه خوانندگان و مداحان، به این نتیجه رسیدند که میزان ویژگی شخصیتی روان‌نژندی در خوانندگان پاپ بیشتر بود. نتایج مطالعه خدابخشی و نوری فرد (۱۳۹۲) حاکی از این بود که گرایش‌های روان‌رنجورخویی در گروه نوازندگان موسیقی پاپ بیشتر از نوازندگان موسیقی سنتی و افراد غیرنوازنده بود.

بین ویژگی برون‌گرایی و موسیقی مذهبی و رپ و راک و محتوای عاشقانه، اجتماعی-فرهنگی، مذهبی و شکست-نامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. این یافته با نتایج پژوهش لاجرمی^۲ و همکاران (۲۰۱۲) هماهنگ بود. آن‌ها در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که برون‌گراها، انواع موسیقی شاد و متعارف و پرانرژی و ریتمیک (مانند رپ/هیپ‌هاپ) را ترجیح می‌دهند.

بین ویژگی گشودگی به تجربه و موسیقی پاپ، سنتی، محلی و رپ و راک و محتوای عاشقانه، عارفانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست-نامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. بین ویژگی توافق‌پذیری و موسیقی پاپ، مذهبی و رپ و راک و محتوای اجتماعی-فرهنگی و مذهبی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. بین ویژگی وجدان‌مداری و موسیقی پاپ و محتوای عاشقانه، اجتماعی-فرهنگی و شکست-نامیدی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. با توجه به این‌که تاکنون تحقیقات کمی در رابطه با تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر ذائقه موسیقایی صورت گرفته است بنابراین در برخی نتایج، نمی‌توان آن‌ها را با پژوهش‌های دیگر مقایسه و ارزیابی کرد.

یافته‌ها نشان داد که از بین متغیرهای شخصیتی، عامل شخصیتی توافق‌پذیری بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی گرایش موسیقایی دانش‌آموزان را دارد. این یافته با نتایج پژوهش

^۱ Delsing

^۲ Langmeyer

ارکوچ^۱ و همکاران (۲۰۱۵) هماهنگ بود. پس از آن قدرت تبیین‌کنندگی روان‌رنجوری و سپس وجدان‌مداری در پیش‌بینی متغیر گرایش موسیقایی بیشتر است. نتایج به‌طوری کلی بیانگر این بود که بین ویژگی‌های شخصیتی و ذائقه موسیقایی ارتباط معناداری وجود دارد. در مطالعه حاضر ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و ذائقه موسیقایی دانش‌آموزان پسر سنجیده شد. از آنجاکه موسیقی عنصری اساسی از فرهنگ به شمار می‌رود تا حد زیادی می‌تواند تعیین‌کننده برخی از جهت‌گیری‌های فرهنگی و تغییرات فرهنگی باشد. تمایل به یک رفتار خاص مانند شنیدن موسیقی به شناخت فرهنگ عمومی جامعه و خرده‌فرهنگ‌های موجود در آن کمک قابل‌توجهی می‌کند. نوجوانان و جوانان به‌عنوان یکی از عمده‌ترین اقشار مصرف‌کننده موسیقی شناخته می‌شوند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت با توجه به نوع موسیقی که افراد تمایل به شنیدن آن دارند می‌توان به بخشی از شخصیت و هویت آن‌ها را کشف کرد. از سوی دیگر کسانی که در حوزه موسیقی فعالیت دارند می‌توانند با استفاده از نتایج پژوهش حاضر متناسب با ذائقه افراد به فعالیت‌هایشان بپردازند.

منابع

- امام‌جمعه، فرهاد (۱۳۹۸). جامعه‌شناسی مصرف فرهنگی موسیقی در کلان شهر تهران، **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، دوره ۹، شماره ۳۱: ۱-۳۲.
- امیدی، الهام، قاسمی، یارمحمد و سپیدنامه، بهروز (۱۴۰۱). «تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه نسلی مصرف موسیقی میدان مطالعه: ایل خزل در شهر ایلام»، **جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر**، دوره ۴، شماره ۱: ۱۹۵-۲۱۹.
- افشاریان، ندا و سعدی‌پور، اسماعیل (۱۳۹۵). «مرزهای تمایز در مصرف کالاهای فرهنگی: مصرف موسیقی در بین جوانان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی»، پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۳، شماره ۸۶: ۸۵-۱۰۴.
- پروائی، شیوا (۱۴۰۲). «زنان و مصرف موسیقی: پژوهشی کیفی درباره ذائقه موسیقایی زنان»، **زن در فرهنگ و هنر**، دوره ۱۵، شماره ۱: ۱-۲۷.
- جعفری نژاد، هادی، سعدی‌پور، اسماعیل، حاجی‌حسینی، مهرداد و محمد جانی، هیوا (۱۳۹۱). «رابطه ویژگی‌های شخصیتی و روش‌های مطالعه با پیشرفت تحصیلی در دانشجویان کارشناسی دانشگاه علامه طباطبائی تهران»، **فصلنامه روان‌شناسی تربیتی**، دوره ۸، شماره ۲۵: ۳۶-۵۶.

¹ Ercegovac

حیدری، آرمان، مختاری، مریم و خانمحمدی، احسان (۱۳۹۶). «بررسی رابطه گونه‌های هویت جمعی با مصرف گونه‌های موسیقایی نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج». **جامعه‌شناسی کاربردی**، دوره ۲۸، شماره ۱: ۱۵۹-۱۸۴.

حیدرپناه، حمید، بهیان، شاپور و وحیدا فریدون (۱۴۰۰). «نقش رسانه‌های جدید در جهت‌دهی به مصرف موسیقی جوانان»، **مطالعات رسانه‌های نوین**، دوره ۷، شماره ۲۸: ۳۳۹-۳۷۴.

خرمائی، فرهاد و فرمانی، اعظم (۱۳۹۳). «بررسی شاخص‌های روان‌سنجی فرم کوتاه پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت»، **روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی**، دوره ۴، شماره ۱۶: ۳۹-۲۹.

خدابخشی، مهدی و نوری فرد، مرضیه (۱۳۹۲). «مقایسه ویژگی‌های شخصیت، منبع کنترل و خلاقیت نوازندگان موسیقی سنتی، موسیقی پاپ و افراد غیرنوازنده»، **دومین کنگره روانشناسی اجتماعی ایران**، تهران.

رازقی، نادر، علی زاده، محمدمبین و علی نژاد، کریم (۱۳۹۹). «تحلیل جامعه‌شناختی نقش و جایگاه زنان در موسیقی مردم‌پسند: ارائه یک نظریه زمینه‌ای»، **جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر**، دوره ۲، شماره ۱: ۲۶-۴۷.

رحمتی، محمدمهدی و مرادی، سجاد (۱۳۸۹). «توزیع اجتماعی الگوی مصرف (بررسی سلیقه‌های هنری در شهر تهران)»، **جامعه‌شناسی هنر و ادبیات**، دوره ۲، شماره ۱: ۳۲-۵.

رونقی، مهرناز و ناظری، سیما (۱۳۹۴). «بررسی نقش ذائقه موسیقایی بر سرمایه فرهنگی»، **دومین کنفرانس بین‌المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی**، ترکیه - استانبول.

زیباکلام مفرد، فاطمه، حسینی، افضل السادات و آسوده، حسینی (۱۳۹۳). «تحلیل و بررسی موسیقی از منظر تئودور آدورنو و دلالت‌های آن در تعلیم و تربیت»، **فصلنامه ارزش‌شناسی در آموزش**، دوره ۱، شماره ۲: ۳۰-۷.

صمیم، رضا و قاسمی، وحید (۱۳۸۸). «گرایش به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند و میزان پرخاشگری در میان دانشجویان؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان»، **تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره ۲، شماره ۴: ۲۴۳-۲۶۲.

طاهری، ریحانه و کریمی، فریبا (۱۳۹۴). «رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی با راهبردهای حل مسأله در دانشجویان کارشناسی پرستاری دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، **مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی**، دوره ۱۵، شماره ۷۶: ۶۱۳-۶۲۲.

عسگری، علیرضا (۱۳۹۶). «نوع موسیقی موردعلاقه بر اساس استرس ادراک‌شده و صفات شخصیتی دانشجویان»، **ششمین کنگره انجمن روانشناسی ایران**، تهران.

غربی، موسی‌الرضا، کوشکی، امین و عسکری، حسین (۱۴۰۱). «مصرف موسیقی و نسبت آن با سرمایه فرهنگی: یک مطالعه کیفی در شهر تهران»، *جامعه فرهنگ رسانه*، دوره ۱۱، شماره ۴۵: ۱۵۹-۱۸۸.

قادری، داوود (۱۳۹۱). «بررسی و مقایسه رابطه بین پنج عامل بزرگ شخصیتی، شادکامی و موفقیت ورزشی در ورزشکاران تیم‌های ملی، ورزشکاران حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای آذربایجان شرقی»، *علوم رفتاری*، دوره ۴، شماره ۱۱: ۱۰۷-۱۳۶.

کراسکیان مومجباری، آدیس، قاضی نظام، شقایق و غنی فر، محمدحسن (۱۳۹۳). «رابطه پنج عامل بزرگ شخصیت با کیفیت زندگی»، *تحقیقات روان‌شناختی*، دوره ۶، شماره ۲۲: ۹۹-۱۰۹.

محمدی، زهرا، ربیعی، علی و ایران‌نژاد میزان، ربابه (۱۴۰۲). «ذائقه موسیقایی فرهنگیان و عوامل مرتبط با آن»، *جامعه فرهنگ رسانه*، دوره ۱۲، شماره ۴۶: ۸۵-۱۰۵.

میریان، میثم، اسعدی، هومان و اسلامی، شهلا (۱۴۰۰). «تحلیل آدرنویی از نظریه صنعت فرهنگ و کالا سازی در موسیقی ایران از منظر جامعه‌شناسی»، *مطالعات جامعه‌شناسی*، دوره ۱۴، شماره ۵۳: ۷۱-۸۹.

نورادی، میترا (۱۴۰۰). «رابطه ویژگی‌های شخصیتی با حمایت اجتماعی، رضایت از زندگی و عملکرد تحصیلی دانشجویان»، *فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش*، دوره ۳، شماره ۲: ۹۹-۱۲۷.

یوسفی زاده، داریوش و بلوردی، زهیرمصطفی (۱۳۹۶). «مقایسه ویژگی شخصیتی روان‌نژندی در دو گروه مداحان و خوانندگان پاپ شهر کرمان»، *کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زرقان، دانشگاه جامع علمی- کاربردی آذین شوشتر، ایران، شیراز.

- Afsharian, N., & Saadipour, I. (2016). Boundaries of distinction in cultural goods consumption: Music consumption among youth – A case study of Allameh Tabataba'i University students. *Communication Research*, 23(86), 85–104. (In Persian)
- Asgari, A. (2017). Preferred music type based on perceived stress and personality traits of students. *6th Congress of Iranian Psychological Association*, Tehran. (In Persian)
- Delsing, M. J., Ter Bogt, T. F., Engels, R. C., & Meeus, W. H. (2008). Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*, 22(2), 109-130.
- Emamjomeh, F. (2019). The sociology of cultural music consumption in metropolitan Tehran. *Urban Sociological Studies*, 9(31), 1–32. (In Persian)
- Ereogovac, I. R., Dobrota, S., & Kusuevic, D. (2015). Relationship between music and visual art preferences and some personality traits. *Empirical Studies of the Arts*, 33(2), 207-227.

- Ghaderi, D. (2012). Examining the relationship between the Big Five personality traits, happiness, and sports success among national, professional, and amateur athletes of East Azerbaijan. *Behavioral Sciences*, 4(11), 107–136. (In Persian)
- Gharbi, M. R., Koushki, A., & Askari, H. (2022). Music consumption and its relation with cultural capital: A qualitative study in Tehran. *Society, Culture and Media*, 11(45), 159–188. (In Persian)
- Heidari, A., Mokhtari, M., & Khanmohammadi, E. (2017). The relationship between types of collective identity and music consumption: A case study of Yasouj University students. *Applied Sociology*, 28(1), 159–184. (In Persian)
- Heidarpanah, H., Behian, S., & Vahida, F. (2021). The role of new media in shaping youth music consumption. *New Media Studies*, 7(28), 339–374. (In Persian)
- Jafari Nejad, H., Saadipour, I., Haji Hasani, M., & Mohammad
- Jani, H. (2012). Relationship between personality traits, study methods, and academic achievement among undergraduate students of Allameh Tabataba'i University, Tehran. *Quarterly Journal of Educational Psychology*, 8(25), 36–56. (In Persian)
- Khodabakhshi, M., & Nourifard, M. (2013). Comparing personality traits, locus of control, and creativity among traditional musicians, pop musicians, and non-musicians. *2nd Iranian Congress of Social Psychology*, Tehran. (In Persian)
- Khoraskian Mojmbari, A., Ghazi Nezam, S., & Ghanifar, M. H. (2014). Relationship between Big Five personality traits and quality of life. *Psychological Research*, 6(22), 99–109. (In Persian)
- Khormaei, F., & Farmani, A. (2014). Psychometric analysis of the short form of the Big Five personality questionnaire. *Psychological Methods and Models*, 4(16), 29–39. (In Persian)
- Kok, K., North, A. C., Hamamura, T., & Liew, K. (2024). Music consumption and uses in Japan. *Psychology of Music*, 03057356241234071.
- Kong, S. H. E. (2018). A study of young students' musical preferences in contemporary Hong Kong. In *Public policy and social change: Perspectives, challenges and future directions* (pp. 89-115). Nova Science Pub Inc.
- Langmeyer, A., Guglhör-Rudan, A., & Tarnai, C. (2012). What do music preferences reveal about personality?. *Journal of individual differences*, 33 (2).
- Mirian, M., Asadi, H., & Eslami, S. (2021). An Adorno-based analysis of the theory of cultural industry and commodification in Iranian music from a sociological perspective. *Sociological Studies*, 14(53), 71–89. (In Persian)
- Mohammadi, Z., Rabiei, A., & Irannejad Mizan, R. (2023). Music taste of teachers and related factors. *Society, Culture and Media*, 12(46), 85–105. (In Persian)
- Murtonen, S. (2023). The role of music in young adults' spiritual development. In *Issues in Spiritual Formation in Early Lifespan Contexts* (pp. 107-121). Routledge.
- Noradi, M. (2021). Relationship between personality traits, social support, life satisfaction, and academic performance among students. *Quarterly Journal of Management and Educational Outlook*, 3(2), 99–127. (In Persian)
- Omidi, E., Ghasemi, Y., & Sepidnameh, B. (2022). A sociological analysis of generational taste in music consumption: A case study of Khazal tribe in Ilam. *Sociology of Culture and Art*, 4(1), 195–219. (In Persian)
- Parvaei, S. (2023). Women and music consumption: A qualitative study on women's musical taste. *Women in Culture and Art*, 15(1), 1–27. (In Persian)

- Rahmati, M. M., & Moradi, S. (2010). Social distribution of consumption patterns: Examining artistic tastes in Tehran. *Sociology of Art and Literature*, 2(1), 5–32. (In Persian)
- Razeghi, N., Alizadeh, M., & Alinejad, K. (2020). A sociological analysis of women's role and position in popular music: Developing a grounded theory. *Sociology of Culture and Art*, 2(1), 26–47. (In Persian)
- Ronaghi, M., & Nazeri, S. (2015). Examining the role of musical taste on cultural capital. *2nd International Conference on Behavioral Sciences and Social Studies*, Istanbul, Turkey. (In Persian)
- Samim, R., & Ghasemi, V. (2009). Tendency to consume popular music and aggression among students: A case study of University of Isfahan students. *Iranian Cultural Research*, 2(4), 243–262. (In Persian)
- Taheri, R., & Karimi, F. (2015). Relationship between personality traits and problem-solving strategies among undergraduate nursing students of Isfahan University of Medical Sciences. *Iranian Journal of Medical Education*, 15(76), 613–622. (In Persian)
- Widiger, T. A., & Oltmanns, J. R. (2017). Neuroticism is a fundamental domain of personality with enormous public health implications. *World psychiatry*, 16(2), 144-145.
- Yousefizadeh, D., & Balvardi, Z. M. (2017). Comparing neurotic personality traits among two groups: Eulogists and pop singers in Kerman. (In Persian)
- Yu, L. (2022). Benefits of integrating popular music in primary and secondary schools: A case study of Xi'an City, Shaanxi Province, China. *Journal of Popular Music Education*.
- Zibakalam Mofrad, F., Hosseini, A. S., & Asoudeh, H. (2014). Music analysis from the perspective of Theodor Adorno and its implications for education. *Journal of Value Studies in Education*, 1(2), 7–30. (In Persian)